

DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS EN ESTUDIANTES
DE 13 A 17 AÑOS DEL COLEGIO R.R. OBLATAS AL DIVINO AMOR

GALINDO GONZALEZ DAVID SANTIAGO

QUINTERO RODRIGUEZ PAULA ANDREA

TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIMINUTO
BOGOTÁ, DC.

2018

DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS EN ESTUDIANTES
DE 13 A 17 AÑOS DEL COLEGIO R.R. OBLATAS AL DIVINO AMOR

GALINDO GONZALEZ DAVID SANTIAGO

QUINTERO RODRIGUEZ PAULA ANDREA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

ASESOR METODOLÓGICO

JORGE BELTRAN

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIMINUTO
BOGOTÁ, DC.

2018

Tecnología en Comunicación Gráfica
Coordinación de investigación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIMINUTO
Bogotá, mayo de 2018

Decana: Eliana Del Rosario Herrera Huérfano
Director: P. Harold Castilla

Líder del área de investigación: Carmen Lucía Bohórquez Bello

Autores: Paula Andrea Quintero Rodríguez, David Santiago Galindo González
Tutor: Jorge Beltrán

Corrección de estilo: Wilson Julián Aldana

Diseño gráfico y diagramación: Paula Andrea Quintero Rodríguez, David Santiago Galindo González

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, Mayo de 2018.

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto principalmente a Dios, por darnos la vida y por todo lo que representa en ella. A nuestros padres, por acompañarnos con su amor y apoyo en todo momento; sus palabras motivadoras nos ayudaron durante el transcurso de la siguiente investigación. A la Corporación Minuto de Dios por motivarnos a crear este proyecto fundamental en el programa Tecnología en Comunicación Gráfica.

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos a Dios primordialmente, por darnos la oportunidad de vivir cada día con la mejor disposición y guiándonos por el buen camino, tomamos como enseñanza luego aprendizaje cada situación que se nos presenta paso a paso.

A nuestros padres por educarnos de la mejor manera posible con todo su amor para entregarnos al mundo como personas civilizadas. Les agradecemos también por darnos el sustento económico a lo largo del programa, sin embargo lo más importante ha sido su presencia y apoyo incondicional durante este proyecto, les agradecemos por creer en nuestras ideas.

Reconocemos y agradecemos la labor que se ha llevado a cabo durante el proceso educativo a través del profesor Jorge Beltrán como nuestro asesor metodológico y tutor, quien durante el transcurso de nuestro proyecto nos ha brindado toda su colaboración, apoyo y experiencia académica laboral.

TABLA DE CONTENIDO

1. ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
2. RESUMEN.....	10
3.ABSTRACT.....	11
4. ANTECEDENTES.....	12
5. PROBLEMA.....	20
6. JUSTIFICACIÓN.....	24
7. OBJETIVOS.....	25
7.1 Objetivos específicos.....	25
7.2 Objetivos específicos.....	25
8. MARCO TEÓRICO.....	33
9. METODOLOGÍA.....	32
10. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	34
11. PRODUCTO GRÁFICO.....	49
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
13. ANEXOS:.....	62

1. ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración No. 1 gráfico de barras, Bogotá.....	21
Ilustración No. 2 Tabla nutricional, Bogotá.....	22
Ilustración No. 3 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	35
Ilustración No. 4 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	36
Ilustración No. 5 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	37
Ilustración No. 6 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	38
Ilustración No. 7 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	38
Ilustración No. 8 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	39
Ilustración No. 9 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	40
Ilustración No. 10 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	41
Ilustración No. 11 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	42
Ilustración No. 12 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	42
Ilustración No. 13 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	43
Ilustración No. 14 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.....	44
Ilustración No. 15 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	46
Ilustración No. 16 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	46
Ilustración No. 17 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	49
Ilustración No. 18 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	50
Ilustración No. 19 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	50
Ilustración No. 20 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	51

Ilustración No. 21	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	51
Ilustración No. 22	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	52
Ilustración No. 23	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	52
Ilustración No. 24	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	53
Ilustración No. 25	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	53
Ilustración No. 26	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	54
Ilustración No. 27	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	54
Ilustración No. 28	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	55
Ilustración No. 29	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	55
Ilustración No. 30	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	56
Ilustración No. 31	Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.....	57

2. RESUMEN

El presente trabajo abarca una de las problemáticas más comunes y preocupantes de la actualidad, el consumo de bebidas con alto contenido de azúcar por parte de los adolescentes de Colegio R.R. Oblatas al Divino Amor. Este tema no se aborda como un tema de urgencia pero lo es debido al gran número de consecuencias que trae el exceso en la ingesta de estos productos que desencadenan futuras enfermedades. La propuesta se basó en realizar una campaña junto a los estudiantes y directivos del colegio para la disminución de estas bebidas, en búsqueda de crear conciencia para que los adolescentes de hoy en día estén en condiciones óptimas de salud y cuenten con el conocimiento necesario sobre efectos y consecuencias que puede traer el exceso de azúcar a su vida.

Este proyecto se realizó en varias etapas, la primera fue una recolección de datos por medio de un consentimiento informado y una encuesta que evalúa el consumo y conocimiento por parte de los estudiantes, directivos y personal encargado de la venta de alimentos sobre las bebidas azucaradas. A continuación se dio inicio a la etapa de análisis e interpretación de resultados que enfoca la campaña y puntos específicos a intervenir. Por último el diseño, implementación, control y evaluación de la campaña publicitaria como estrategia para abordar esta problemática que con el pasar del tiempo toma más fuerza en las poblaciones tempranas de nuestro país y la falta de control por parte de entidades, padres e instituciones educativas que intervienen en el desarrollo de nuestros jóvenes.

Palabras claves: Azúcar, salud, disminución, campaña, diseño, piezas, wallpaper, gif y comunicación.

3. ABSTRACT

The present work covers one of the most common and worrying problems of today, the consumption of beverages with high sugar content by adolescents of the RR Oblatas School to Divine Love. This topic is not addressed as a matter of urgency, but it is due to the great amount of consequences that the excess in the infection of these products that trigger future diseases brings. The proposal is based on conducting a campaign with students and school leaders to reduce these beverages, seeking to create awareness for today's adolescents, in optimal health conditions and learning with the necessary knowledge about effects and consequences that excess sugar can bring to your life.

This project was carried out in several stages, the first one was a data collection for the environment and a survey that assesses the consumption and knowledge on the part of the students, managers and personnel in charge of selling food on sugary drinks. Then began the stage of analysis and interpretation of results that focus on the campaign and specific points to intervene. Finally, the design, implementation, control and evaluation of the advertising campaign as a strategy to address this problem that over time takes more strength in the populations, early in our country and lack of control by the entities, parents and educational institutions that intervene in the development of our youth.

Keywords: Sugar, health, decrease, campaign, design, pieces, wallpapers, gif and communication.

4. ANTECEDENTES

Se hace un rastreo de proyectos de investigación donde su problemática es el tema de la alimentación, se encuentra 12 proyectos, tres de ellos son enfocados a los empaques, cinco a campañas publicitarias y los últimos cuatro se enfocan en proyectos determinados como utensilios multimedia etc..

El primer proyecto se llama milky, se enfoca en empaques este proyecto es dirigido por (Becerro. C, 2013) para obtener el título de Bellas artes y diseño, desarrollado en España, el cual su objetivo general era fomentar el consumo de leche infantil junto con una dieta sana y equilibrada es decir que su proyecto se fijaba en que Los niños estaban adquiriendo malos hábitos de consumo reemplazando un alimento saludable como lo es la leche con productos con alto contenido en azúcares, colorantes o conservantes. Lo que busca la autora de este proyecto es llamar la atención de estos niños con un empaque llamativo, diseñado especialmente para los infantes, fácil de llevar y con el cual se puede interactuar.

Los pros de este proyecto son: alimento esencial para los niños y los contra que los niños que son alérgicos a los lácteos. Aunque se les presente un empaque diferente a los niños, la alimentación viene desde casa.

El segundo proyecto se llama diseño de un Sistema de Comunicación Visual para Línea de Envases y Embalajes de Exportación de Productos Frutícolas de Empresa Nacional "Sociedad Agrícola Los Carrizos Ltda", va enfocado hacia los envases y embalaje este proyecto es desarrollado por (Zamorano. 2005) para obtener el título de diseñador gráfico, su objetivo es posicionar en un mercado extranjero altamente competitivo, la imagen de productos frutícolas de la empresa nacional Agrícola Los Carrizos, a través de la creación

de una identidad visual para su línea de envases y embalajes. Esta identidad debe crear diferenciación y lograr que estos productos aumenten su competitividad en el mercado internacional en rentabilidad e imagen. De este modo el diseño gráfico hace un aporte esencial en el desempeño del envase como herramienta comunicacional, ya que a través del manejo de recursos visuales interpreta los conceptos que la empresa desea transmitir a sus consumidores, y los traduce en forma, colores y texturas. Genera una imagen lingüística icónica que puede ser leída universalmente.

Lo que busca su producto es dar una solución gráfica en innovación de la imagen tipográfica, a través del manejo de los efectos en la composición formal de la palabra utilizada como logotipo de denominación de cada producto, para acortar los tiempos de lectura en el anaquel y mejorar la lectura a distancia y por lo tanto ser vistos antes que la competencia; además hacer de este modo de escritura / lectura que tiene características funcionales, una imagen de marca de la empresa que representa, convirtiéndose en un factor diferenciador. Además, la solución se transforma en un código gráfico aplicable a una mayor gama de productos si así fuese necesario.

Los pros de este proyecto es desarrollar productos nacionales por medio de los embalajes y empaques pero al igual un contra es la manera como incentivan a desarrollar productos nacionales, tratan de meter de alguna manera su ideal aunque me parece que con un empaque no es suficiente.

El tercer proyecto llamado diseño de empaque para comida saludable, el autor es (Perdomo A,2015) para obtener el título de Arte – Expresión Gráfica. Su objetivo era que al finalizar el proyecto el estudiante estará en capacidad de comprender e identificar los diferentes usos y tipos de empaques para alimentos, teniendo en cuenta los diferentes materiales y diseños presentes en estos.

El proyecto se trata que el estudiante estará en capacidad de diseñar empaques para alimentos saludables, basado en la observación de empaques existentes, su uso y su finalidad. El diseño de piezas de embalaje de producto ha sido indispensable en la conservación y venta de alimentos a lo largo de la Historia del hombre. El diseño gráfico cumple una función clave para que esta labor sea efectiva y se logre obtener un empaque funcional y atractivo visualmente.

Las ventajas de este proyecto son que enseña al estudiante a crear sus propios embalajes y empaques. Les enseñan a una edad temprana. el estudiante podrá crear un empaque para comida saludable, a partir de simples instrucciones de diseño, donde podrá ejercitar su Creatividad y sentido estético. Y sus desventajas es que este proyecto no está aplicado a adolescentes quienes podrían crear buenas ideas.

Siguiendo con las categorías la segunda es de campañas publicitarias en el cual encontramos seis proyectos. El autor de este proyecto es (Jeison Rojas, 2012 , Colombia) quien opta por el título de Comunicador Gráfico .

Este proyecto se llama Identidad gráfica para la comercialización del chachafruto o balú tiene como objetivo generar una identidad gráfica del chachafruto o balú, para que se pueda reconocer como producto y se pueda comercializar. El autor de este proyecto pretende aplicar una campaña alusiva a la marca nutre balu, Las diferentes teorías sobre la creación de una marca o identidad gráfica para un producto se basan en la teoría del color, en cómo generar un manual de identidad gráfica, en generación de empaques llamativos y sus diferentes aplicaciones, en cuestión de promoción del producto.

El producto que realizó era un sitio web, un empaque para el producto llamativo, diferentes clases de piezas gráficas para publicidad, y un libro de recetas.

El segundo proyecto se llama diseño de material promocional para el programa “Seguridad Alimentaria y Nutricional” de la Asociación Intervida Guatemala. Su autor es (González. 2011) opta para obtener el título de Licenciado en diseño gráfico.

Su objetivo era Diseñar material promocional para el programa “Seguridad Alimentaria y Nutricional” de la asociación intervenida Guatemala. Éste pretende, con las piezas gráficas que se elaboraron para todo el material, reducir la tasa de mortalidad infantil, pues está dirigido a las personas que capacitan a todas las mujeres embarazadas y mujeres con hijos pequeños en comunidades rurales en donde difícilmente pueden tener acceso a un hospital o un centro de salud debido a las distancias y a la carencia de transporte.

Este proyecto tiene como pros crear productos gráficos para que las personas cabezas de familia sepan cómo alimentar a sus hijos y contra son El proyecto no es suficiente para lograr que estas mujeres cabeza de familia puedan aprender.

El tercer proyecto se llama la obesidad infantil como trastorno alimenticio en niños de 3 y 4 años de edad de la escuela de educación básica fiscal “provincia de el oro”. de esta categoría es el de (Bosa. 2016) desarrollado en Ecuador para obtener el título de Ingeniera en Diseño Gráfico.

El objetivo de este proyecto fomentar una alimentación saludable y promover la actividad física para invertir la tendencia ascendente de la prevalencia de la obesidad y, con ello, reducir sustancialmente la morbilidad y mortalidad atribuible a las enfermedades crónicas.

El proyecto quiere brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la obesidad infantil Para evitar que los niños la practican, también se quiere promover la educación nutricional para mejorar la salud de los infantes. Y que su entorno sea mejorado viendo las ventajas que esto le trae

Los pros de este proyecto Tienen buenas fuentes información. Se ve el problema de investigación. Organización Recolección de Datos. Tienen diferentes tipos de investigación

Este proyecto tienen como nombre la nutrición y su influencia en el desarrollo cognitivo de los niños de 9 a 10 años de la escuela de educación básica. Nicolás Mestanza y Alava cantón Guayaquil autor de este proyecto es (Moreira. 2015) desarrollado en Guayaquil opta por el grado de ingeniera en diseño gráfico. Su objetivo es establecer la influencia de la nutrición en el desarrollo cognitivo de los niños de 9 a 10 años de edad de la Escuela de educación básica Nicolás Mestanza y Alava cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

La mala alimentación afecta al rendimiento académico de los estudiantes, los cuales no son guiados por sus padres a saber que es una buena nutrición, ya que no están educados y el entorno donde se encuentran siempre han encontrado comida común pero que la verdad no es buena para el desarrollo del niño , la idea es capacitar a los padres y niños para que conozcan que es una buena alimentación y qué beneficios pueden tener.

Los pros de este proyecto Tienen buenas fuentes información. Se ve el problema de investigación. Organización recolección de datos y los contras el producto puede que no se pueda solucionar definitivamente el problema a resolver.

El proyecto tiene como título alimentación saludable del adulto mayor en el centro de salud boca de caña. La autora de este proyecto es (Gonzales. 2014) y busca Facilitar información a las personas relacionadas con el adulto mayor, sobre una alimentación adecuada y prevenir enfermedades mediante una campaña publicitaria impresa.

El proyecto quiere brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la buena alimentación y los hábitos que tienen las personas de tercera edad para evitar que tengan enfermedades y gocen de una mejor vida.

Los pros de este proyecto son Tienen buenas fuentes información .Se ve el problema de investigación. Organización recolección de datos. Tienen diferentes tipos de investigación y los contras tal vez la solución grafica no de solución a largo plazo puesto que una la piezas gráficas puede pasar a solo informar pero no a que esto se practique.

Este proyecto tiene como nombre diseño de identidad corporativa y campaña publicitaria para agua embotellada que contribuya a la salud y apariencia fisica femenina. La autora de este proyecto es (Castro. 2009) lo que busca esta autora es Diseñar la imagen corporativa y campaña publicitaria para agua embotellada que contribuye a la salud y apariencia fisica de las mujeres riobambeñas.

El proyecto va dirigido para la mujer entre 18 y 35 años que buscan mejorar su salud por medio de ingesta de agua la cual tiene un ingrediente que ayudará a disminuir la celulitis.

Los pros de este proyecto Tienen buenas fuentes información. Se ve el problema de investigación. Organización recolección de datos. Tienen diferentes tipos de investigación y los contras Tal vez la solución grafica no de solución a largo plazo puesto que una la piezas gráfica que es el empaque de la botella puede que no funcione.

Este proyecto se llama tras la ruta de tachuela su autor es (Ochoa. 2007) lo que busca este proyecto es quiere representar por medio de arte plástico una escultura en la que puedan concientizar a las personas de la desnutrición que hay en algunas regiones colombianas.

Su objetivo es presentar una propuesta de arte plástica y visual basado en el problema de niños que padecen desnutrición a partir de la harina de trigo como estrategia para crear espacios de reflexión y sensibilización sobre un tema tan álgido como la desnutrición infantil teniendo como base los casos de específicos recogidos en sectores marginales de la ciudad de Pamplona.

Los pros de este proyecto son Desde pequeños los concientizan de la desnutrición y los contra el proyecto solo se queda en una propuesta plástica y no va más allá.

Este proyecto tiene como título alimentación balanceada de niños entre 6 y 18 meses de edad que asisten al centro infantil del buen vivir “ceiba”. Su autor es (Fariño. 2014) busca por medio de un programa didáctico multimedia incentivar a la buena alimentación a los niños de 6 a 18 meses. En la ciudad de Guayaquil Ecuador , la mayoría de personas no tienen información o no tienen como informarse acerca de una alimentación balanceada para los niños más que todo se enfoca desde que nace hasta cuando le nace su primer diente , el proyecto busca que los padres o responsables de estos niños estén informados de cómo es la manera adecuada de alimentarlos, qué es lo bueno y qué es lo malo y a medida que crece el niño estar preparado para darle una buena alimentación y no sufra enfermedades o desórdenes alimenticios.

Su objetivo es facilitar información teórica y práctica de la educación nutricional mediante un programa didáctico multimedia a los representantes legales de los niños que asisten a los Centros Infantiles del Buen Vivir (CIBV).

Los pros de este proyecto son Tienen buenas fuentes información, se ve el problema de investigación, organización recolección de Datos y tienen diferentes tipo de investigación. Y sus contras son que tal vez el producto no resuelva a largo plazo la problemática.

Este último proyecto se llama diseño de un utensilio para alimentación en campamento con base a requerimientos nutricios de adolescentes Scouts, hecho por el autor (Pacheco. 2014) lo que busca este proyecto es brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la buena alimentación y reducir el padecimiento de enfermedades como la obesidad en los niños pero centrándose en los niños que pertenecen al grupo SCOUT para que conozcan aptitudes y actitudes de una vida sana a través de prácticas de actividades saludables.

Su objetivo es diseñar un utensilio que sirva de guía de alimentación y como apoyo a los adolescentes en edad de Tropa en la ciudad de Querétaro para cubrir las necesidades y problemáticas que presentan en lo relacionado a las comidas en campamento, pretendiendo mejorar a corto y a largo plazo el estado nutricional y el rendimiento en sus actividades cotidianas.

Los pros de este proyecto son se evidencian buenas fuentes de información, se ve el problema de investigación, organización recolección de Datos y tienen diferentes tipos de investigación. Y sus contras son que tal vez tal vez la solución gráfica no es solución a largo plazo puesto que una vez las piezas gráficas pueden pasar a solo informar pero no a que esto se practique.

5. PROBLEMA

Una mala alimentación es la que no aporta a nuestro organismo los nutrientes necesarios para realizar las funciones vitales, cada persona necesita una variedad de alimentos diferentes para suplir las necesidades básicas del organismo. El problema del consumo excesivo de gaseosas es su alto contenido de azúcar, colorantes y cafeína las cuales pueden llevar a ocasionar serios problemas en la salud como; obesidad, diabetes, entre otras enfermedades crónicas no transmisibles ECNT. Cada gaseosa de 330 ml contiene 133 calorías y alrededor de 7 cucharadas pequeñas de azúcar, cuando lo recomendado son 10, basado en una dieta de 2000 calorías. (Tn relaciones. 2016)

Alrededor de 2 millones de litros de bebidas gaseosas son consumidas en un año en Colombia, además 64% de las ventas de bebidas son de gaseosas. Coca-Cola en nuestro país atiende a más de 47 millones de consumidores. Lo que conlleva a que 17,5 % de los jóvenes entre 5 y 17 años tienen un peso por encima del recomendado.

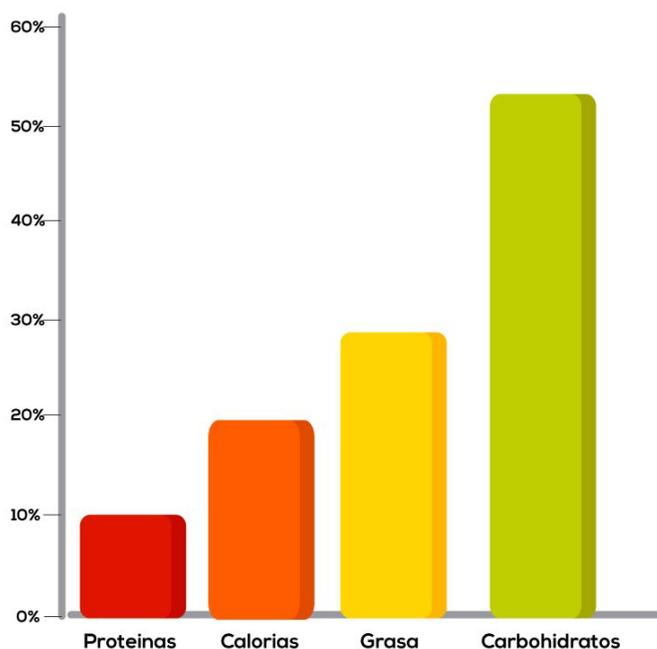
La alimentación ha sufrido cambios notables, en su estructura debido a la adaptación de nuevos estilos de vida, los jóvenes están divididos en grupos alimenticios los cuales son: los junk food o comida chatarra, el que prefiere calmar el hambre con snacks y el autoservicio que permiten al consumidor ser más rápido y elegir a gusto y como sabemos la compañía de la comida rápida es la bebida gaseosa.

En la actualidad existe una gran preocupación por la salud y se reconoce a la alimentación adecuada como un instrumento de protección de la salud y prevención, si bien, las encuestas demuestran que la elección de alimentos está condicionada por el factor económico y el gusto en primer lugar, seguido de la comodidad, simplicidad en la preparación culinaria y el valor nutritivo que los alimentos aportan a la dieta.

Hay un factor en el cambio de hábitos alimentarios muy importante: la culturización. El mundo de hoy, convertido en una “aldea global” y bajo la presión de las multinacionales que hacen de la publicidad un valioso instrumento de convicción, obtiene una gran uniformidad en los hábitos alimentarios, especialmente entre los más jóvenes sacando al mercado bebidas con altos contenidos de azúcar y sustancias nocivas que a largo plazo generan problemas en los más jóvenes.(Béjar, 2017,p 79)

La alcaldía mayor de Bogotá tiene un plan de alimentación escolar, la cual consta de almuerzo y refrigerio, los almuerzos se basan en 22% de calorías, proteína un 14% grasa 30% y carbohidratos 54% los almuerzos son tradicionales que constan de sopa, una proteína, arroz, principio, y ensalada, la cual está diseñada en aspecto y color para que sea agradable y llame la atención del estudiante y la consuman con agrado, además los refrigerios se basan en las siguientes tablas y torta de diagramación.

Ilustración No. 1 gráfico de barras, Bogotá.



Fuente: Alcaldía mayor de Bogotá. 2016.

Ilustración No. 2 Tabla nutricional, Bogotá.

APORTE NUTRICIONAL	
CALORÍAS Y MACRONUTRIENTES PORCENTAJE DE CUBRIMIENTO	
Calorías	Refrigerios Tipo PI: 22% VCT (proteína 14%, grasas 30% y carbohidratos 56%)
	Refrigerios Tipo A, Tipo B y Tipo C: 22% V.C.T (proteínas 14%, grasas 28% y carbohidratos 58%)
	Refrigerios Tipo N Mujer y Tipo N Hombre 20% V.C.T (proteínas 14%, grasas 28% y carbohidratos 58%)
MICRONUTRIENTES APORTES NATURAL	
Calcio	30% de la recomendación diaria para todos los tipos de refrigerios.
APORTE DE CUBRIMIENTO POR FORTIFICACIÓN CON HIERRO AMINOQUELADO	

Hierro	Tipo PI 30%, Tipo A 21%, Tipo B 22%, Tipo C 16%, Tipo N Mujer 22%, Tipo N Hombre 28%
---------------	--

Fuente: Alcaldía mayor de Bogotá. 2016.

(Silva & Duran, 2014) Afirman que hoy en día se puede ver que el consumo excesivo de bebidas azucaradas aumenta el riesgo de enfermedades tales como: Obesidad, diabetes, síndrome metabólico, algunos tipos de cáncer, osteoporosis, anorexia, bulimia y Anemia. Por esta razón es importante crear una conciencia social acerca del buen consumo bebidas, de igual forma se debe orientar para disminuir influencia de la publicidad, la cultura de la imagen perfecta y la propia influencia tanto familiar, como social.

El colegio R.R. Oblatas al Divino Amor, es un colegio pequeño ubicado de en Normandía en la ciudad de Bogotá, el colegio reúne alrededor de 700 alumnos distribuidos entre primaria y bachillerato, es un colegio privado que cuenta con una jornada educativa, de 7 horas y cuenta con dos recesos de 30 minutos, en los cuales la cafetería está disponible para los niños. Los grados se dividen en A y B, nos enfocaremos en los estudiantes de noveno a once de bachillerato que cuenta con 120 estudiantes, los cuales son propensos a usar redes sociales y con ello entender cuál es la problemática que queremos resolver, los estudiantes de grados superiores cuentan con un sustento económico proporcionado por sus padres, que permite que ellos adquieran las bebidas de su preferencia, la campaña le permite a los estudiantes tener mayor conocimiento en el momento de escoger una bebida.

El proyecto nace debido a la necesidad de educar a esta población sobre los problemas que puede generar el consumo de bebidas azucarada así reducir el consumo excesivo de bebidas azucaradas , de igual manera se quiere mostrar las ventajas de llevar una dieta sana y equilibrada sin embargo nos enfocamos en el consumo de azúcar en bebidas para así no abarcar algo tan general si no que nuestro público objetivo comienza por comprender los problemas a largo y mediano plazo de el consumo de bebidas gaseosas

Los adolescentes actualmente están desarrollando malos hábitos de consumo, sustituyendo alimentos saludables por productos con alto contenido en azúcares y conservantes, tales como gaseosas, jugos de caja, bebidas energizantes , dulces entre otras.

¿Cómo diseñar una estrategia gráfica para reducir el consumo de gaseosas en niños del grado sexto del colegio R.R. Oblatas al Divino Amor por medio de la educación, buscando visibilizar los problemas de salud y mala alimentación que generan estos productos?

6. JUSTIFICACIÓN

El proyecto se realiza con el fin de combatir el consumo excesivo de bebidas azucaradas en niños y jóvenes de edades entre 13 a 17 años, para prevenir posibles problemas de salud como las Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT) y mejorar su estilo de vida.

Según el banco mundial en países de medianos y bajos ingresos la obesidad desde el 2013 a aumentado alrededor del 30%. De continuar esta tendencia para el 2025 más de 70 millones de niños sufrirán de sobrepeso .

El sobrepeso trae consigo una serie de problemas de salud, tales como; diabetes, fallas cardiacas, problemas digestivos. además en el ámbito social afecta a las relaciones interpersonales, gran parte del problema también recae sobre los padres, quienes son los que brindan los alimentos creando así una dieta no balanceada. es necesario que se le inculque al joven desde el hogar el hábito de llevar una dieta saludable rica en vegetales , así como una buena actividad física para evitar enfermedades.

Otro factor que influye negativamente es el sedentarismo, ya que muchos de los jóvenes prefieren ahora estar en computador, teléfono o consola de videojuegos que hacer actividad física en exteriores, es por eso que debido al impacto de la tecnología que nos ayudaremos de ella para llegar así a más padres y niños promoviendo una buena alimentación.

consultar

La importancia de la comunicación gráfica, es brindar una manera distinta, creativa y amable de ver las cosas, mediante imágenes que llamen la atención de las personas para que con ello se genere un impacto mayor, generando recordación , con el fin de que la gente de una manera fácil aprenda sobre las ventajas y desventajas de las bebidas azucaradas, por ejemplo el uso de infografías, piezas gráficas, aplicaciones y demás, las cuales están hechas para resumir de manera detallada datos importantes y relevantes de un tema en específico. La forma de presentar la información con imágenes es hacer leer, comprender y retroalimentar y además afianzar la relación; emisor-receptor de una manera menos tediosa con el fin de mejorar la información ya que como dice el viejo adagio “una imagen dice más que mil palabras” sin embargo nuestra pieza gráfica es visiblemente muy atractiva y la reforzamos con texto importante para así tener un impacto aún mayor.

7. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar, implementar y evaluar una estrategia gráfica para reducir el consumo de gaseosas en los jóvenes de los grados superiores del colegio R.R. Oblatas al Divino Amor, buscando visibilizar los problemas de salud y mala alimentación que generan estos productos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar y recopilar información sobre el consumo de bebidas azucaradas de estudiantes 12 a 17 años del colegio R.R. Oblatas al divino amor.
- Estructurar la campaña para desarrollar el material de la estrategia gráfica para la disminución de las bebidas azucaradas.

- Desarrollo y seguimiento de la campaña menos azúcar en la institución por medio del material gráfico y entrevista.
- Presentar niveles de satisfacción de campaña por medio de un documento formado por los resultado de las entrevistas finales, a personal del colegio R.R. Oblatas al Divino Amor.

8. MARCO TEÓRICO

DEFINICIÓN DE DISEÑO

(Pérez. 2012) Del italiano disegno, la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

El concepto de diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, la arquitectura, la ingeniería y otras disciplinas. El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico (visual) para exhibir cómo será la obra que se planea realizar. El diseño, por lo tanto, puede incluir un dibujo o trazado que anticipe las características de la obra.

Al diseñar, la persona no sólo tiene en cuenta aspectos estéticos, sino también cuestiones funcionales y técnicas. Esto exige a los diseñadores estudios, investigaciones y tareas de modelado que le permitan encontrar la mejor manera de desarrollar el objeto que pretenden crear.

En este sentido, tampoco podríamos pasar por alto la figura del diseñador, aquel profesional que desarrolla estas citadas funciones creativas en diversos ámbitos. No obstante, es cierto que en la mayoría de las ocasiones cuando hacemos referencia a dicho experto estamos hablando de aquel que trabaja en el campo de la moda. En aquella área lo que hace es llevar a cabo la creación tanto de ropa como de joyas y complementos adecuadas a las tendencias que existen en la sociedad del momento o bien a las que él mismo impone. Básicamente podemos establecer que tres son los principales tipos de diseño de moda: la alta costura, la moda prêt-à-porter y la llamada “mercado de masa”.

Con respecto a la primera categoría podemos subrayar que existen figuras muy importantes en la misma, diseñadores y diseñadoras, que se han convertido en un referente a nivel mundial e histórico. Entre ellos se encontrarán Coco Chanel, Carolina Herrera, Christian Dior, Giorgio Armani, Domenico Dolce & Stefano Gabbana o Gianni Versace.

No obstante, actualmente entre los más admirados y seguidos habría que hablar de Valentino, Jean Paul Gaultier, Yves Saint Laurent, Ralph Lauren, John Galliano, Paco Rabanne o Marc Jacobs.

Además de la moda, otro campo que ha adquirido gran evolución y crecimiento en los últimos años es el conocido diseño de interior gracias al cual las salas de una vivienda o de un edificio en concreto consiguen mostrar una imagen espectacular gracias al estudio que los profesionales de aquel realizan teniendo en cuenta factores tales como la arquitectura o la psicología ambiental.

Cabe destacar, por último, que la noción de diseño también puede hacer mención a la disposición de los colores o los dibujos que brindan las características distintivas a un animal, una planta o un objeto: “Me encanta el diseño de ese bolso”, “Las cebras suelen fascinar a los niños por su diseño rayado”

NUTRICIÓN.

(2014) En la etimología de la palabra nutrición proviene del latín que significa “dar alimentos, mantenimiento, suministrar con lo que necesita para actuar“, con sus componentes léxicos que son “nutrire” significa “nutrir” y el prefijo “cion”, quiere decir “acción y efecto”. La nutrición es lo principal que hace inicio al conocimiento mediante el cual organismo toma los nutrientes de los alimentos a través de una serie de fenómenos inconscientes como la nutrición, la impregnación de las sustancias nutritivas de los

alimentos a la sangre a través del tubo digestivo y la digestión de los mismos por las células de los organismos, manteniendo el equilibrio homeostático del organismos a nivel molecular y macrosistémico.

La nutrición es el conocimiento biológico en el que los organismos digieren los alimentos y los líquidos para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus desempeños vitales. Además es el estudio del vínculo que hay entre los alimentos y la salud, en especial cuando se realiza una dieta.

El desarrollo de los macrosistémicos que se encuentra vinculado a la implementación, como la digestión que es el proceso de variación de los alimentos que están ingeridos, en los elementos más fáciles para impregnar.

En el metabolismo son reacciones bioquímicas y procesos físicos-químicos que suceden en una célula y en el organismo en el cual el proceso interrelacionado son la base de vida de escala molecular que son las que permiten las diferentes actividades de la unidad microscópica de los seres vivos, en el cual pueden crecer, reproducirse, entre otros. La excreción, es el proceso fisiológico, que le permite al organismo eliminar elementos de residuos dañinos para el cuerpo y así poder mantener el equilibrio de la composición de la sangre y otros fluidos orgánico.

ALIMENTACIÓN

(Aldaz. 2014) Alimentación es la forma y manera de proporcionar al organismo los alimentos o sustancias nutritivas que necesita.

Nutrición es el conjunto de actividades que el organismo realiza para transformar y asimilar las sustancias nutritivas contenidas en los alimentos: digestión, absorción, utilización, eliminación.

La alimentación es educable. Lo es desde que se idea la producción de los alimentos, desde que se gana el dinero para adquirirlos, a la hora de la compra, en la preparación y conservación de los alimentos...hasta que los ingerimos. Comemos lo que queremos, cuando queremos.

Al ingerir los alimentos empieza un proceso nuevo que no depende de nosotros, de nuestra voluntad, que no podemos educar. Es la nutrición. En la nutrición solo podemos influir a través de la alimentación.

Necesitamos educar la alimentación para influir en la nutrición.

Debemos tener claro que lo que nos alimenta son los valores nutritivos que están en los alimentos.

Valores nutritivos, solo son seis: proteínas, hidratos de carbono, grasas, vitaminas, minerales y agua.

Estos valores nutritivos están distribuidos de manera desigual, en multitud de alimentos que encontramos en la naturaleza.

Lo que nos importa bajo el punto de vista de la nutrición, son los valores nutritivos.

Nos alimentan las proteínas, que las encontramos en los alimentos proteicos de fácil adquisición igual que en los inaccesibles económicamente.

Por ejemplo, todos los músculos del mismo animal tienen el mismo valor proteico.

Las vitaminas de los vegetales están más en la parte verde que en lo más blanco. Más en los tomates rojos que en los menos sazonados.

Tanto, o más valor nutritivo encontramos en los pescados azules que en los blancos. Debemos desterrar la idea de que los alimentos caros alimentan más.

Podemos intercambiar unos alimentos por otros que aporten el mismo valor nutritivo, que en aquel momento necesita nuestro organismo, que quizá puede ser también más económico.

LA PUBLICIDAD

(Anonimo.2015) La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que son fundamentales para el comercio en general. Si un producto no es publicitado, difícilmente las personas lo conocerán y se referirán a él como algo de buena calidad respecto al nombre que posee. La publicidad es una estrategia de marketing para posicionar los productos en el mercado global, su participación en la expansión de las empresas es precisa y necesaria. El correspondiente factor que se emplea para la diversificación de bienes y servicios es referencial, pero lo que se busca es que el impacto en la sociedad sea aceptable, para darle paso al consumismo activo.

La consideración que el público pueda tener del producto depende de la aceptación que tenga este de la publicidad. Por lo general, la cantidad de productos iguales pero de diferente marca crea una competencia en el mercado, estas rivalidades hacen que las estrategias publicitarias sean más fuertes, más consistentes y que enmarquen la calidad del producto, así como también dan garantía de la buena elaboración de este. Existen varias formas de publicidad, la más popular hace referencia del producto o servicio con un eslogan (slogan) publicitario pegajoso, simpático y fácil de recordar, para esto se hacen análisis y estudios psicológicos de los consumidores a fin de distinguir qué es lo que sería agradable a la vista.

Hay publicidades que son comparativas, por lo general, buscan destacar las cualidades de su producto respecto a otros de la misma clase, rara vez se ha visto en el medio publicitario una campaña de propaganda que desprestigia a otra marca de forma directa. La publicidad es la herramienta que busca expandir el espectro de productos o servicios, la relación de estos con la sociedad en general depende principalmente de la calidad y de la buena referencia que se tenga de estos, es crucial para las compañías manufactureras, mantener una cara fresca y jovial frente al público. Cabe destacar que hay compañías especializadas en la producción de publicidad, mientras otras están capacitadas para hacer la publicidad de sus productos.

MALA ALIMENTACIÓN

Una mala alimentación afecta en el rendimiento escolar resumen en la vida del escolar hay múltiples factores que influyen en el rendimiento, si bien es cierto que la disciplina y orden es uno de ellos, también lo es de una manera muy importante la alimentación. El desayuno es la comida más importante del día y esto es sabido por todas las personas, pero la mayoría de la gente en Chile es pobre y desequilibrada en cuanto a calidad alimenticia, es por esto que en nuestro país hay un alto índice de niños que sufren de obesidad o sobrepeso debido a que la comida más accesible a ellos es la comida rápida, transformándose en víctimas de burlas provocando un aislamiento, depresión, etc. afectando su rendimiento en las escuelas y actividades motoras ya que no pueden realizar de igual forma las actividades que sus compañeros.

(Gonzalez. 2016) nos cuenta que durante la adolescencia cuando, (al igual que en la infancia) se establecen los cimientos de la edad adulta y de la vejez. Los adolescentes tienen necesidades básicas de supervivencia como lo son la calidez y una alimentación adecuada.

La mala alimentación en los adolescentes es la causa de muchas de las enfermedades que actualmente se presentan como son la Hipoglucemia, Diabetes, Gastritis,

Enfermedades de tipo mental, Enfermedades Gastrointestinales, Anorexia, Bulimia, Cáncer Intestinal y Anemia. Por eso es importante crear una conciencia social acerca de una alimentación balanceada, de igual forma es importante orientarlos para no aceptar la influencia total de la publicidad, la cultura de la imagen perfecta y la propia influencia tanto familiar, como social

Principales factores que influyen en la mala alimentación

Influencia publicitaria:

Televisión, radio, panorámicos, prensa, Internet entre otros

Influencia social:

Colegio, amigos, centros comerciales etc.

Influencia familiar:

Padres, hermanos, primos, tíos, pareja

Los factores que influyen directamente sobre la alimentación son: disponibilidad de alimentos y hábitos alimentarios, como primordiales. Las empresas alimentarias conocen estos elementos y dirigen sus campañas publicitarias a influir sobre hábitos y prestigio social, ignorando conocimientos nutricionales.

Y las consecuencias de la mala alimentación son: mala regulación menstrual (en las mujeres) debilitamiento de la estructura ósea (los huesos) orientación negativa para un futuro como madres o padres, por la falta de calcio y energía en el cuerpo repercusión psicológica para el desarrollo de un futuro, en los diferentes ámbitos problemática en las relaciones sociales

Los adolescentes conocen y manejan el ciberespacio, buscan la felicidad inmediata. No necesitan un lugar especial para comer. Llamen al servicio a domicilio comen en su lugar de trabajo, sobre un escritorio, con papeles, notas y apuntes, mientras pulsa el teclado.

Los horarios tampoco cuentan, el impulso manda. No perder el ritmo acelerado, de ahí nace el término “universal fast food”.

La realidad actual nos lleva a recuperar el hábito de cocinar y comer en el hogar como una necesidad económica imperiosa: la revalorización de las comidas caseras, con productos locales y de estación en recetas culinarias típicas. Esto acrecienta la identidad y rasgos culturales propios, recupera la biodiversidad.

La producción y conservación típicas de alimentos favorece el desarrollo de microeconomías de regiones actualmente marginales con altos índices de desocupación.

Esta propuesta puede transformar en parte el universo aburrido, donde el grueso de la población consume las mismas galletitas, similares fideos, quesos con gusto a papa, carnes con gusto a nada, tomates con sabor a fibras insípidas de laboratorio, frutas con maduración de refrigeración con incierto gusto.

COMUNICACIÓN

(Anonimo.2015) La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Desglosando ésta respuesta (para una mejor comprensión), diremos que la comunicación: Es un proceso que en general incluye los siguientes pasos: a) el deseo de un emisor de transmitir un mensaje a un receptor, b) la codificación de ese mensaje para que sea comprensible, c) el envío del mensaje mediante un canal, d) la recepción y decodificación del mensaje por parte del receptor, y e) la respuesta o retroalimentación del receptor al emisor.

Está conformada por un emisor y un receptor que están dispuestos a enviar y/o recibir un mensaje entre ellos.

Es un medio que establece una conexión entre el emisor y el receptor en un momento dado y en un espacio físico o virtual determinado.

Es utilizada para transmitir, intercambiar o compartir mensajes. Por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor o solamente una transmisión del emisor al receptor.

Hace que las ideas, información o significados que son comprensibles tanto para el emisor como para el receptor fluya entre ambos.

9. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta como objetivo principal diseñar una estrategia gráfica para reducir el consumo de bebidas azucaradas en niños de noveno a once del colegio R.R Oblatas al Divino Amor, buscando visibilizar los problemas de salud que generan el consumo de bebidas azucaradas. Se llevarán a cabo distintas actividades para la recolección de datos, reconocimiento de los estudiantes e ideas para desarrollar actividades que se realizarán en la institución.

En primer lugar se aplicará el método entrevista en el colegio R.R Oblatas al Divino Amor para conocer a los estudiantes del grado noveno. Las entrevistas se construirán con una serie de preguntas dirigidas a los estudiante para conocer sus preferencias y hábitos alimenticios tanto en casa como en la institución.

Luego de esta entrevistas se recopila la información sobre los hábitos alimenticios y consumo indebido de bebidas azucaradas que hay en los estudiante de dicha institución, para si tener un buen manejo de información con los estudiantes e ir conociendo más sobre nuestro proyecto con ellos.

La información recolectada tanto encuestas como en la investigación nos ayudarán a plantear distintas propuesta de solución para la reducción de bebidas gaseosas en la institución, se colocaran afiches y wallpaper en lugares estratégicos logrando así que los estudiantes interactúan con estas piezas y se dirijan a instagram donde se tendrá una

información completa sobre el consumo de bebidas azucaradas, poniendo como referentes a los mismos estudiantes con su propio uniforme y en un ambiente de estudio, gracias a todo el proceso de recolección de datos e investigación del proyecto que nos ayudará a promover la disminución de bebidas gaseosas en los estudiantes de 13 a 17 años del colegio Oblatas al divino Amor y al mismo tiempo de una manera didáctica y creativa para que los estudiantes tenga buena aceptación con la estrategia y puedan participar en el diseño y publicación de las estrategias que se harán para solución a esta problemática.

En conclusión los estudiantes también serán participantes no solo en la investigación si no en la solución a la problemática que se encuentra en la institución, para así tenga por sí mismos la iniciativa de solución al problema y que esta pueda tener permanecía de mucho más tiempo después de realización de dicho proyecto.

10. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se evaluó y recopiló información sobre el consumo de bebidas azucaradas en estudiantes 13 a 17 años del colegio R.R. Oblatas al divino amor, a través de una serie de entrevistas y encuestas.

Se estructuró una estrategia para desarrollar el material de la campaña a partir de afiches, wallpaper, parrilla de contenido para instagram y gif del logo.

Se desarrolló y se hizo seguimiento de la estrategia de comunicación menos azúcar, a partir del movimiento de instagram y el comportamiento de los estudiantes frente a esta.

Se presentó debidamente los niveles de satisfacción de la estrategia comunicativa desarrollada en el colegio R.R. Oblatas al Divino Amor.

Entrevistas

1. Entrevista a los vendedores de cafetería del colegio Oblatas al Divino amor.

En esta cafetería el personal rota semanalmente, por lo siguiente se hizo una entrevista en general para recolectar información sobre las bebidas que se venden a los niños, esta cafetería lleva más de 50 años en funcionamiento en la venden productos como gaseosas, agua, aguas saborizadas, pony malta, jugos hit, gatorade, te, avenas y leche achocolatada, al

preguntarles si venden jugos naturales nos dijeron que sí, pero estos no son muy solicitados.

2. Entrevista al profesor de la institución quienes están más cerca a los estudiantes.

Profesores

Se realizó una entrevista a cada director de curso de noveno a once con el fin de recolectar información acerca del conocimiento y opiniones que tienen los profesores acerca de las bebidas azucaradas con el fin de obtener una opinión general.

Las bebidas azucaradas son poco nutritivas, estas causan sobrepeso u obesidad. Para los padres de hoy en día es la opción más fácil, enviar este tipo de bebidas en sus onces, sin tener en cuenta que son poco benéficas para la salud los combinan con alimentos empaquetados, generando efectos negativos en el organismo de los niños.

Las bebidas azucaradas generan un sensación de llenura que limita el consumo de alimentos y bebidas sanos.

Debido al organismo de los niños este tipo de bebidas generan un efecto de aumento de energía a corto plazo seguido de una sensación de fatiga y de adormecimiento durante el día.

Para la institución es mucho más práctico una bebida empacada o procesada dentro del colegio se compra lo que se acomode al bolsillo, ya que estas bebidas ahora son muy económicas.

Uno de los profesores habló del frutiño ya que ha visto a varios estudiantes tomando este clase de bebida, nos explicaba que tenía un componente que se llama amarillo y que va afectando a la salud, este se adhiere en el intestino y por eso hay niños a esta edad que ya sufren de enfermedades en el colon y sistema digestivo, por su composición también puede ser un factor de enfermedades respiratorias.

Análisis de las encuestas aplicadas a cierto número de alumnos del Colegio Oblatas al Divino Amor

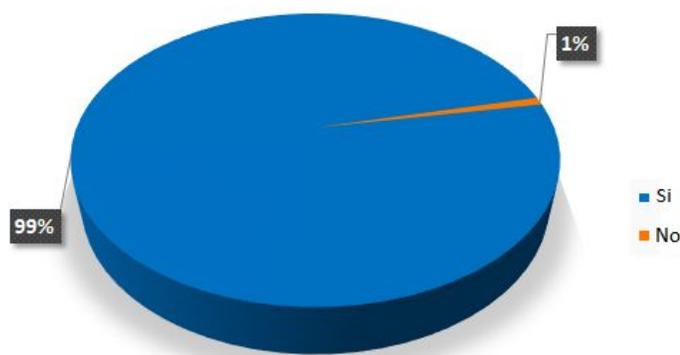
La base de esta tesis es sobre la disminución de las bebidas azucaradas y el conocimiento que tienen los alumnos de estas, con esto se hizo una encuesta, comprobando cual es el conocimiento sobre esta y cual es la red social más utilizada en esta institución.

La encuesta que se realizó fue a 63 hombres y 57 mujeres para un total de 120 adolescentes encuestados, junto con la encuesta se les entregó un formato de consentimiento informado.

Iniciando con la primera pregunta ¿Sabe usted qué es una bebida azucarada?, en donde se observan los siguientes resultados.

Ilustración No. 3 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.

1. ¿Sabe usted qué es una bebida azucarada?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

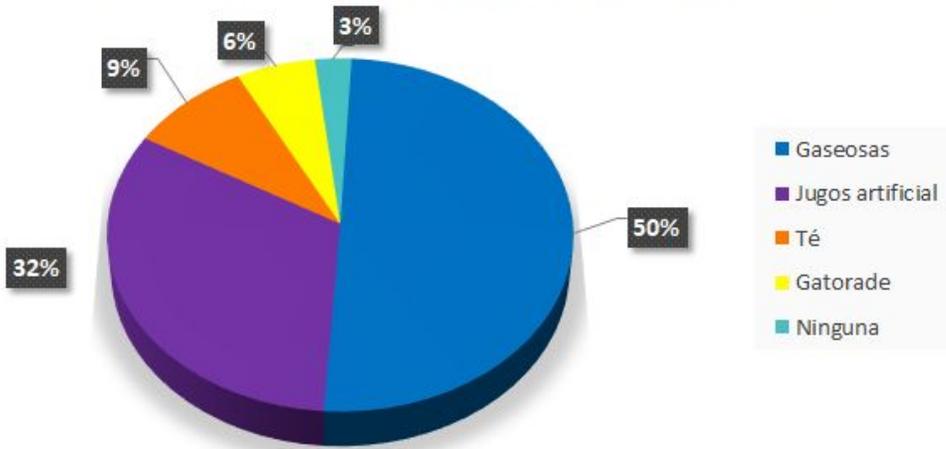
Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 99% sabe que es una bebida azucarada.
- * El 1% no sabe que es una bebida azucarada.

La segunda pregunta dice: ¿Qué tipos de bebidas azucaradas conoces?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 4 Resultado 1º pregunta, 1º encuesta.

2. ¿Qué tipos de bebidas azucaradas conoces?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

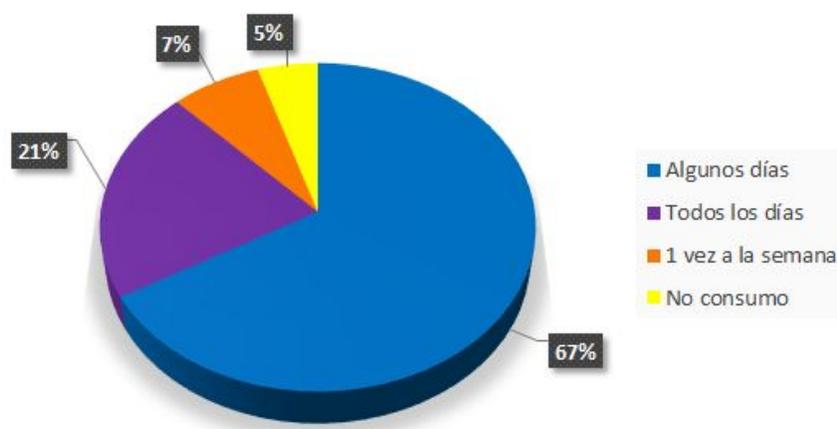
- * El 50% sabe que la gaseosa es una bebida azucarada.
- * El 32% sabe que la jugo artificial es una bebida azucarada.
- * El 9% sabe que el té es una bebida azucarada.
- * El 6% sabe que el gatorade es una bebida azucarada.
- * El 3% no conoce ninguna bebida azucarada.

Esta pregunta fue abierta y nos permite concluir que aunque los estudiantes sabe que es una bebida azucarada no las identifican y se confunden.

La tercera pregunta dice: ¿Cada cuánto consume bebidas azucaradas?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 5 Resultado de 3° pregunta, 1° encuesta.

3. ¿Cada cuánto consume bebidas azucaradas?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

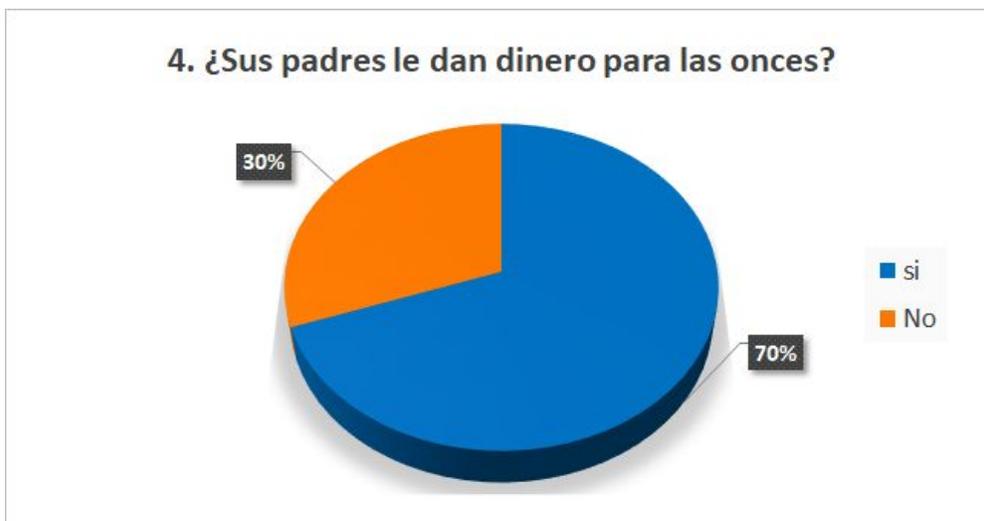
Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 67% consume bebidas azucaradas algunos días.
- * El 21% consume bebidas azucaradas todo los días.
- * El 7% consume bebidas azucaradas 1 vez a la semana.
- * El 5% no consume bebidas azucaradas.

Podemos ver que la gran mayoría de estudiantes no usan las bebidas azucaradas como fuente de hidratación diaria.

La cuarta pregunta dice ¿Sus padres le dan dinero para las onces?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 6 Resultado de 4º pregunta, 1º encuesta.



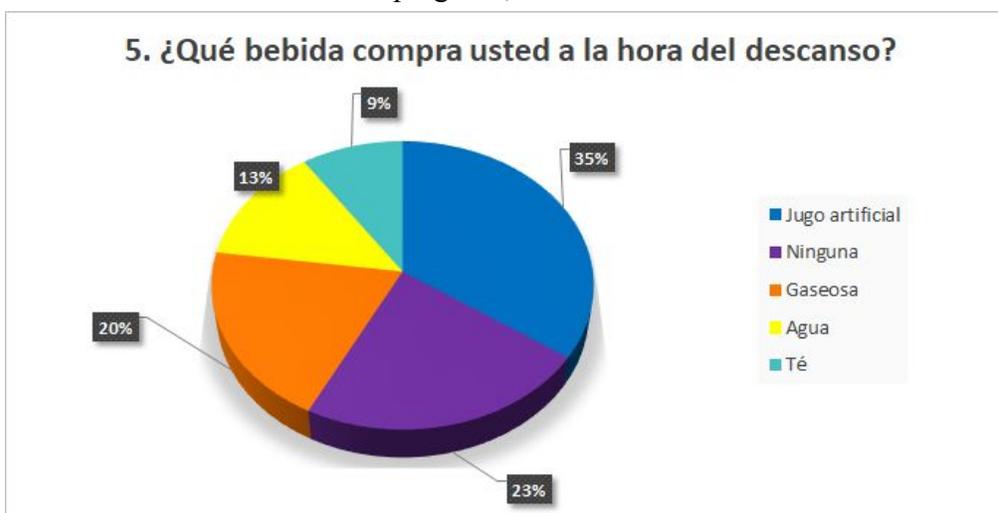
Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 70% le dan dinero para las onces.
- * El 30% no le dan dinero para las onces.

La quinta pregunta dice: ¿Qué bebida comprar usted a la hora del descanso?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 7 Resultado 5º pregunta, 1º encuesta.



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

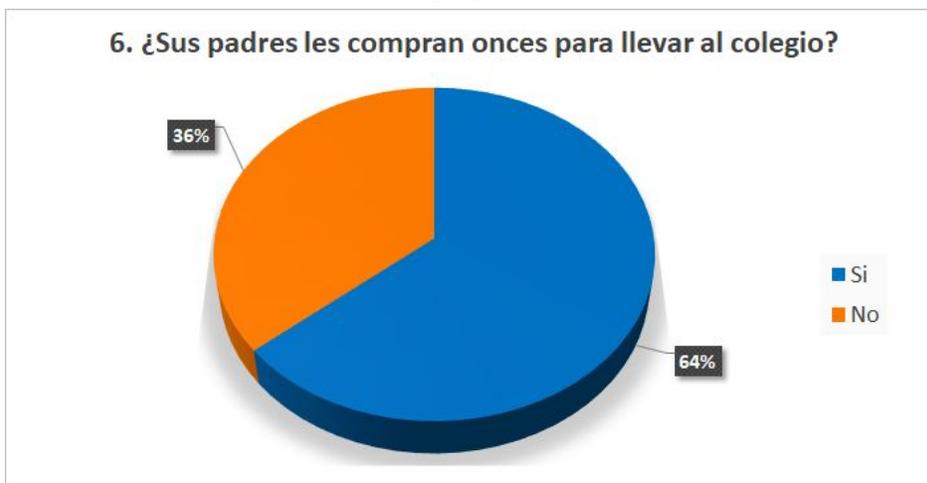
- * El 35% compra jugo artificial.

- * El 23% no compran bebida.
- * El 20% compra gaseosa.
- * El 13% compra agua.
- * El 9% compra té.

Podemos darnos cuenta que la bebida azucarada que más consumen los estudiantes es el jugo artificial seguido de las bebidas gaseosas.

La sexta pregunta dice: ¿Sus padres les compran onces para llevar al colegio?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 8 Resultado de 6° pregunta, 1° encuesta.



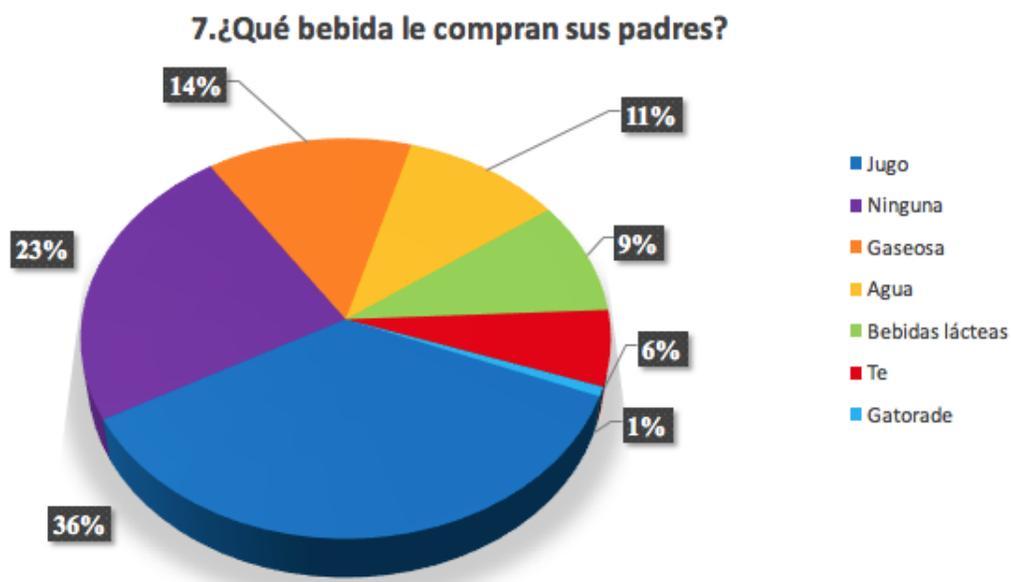
Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 64% le compran onces.
- * El 36% no le dan compran onces.

La séptima pregunta dice: ¿Qué bebida le compran sus padres?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 9 Resultado de 7° pregunta, 1° encuesta.



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

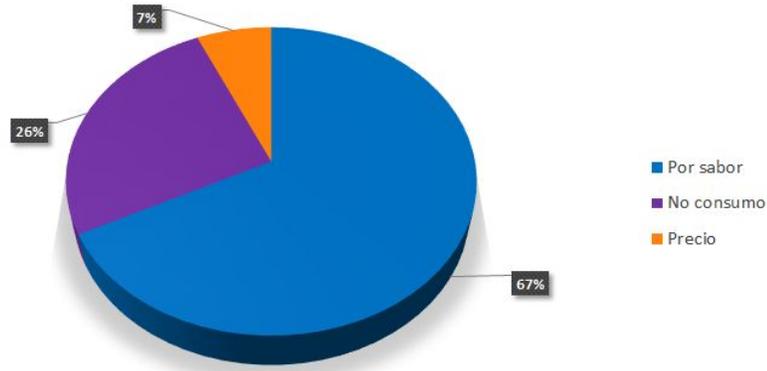
- * El 36% compra jugo artificial.
- * El 23% no compran bebida.
- * El 14% compra gaseosa.
- * El 11% compra agua.
- * El 9% compran bebidas lácteas.

Por medio de esta pregunta podemos identificar que los padres tienen poco conocimiento sobre las consecuencias sobre las bebidas azucaradas ya que sus opciones más usadas para la hidratación de sus hijos son jugos artificiales y gaseosas.

La octava pregunta dice: ¿Por qué prefiere consumir bebidas azucaradas, que una bebida natural?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 10 Resultado de 8° pregunta, 1° encuesta.

8. ¿Por qué prefiere consumir bebidas azucaradas, que una bebida natural?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

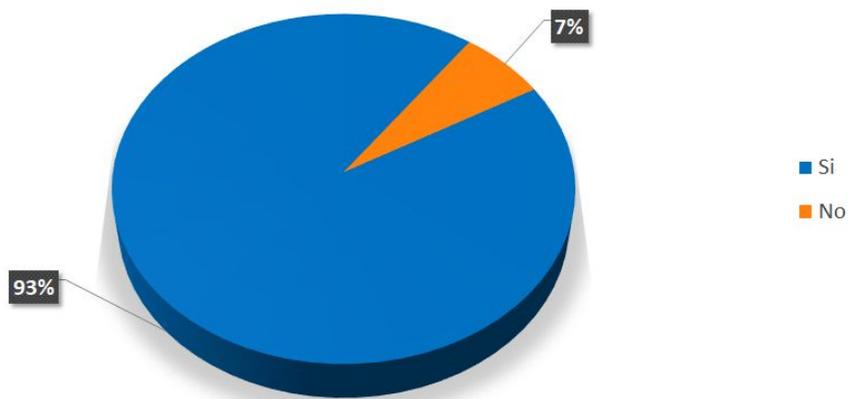
Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 67% consumen estas bebidas por sabor.
- * El 26% no consumen estas bebidas.
- * El 7% consumen estas bebidas por precio.

La novena pregunta dice: ¿Conoce los riesgos de consumir bebidas azucaradas?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 11 Resultado de 9º pregunta, 1º encuesta.

9. ¿Conoce los riesgos de consumir bebidas azucaradas?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

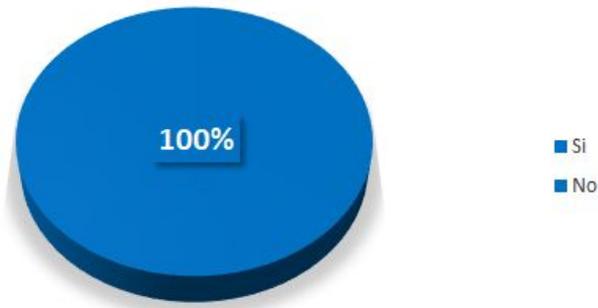
- * El 93% conoce los riesgos de las bebidas azucaradas.
- * El 7% no conoce los riesgos de las bebidas azucaradas.

Podemos observar que aunque los estudiantes conocen los riesgos hacen caso omiso a ellos y consumen este tipo de bebidas.

La décima pregunta dice ¿Posee alguna cuenta en alguna red social?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 12 Resultado de 10° pregunta, 1° encuesta.

10. ¿Posee alguna cuenta en alguna red social?



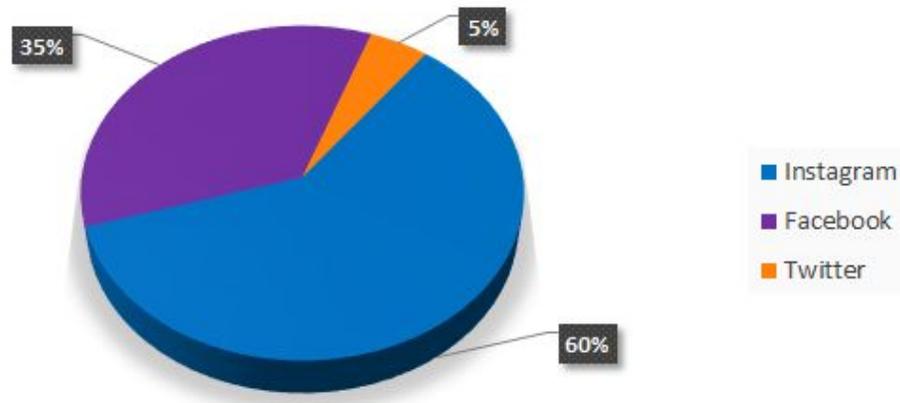
Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

*El 100% de los adolescentes encuestados tienen red social, esto equivale a 120 adolescentes.

La pregunta 11 dice ¿Cuál es la red social que más utilizas?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 13 Resultado de 11° pregunta, 1° encuesta.

11. ¿Cuál es la red social que más utilizas?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

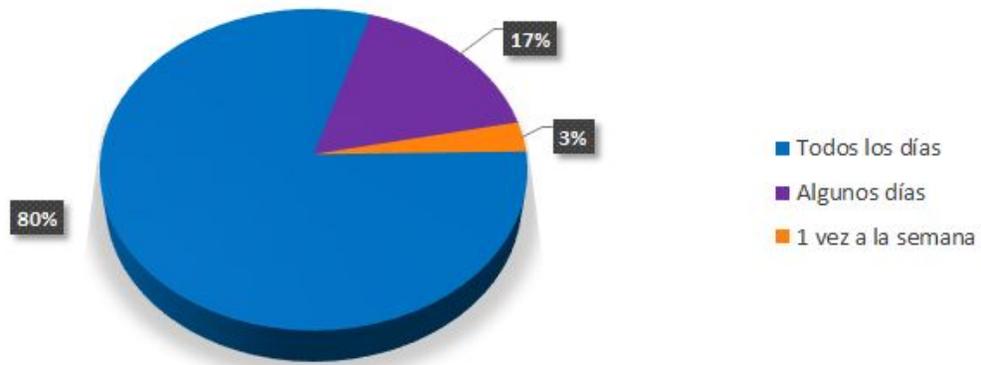
- * El 60% utiliza instagram.
- * El 35% utiliza facebook.
- * El 5% utiliza twitter.

Gracias a esta pregunta podemos escoger instagram como la red social base para atacar esta problemática.

La pregunta doce dice ¿Con qué frecuencia utiliza la red social que escogió?, en donde se ven los siguientes resultados.

Ilustración No. 14 Resultado de 12º pregunta, 1º encuesta.

12. ¿Con qué frecuencia utiliza la red social que escogió?



Fuente: Quintero Paula & Galindo Santiago. Colegio Oblatas al Divino Amor. 2018.

Esta gráfica muestra que de los 120 adolescentes encuestados:

- * El 80% utiliza utiliza la red social todos los días.
- * El 17% utiliza utiliza la red social algunos días.
- * El 3% utiliza utiliza la red social algunos días.

Entrevista satisfacción estrategia comunicativa

Sor Antonia Cifuentes

¿Qué piensa de la campaña?

La campaña, aunque no la seguí completamente de cerca y estuve al pie de los estudiantes universitarios en su camino, evidencie que ellos tienen conocimiento no solo de crear una publicidad o pieza para poder llamar la atención, sino que también podemos ver que ellos tienen conocimiento teórico del por qué los colores, sin decirles nada ellos en las piezas como se puede evidenciar tienen un personaje masculino y femenino y esos personajes tienen el uniforme institucional.

¿Qué piensas de la pieza gráfica?

La pieza gráfica como lo decía tenía en particularidad eso que combinaba con el ambiente escolar y llamaba la atención porque las piezas si no estoy mal fueron ubicadas en cafetería y en el patio grande, cuando me acerqué para visualizar el contenido de las piezas gráficas pude ver que este conectaba con un #Menos Azúcar.

¿Se evidencian cambios en los estudiantes?

En mi caso yo no estoy constantemente en las áreas de dispersión de los estudiantes, así que mi punto de vista sería mentira si digo que se realizaron cambios, probablemente los profesores Fredy y el profesor Ricardo pueden dar una opinión más acertada acerca de este comportamiento.

¿Qué le hizo falta a la campaña?

Desde mi punto de vista, me gustaría que pudieran interactuar más con los estudiantes, una charla una reunión explicando el porqué de la campaña, para así complementar todos los diseños que hicieron.

Freddy Beltrán

¿Qué piensa de la campaña?

La campaña #MenosAzúcar para mí fue grata y completa, no solo porque realizaron productos para los estudiantes, sino que también realizaron encuestas, por eso es la importancia de en una estrategia tener un historial o unos antecedentes para así mismo con ellos realizar la pieza o el producto para llevar a cabo una buena solución a una problemática tan actual como lo es con las bebidas azucaradas.

¿Qué piensas de la pieza gráfica?

Las piezas gráficas para mi están muy completas y no están saturadas de texto ya que muchas veces uno cansa la vista por una letra pequeña, pero es atractiva y además están en un lugar donde los estudiantes tienen que hacer fila para comprar sus onces y por eso tienen que pasar por la pieza gráfica al verla cuando llegan a comprar ya llevan algo en su pensamiento o en la mente del sí es bueno comprar algo azucarado o mejor algo natural y bajarle a los peligros que conlleva tomar tanto azúcar.

¿Se evidencian cambios en los estudiantes?

No estuve constantemente en el área de cafetería ni en el patio grande pero las veces que salía los estudiantes siempre tomaban su jugo o su gaseosa esta vez pude observar que más o menos, no aseguro cuantos, pero en un descanso los estudiantes que llegaron a leer el cartel en las zonas ubicadas a la hora de comprar sus onces pidieron un jugo natural, así que diría que la campaña tuvo éxito porque llegó a los estudiantes, recordando que son dos descansos en esta institución.

¿Qué le hizo falta a la campaña?

Diría que le faltó una actividad dinámica, para que los estudiantes conectaran aún más con la campaña, si la campaña llegó a su objetivo se podría decir, pero, si se logró llegar

con solo piezas gráficas, encuestas y que el colegio los conociera; imagínense donde ustedes realizaran una actividad dinámica, los estudiantes se motivan aún más.

Ricardo Montañez

¿Qué piensa de la campaña?

De entrada digo que estuvo completa la campaña, como ustedes saben yo soy profesor de matemáticas y pues para realizar una estrategia o llegar a un público lo primero es hacer encuestas y mucha gente piensa que las encuestas son: “hagamos unas pocas solo así por salir del paso”; pero cuando les pregunte que las encuestas a quienes o cuantos estudiantes van a tomarlas ustedes me respondieron que cerca de unos 120 a 200 estudiantes y en los cursos superiores en total con unos 469 estudiantes lo cual se podría decir que es casi la mitad; desde ese instante me gusto la campaña.

¿Qué piensas de la pieza gráfica?

No sé mucho de diseño, pero me pareció muy atractiva visualmente, no tiene tanto texto, y los colores son institucionales, además hay un juego de cuántos cubos de azúcar uno ve y me puse a contarlos.

¿Se evidencio cambios en los estudiantes?

Claro que si, como ustedes saben yo soy el rector de convivencia en esta institución y la verdad aquí con la cafetería es independiente pues nosotros no tenemos mucho control sobre ellos, pero aun así las piezas su ubicación su contenido llegaron a los estudiantes y como a mí me encantan las matemáticas diría que de un 100% un 80% observó la pieza gráfica y un 50% tomaron como ejemplo la buena alimentación o el evitar que se consumieran bebidas azucaradas y pedían un jugo en la cafetería. Claro no puedo negar que antes lo hacían pero no con tanta frecuencia como ahorita lo hacen.

¿Qué le hizo falta a la campaña?

La campaña me pareció muy completa, sin embargo, podría realizar digo yo algo como una pancarta grande que este en las canchas de básquet o de fútbol para que los estudiantes después de hacer ejercicio recuerden eso, pero grande diría yo así estilo banner.

Ilustración No. 15 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 16 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

11. PRODUCTO GRÁFICO:

La recolección y análisis de la información es un punto importante que nos permite identificar las problemáticas y poder diseñar estrategias asertivas para abordarlas, las entrevistas aplicadas son un instrumento claro que nos permite abordar a la población joven del colegio Oblatas al Divino Amor de Bogotá de manera directa y eficaz.

Después de realizar la investigación por medio de una encuesta de 12 preguntas recolectamos información sobre los estudiantes de grado superior del colegio R.R. Oblatas al Divino Amor estos saben que es una bebida azucarada, pero no saben identificarla y mucho menos tienen el conocimiento de consecuencias tienen.

De las entrevistas se puede concluir que que el personal de trabajo en esta institución, están informadas y aceptan que hay un problema con las bebidas azucaradas, pero no han abordado el tema con alguna estrategia.

No existe un apoyo estructurado por parte del gobierno para lograr implantar el debido proceso de la disminución de bebidas azucaradas.

Existe cierto concepto de facilismo para un jugo en caja que la fruta para hacer el jugo a los niños, ya que tanto para padres como para la institución el proceso de hacer un jugo natural exige más tiempo y dinero.

Uno de los puntos más preocupantes son las campañas publicitarias ya que les proporcionan información falsa e incompleta a los niños sobre estos productos procesados, llaman su atención opacando o dejando en el silencio lo que estas bebidas pueden producir a consumirlas usando un gran trabajo gráfico y de comunicación.

Por esta razón diseñamos dos piezas gráficas como prototipo inicial y un wallpaper en la cuales tenemos como personaje principal una niña y un niño con el respectivo uniforme de la institución ya anteriormente mencionada.

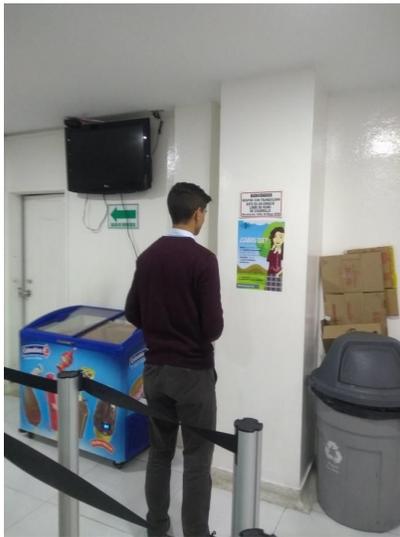
Los estudiantes en su descanso tiene muy poco tiempo para su dispersión por eso se les da dos descansos en la jornada estudiantil, las piezas gráficas contienen un texto de impacto con una cifra o un famoso ¿Sabías que?... después de ello las bebidas azucaradas no solamente son las gaseosas si no también los jugos procesados, en la pieza gráfica se le asignó tanto como una bebida gaseosa y un jugo tetra pack, para ello se le hace el sistema digestivo en ambas piezas y mientras los estudiantes toman su bebida se puede ver la

cantidad de cubos de azúcar en cada bebida, por esa razón cuando termina el texto está una pregunta para que así mismo los estudiantes pudieran tener una interacción con la misma campaña junto con el #MenosAzúcar que esto nos dirige a la cuenta de instagram que tenemos con nombre MenosAzúcar.

Para complementar la campaña se realizó un wallpaper o un protector de pantalla para la sala de sistemas, y la sala de inglés, haciendo que cuando los estudiantes encendieran los computadores o ingresaran al sistema recordarles la campaña de #Menos Azúcar. También se realizó un parrila de contenido para instagram, donde los estudiantes pueden obtener más información acerca de la bebidas azucaradas.

Tras realizar las entrevistas de satisfacción se replanteo la campaña debido a las opiniones y sugerencia del personal de la institución y nuestro tutor de tesis para generar un mayor impacto y enfocara a los estudiantes hacia la red social de mayor impacto en este caso instagram usando su icono en el material gráfico.

Ilustración No. 17 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



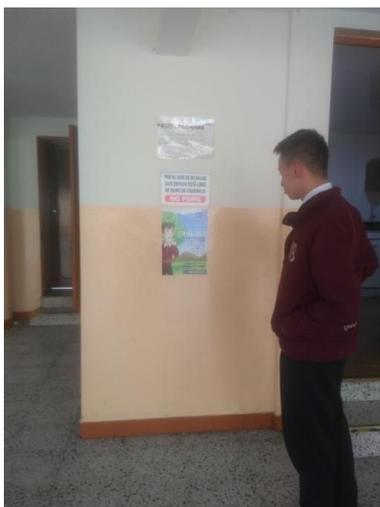
Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 18 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 19 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 20 Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 21. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 22. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 23. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 24. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 25. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 26. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 27. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018

Ilustración No. 28. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018

Ilustración No. 29. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018

Ilustración No. 30. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018

Ilustración No. 30. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

Ilustración No. 31. Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá.



Fuente: Ubicación Colegio Oblatas al Divino Amor, Bogotá, 2018.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y CIBERGRAFÍA:

2016. Nuevas tendencias en los hábitos alimentarios. Recuperado de http://www.tnrelaciones.com/cm/preguntas_y_respuestas/content/92/1558/es/nuevas-tendencias-en-los-habitos-alimentarios.html.

2016. Recuperado de <http://cuidatequeyotecuidare.com/images/infografiaHorarios.jpg>.

2016. Recuperado de <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/79/3d/ae/793daebb92fc11458e2f43ec07653ae1.jpg>.

2016. Recuperado de <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/25/3b/ba/253bbacf6d17930bcfd159b8ce5e8f55.jpg>.

2012. Diseño. Recuperado de <http://definicion.de/disenio/>.

2014. Tesis alimentación saludable del adulto mayor. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7660/1/TESIS%20ALIMENTACION%20SALUDABLE%20DEL%20ADULTO%20MAYOR.pdf>

2016. Obesidad infantil tesis. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9725/1/Obesidad%20Infantil%20TESIS.pdf>

2015. La nutrición y su influencia en el desarrollo cognitivo de los niños de 9 a 10 años de la escuela de educación básica Nicolás mestanza y álava, Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8305/1/TESIS.pdf>

2014. Alimentación balanceada de niños entre 6 y 18 meses de edad que asisten al centro infantil del buen vivir “CEIBA”. Recuperado de.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7559/1/tesis%20completa.pdf>.

2014. Nutrición escolar. Recuperado de

<http://es.slideshare.net/alwaysmiles/nutricin-escolar-proyecto>.

2014. Alimentación saludable en la escuela. Recuperado de

http://www.buenosaires.gob.ar/areas/educacion/curricula/alimentacion_saludable.pdf

2009. Plan de comunicación estratégico para impulsar, fortalecer y respaldar el Plan de Bienestar social de la Secretaría de educación de Bogotá y su difusión exitosa. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis334.pdf>

2009. la obesidad como problema de salud pública y su representación en el periódico el tiempo. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis303.pdf>

2014. Diseño de utensilio. Recuperado de

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&ved=0ahUKEwiJ8qS1zYvQAhWJx4MKHRh6C604ChAWCBkwAA&url=http%3A%2F%2Fri.uaq.mx%2Fbitstream%2F123456789%2F2385%2F1%2FRI001920.pdf&usg=AFQjCNGZu2HhQAg4tsgTd2Y7VBiTh_teGw&sig2=bMkMQws57CygSLBCIfNIhg.

2013. Milky. Recuperado de

http://www.rphart.net/sites/default/files/Catalogo_EMERGE12-13.pdf.

2005. Diseño de un Sistema de Comunicación Visual para Línea de Envases y Embalajes de Exportación de Productos Frutícolas de Empresa Nacional "Sociedad Agrícola Los Carrizos Ltda". Recuperado de

http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2005/zamorano_m/sources/1.pdf.

2015. Diseño de empaque de comida saludable. Recuperado de <http://eduteka.icesi.edu.co/proyectos.php/2/27011?>.

2012. Identidad gráfica para la comercialización del chachafruto o balú. Recuperado de http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/1399/1/TCG_RojasPortilloJeisonStiven_2012.pdf.

2011. Diseño de material promocional para el programa “Seguridad Alimentaria y Nutricional” de la Asociación Intervida Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2872.pdf

2009. Diseño de identidad corporativa y campaña publicitaria para agua embotellada que contribuya a la salud y apariencia física femenina. Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0ahUKEwip7LnbjovQAhUPz2MKHaekB7AQFgg-MAU&url=http%3A%2F%2Fdspace.esPOCH.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F152%2F1%2F78T00056.pdf&usg=AFQjCNHIGlffm8VfQR7WwESrN0RnJf4HA&sig2=dgwDMCtmQsKvxGNYJSBkow&bvm=bv.137132246,d.cGc>.

2007. Tras la ruta de tachuela. Recuperado de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/hermesoft/portallIG/home_1/recursos/tesis/contenidos/tesis_septiembre/05092007/tras_la_ruta_de_tachuela.pdf.

2016. Aporte nutricional de kilocalorías, macro y micro nutrientes. Recuperado de <http://www.educacionbogota.edu.co/es/temas-estrategicos/alimentacion-escolar/4322>

2016. Comunicación. Recuperado de 2016. Recuperado de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

2017. Los programas televisivos y su influencia en los hábitos alimenticios en los niños de 3 años nivel inicial de la Institución Educativa N° 132 Toribio de Luzuriaga y Mejía.

Recuperado de

<http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1449/TM%20CE-Ea%203302%20B1%20-%20Bejar%20Figuroa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

2014. Revista chilena de nutrición. Recuperado

<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182014000100013>

2016. Recuperado de

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/af/50/4e/af504ea685e6de0d867b70cfd2a43e2f.jpg>

13. ANEXOS

Cronograma

Actividad	Agosto	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Septiembre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Octubre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Noviembre	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Diciembre	Semana 1	Semana 2	
Conformación y reunión del equipo investigador																								
Definición del proyecto y preparación de la propuesta																								
Seleccionar colegio																								
Entrega primer avance																								
Visita Colegio R.R. Oblatas al divino amor																								
Buscar referencias																								
Entrega segundo avance																								
Formular problema																								
Buscar soluciones																								
Definir proyecto																								

Actividad	Febrero	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Marzo	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Abril	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Mayo	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4			
Entrega cuarto avance																							
Solución de la propuesta																							
Encontrar campañas en colegios																							
Definir que tipo de piezas graficas se realizaran																							
Entregar resumen del proyecto al colegio																							
Idear primera encuesta																							
Entregar encuesta para su previa aprobación																							
Aplicar encuesta de conocimiento del problema																							
Entregar piezas graficas y demas recusos para su aprobación																							
Aplicar campaña en colegio																							
Idear preguntas para la entrevista																							
Aplicar entrevista																							
Reunir todos los resultados de las encuestas																							
Aval del tutor																							
Entrega de documento para corrección																							
Correccion de tesis																							

Título del proyecto:	Milky
Año:	2013
Autor:	Carmen Becerro de Bengoa
Título de graduación :	Bellas artes y diseño
Lugar:	http://www.rphart.net/sites/default/files/Catalogo_EMERGE12-13.pdf

Fecha:	25 de septiembre del 2016
Objetivo de proyecto:	Fomentar el consumo de leche infantil junto con una dieta sana y equilibrada.
Descripción de proyecto:	Los niños están adquiriendo malos hábitos de consumo reemplazando un alimento saludable como lo es la leche con productos con alto contenido en azúcares, colorantes o conservantes. Lo que busca la autora de este proyecto es llamar la atención de estos niños con un empaque llamativo, diseñado especialmente para los infantes, fácil de llevar y con el cual se puede interactuar.
Pros:	Alimento esencial para los niños
Contra:	Los niños que son alérgicos a los lácteos Aunque se les presente un empaque diferente a los niños, la alimentación viene desde casa
Descripción del producto:	La tipografía es curva, líquida y voluminosa. Un logotipo adquiere movimiento y fluidez con una tipografía curva, deja de ser estático. La estética líquida está directamente relacionada con el producto que representa y se ha dotado de volumen para que resulte más atractiva.
Imagen producto:	

Título del proyecto:	Identidad gráfica para la comercialización del chachafruto o balú
Año:	2012
Autor:	Jeison Stiven Rojas
Título de graduación :	Comunicador gráfico
Lugar:	http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/1399/1/TCG_RojasPortilloJeisonStiven_2012.pdf
Fecha:	25 de septiembre 2016
Objetivo de proyecto:	Este proyecto pretende generar una identidad gráfica del chachafruto o balú, para que se pueda reconocer como producto y se pueda comercializar
Descripción de proyecto:	El autor de este proyecto pretende aplicar una campaña alusiva a la marca nutre balu, Las diferentes teorías sobre la creación de una marca o identidad gráfica para un producto se basan en la teoría del color, en cómo generar un manual de identidad gráfica, en generación de empaques llamativos y sus diferentes aplicaciones, en cuestión de promoción del producto.
Pros:	
Contra:	
Descripción del producto:	Un sitio web, un empaque para el producto llamativo, diferentes clases de piezas gráficas para publicidad, y un libro de recetas.

Título del proyecto:	Diseño de un Sistema de Comunicación Visual para Línea de Envases y Embalajes de Exportación de Productos Frutícolas de Empresa Nacional "Sociedad Agrícola Los Carrizos Ltda"
Año:	2005
Autor:	Marcia B . Zamorano P.
Título de graduación :	Diseño gráfico
Lugar:	http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2005/zamorano_m/sources/1.pdf

Fecha:	26 de octubre 2016
Objetivo de proyecto:	Posicionar en un mercado extranjero altamente competitivo, la imagen de productos frutícolas de la empresa nacional Agrícola Los Carrizos, a través de la creación de una identidad visual para su línea de envases y embalajes. Esta identidad debe crear diferenciación y lograr que estos productos aumenten su competitividad en el mercado internacional en rentabilidad e imagen.
Descripción de proyecto:	De este modo el diseño gráfico hace un aporte esencial en el desempeño del envase como herramienta comunicacional, ya que a través del manejo de recursos visuales interpreta los conceptos que la empresa desea transmitir a sus consumidores, y los traduce en forma, colores, texturas... Genera una imagen lingüística icónica que puede ser leída universalmente.
Pros:	Incentivan a desarrollar productos nacionales por medio de los embalajes y empaques
Contra:	Así mismo como incentivan a desarrollar productos nacionales, tratan de meter de alguna manera su ideal aunque me parece que con un empaque no es suficiente
Descripción del producto:	El resultado de este plan de diseño propone una solución gráfica en innovación de la imagen tipográfica, a través del manejo de los efectos en la composición formal de la palabra utilizada como logotipo de denominación de cada producto, para acortar los tiempos de lectura en el anaquel y mejorar la lectura a distancia y por lo tanto ser vistos antes que la competencia; además hacer de este modo de escritura / lectura que tiene características funcionales, una imagen de marca de la empresa que representa, convirtiéndose en un factor diferenciador. Además, la solución se transforma en un código gráfico aplicable a una mayor gama de productos si así fuese necesario. En el caso de que la empresa ampliará su mercado y diversificará su producción, la homogeneidad de la línea puede mantenerse.

Título del proyecto:	Diseño de empaque para comida saludable
Año:	2015
Autor:	Andrés Felipe Perdomo
Título de graduación :	Arte - Expresión Artística
Lugar:	http://eduteka.icesi.edu.co/proyectos.php/2/27011?
Fecha:	26 de octubre 2016

Objetivo de proyecto:	Al finalizar el proyecto el estudiante estará en capacidad de comprender e identificar los diferentes usos y tipos de empaques para alimentos, teniendo en cuenta los diferentes materiales y diseños presentes en estos.
Descripción de proyecto:	Con esta asignatura el estudiante estará en capacidad de diseñar empaques para alimentos saludables, basado en la observación de empaques existentes, su uso y su finalidad. El diseño de piezas de embalaje de producto ha sido indispensable en la conservación y venta de alimentos a lo largo de la Historia del hombre. El diseño gráfico cumple una función clave para que esta labor sea efectiva y se logre obtener un empaque funcional y atractivo visualmente.
Pros:	Enseña al estudiante a crear sus propios embalajes y empaques Les enseñan a una edad temprana El estudiante podrá crear un empaque para comida saludable, a partir de simples instrucciones de diseño, donde podrá ejercitar su Creatividad y sentido estético.
Contra:	Este proyecto no está aplicado adolescentes quienes podrían crear buenas ideas
Descripción del producto:	Es un proyecto en el que el estudiante crea un empaque, siguiendo las pautas de diseño que le dé el instructor.

Título del proyecto:	Diseño de material promocional para el programa “Seguridad Alimentaria y Nutricional” de la Asociación Intervida Guatemala.
Año:	2011
Autor:	Luis Fernando González Contreras
Título de graduación :	Licenciado en diseño gráfico
Lugar:	http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2872.pdf
Fecha:	26 de octubre 2016
Objetivo de proyecto:	Diseñar material promocional para el programa “Seguridad Alimentaria y Nutricional” de la Asociación Intervida Guatemala.

Descripción de proyecto:	Éste pretende, con las piezas gráficas que se elaboraron para todo el material, reducir la tasa de mortalidad infantil, pues está dirigido a las personas que capacitan a todas las mujeres embarazadas y mujeres con hijos pequeños en comunidades rurales en donde difícilmente pueden tener acceso a un hospital o un centro de salud debido a las distancias y a la carencia de transporte.
Pros:	Crear productos gráficos para que las personas cabezas de familia sepan cómo alimentar a sus hijos
Contra:	El proyecto no es suficiente para lograr que estas mujeres cabeza de familia puedan aprender
Descripción del producto:	El propósito general es diseñar material que puedan utilizar tanto los capacitadores como las mismas madres, para tener un control adecuado en el crecimiento de sus hijos y aprender buenos hábitos de higiene en la preparación de alimentos, así como la nutrición adecuada para cada niño en relación a la edad gestacional.

TÍTULO DEL PROYECTO	LA OBESIDAD INFANTIL COMO TRASTORNO ALIMENTICIO EN NIÑOS DE 3 Y 4 AÑOS DE EDAD DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA FISCAL “PROVINCIA DE EL ORO”.
AÑO	ENERO 2016
PAÍS	ECUADOR
AUTOR	DAMARYS ISABELA BOSA BONILLA
TÍTULO DE GRADO	INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO
LUGAR	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9725/1/Obesidad%20Infantil%20TESIS.pdf
FECHA DE BÚSQUEDA	SEP 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<u>Objetivo General</u> Fomentar una alimentación saludable y promover la actividad física para invertir la tendencia ascendente de la prevalencia de la obesidad y, con ello, reducir sustancialmente la morbilidad y mortalidad atribuible a las enfermedades crónicas.

	<p><u>Objetivos específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Sensibilizar e informar a los representantes legales del impacto positivo que, para su salud y la de sus hijos, tiene una alimentación equilibrada y la práctica regular de actividad física. ·Promover la educación nutricional en el medio familiar, escolar y comunitario. ·Estimular la práctica de actividad física regular en la comunidad, con especial énfasis en los escolares. ·Realizar el seguimiento de las medidas propuestas y la evaluación de los resultados obtenidos a través de este medio visual, que se utilizó como estrategia para poder llegar a los representantes legales. <p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Establecer estrategias tecnológicas para el conocimiento de la obesidad infantil a través del diseño y elaboración de material Infográfico animado para promover la educación nutricional y el impacto positivo que tendrá, para mejorar la salud de los infantes de la Unidad Educativa Fiscal Provincia de el Oro la ciudad de Guayaquil-2014.</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ·Promover estrategias y técnicas de labor reservados a optimizar las costumbres alimenticias. ·Promover la educación nutricional en el medio familiar, centro Infantil y en la comunidad. ·Sensibilizar e informar a la población del impacto positivo, para la salud de sus hijos, posee una comida ecuánime y la destreza usual de acción física. ·Elaborar una infografía animada para concientizar a los padres en la alimentación de los niños. 		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</p>	<p>El proyecto quiere brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la obesidad infantil Para evitar que los niños la practican, también se quiere promover la educación nutricional para mejorar la salud de los infantes. Y que su entorno sea mejorado viendo las ventajas que esto le trae</p>		
<p>PROS</p>	<p>Tienen buenas fuentes de información .</p> <p>Se ve el problema de investigación.</p> <p>Organización</p> <p>Recolección de Datos.</p> <p>Tienen diferentes tipo de investigación.</p>	<p>CONTRA</p>	<p>Tal Vez la solución grafica no de solución a largo plazo puesto que una infografía puede pasar a solo informar pero no a que esto se practique</p>

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	El diseño y elaboración de un material infográfico animado que irá dirigido a los padres , que dará a conocer el tema de la obesidad infantil de una forma didáctica pero que al tiempo informen y participen tanto padres como niños.
---------------------------------	--

TÍTULO DEL PROYECTO	LA NUTRICIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO COGNITIVO DE LOS NIÑOS DE 9 A 10 AÑOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA NICOLÁS MESTANZA Y ALAVA, GUAYAQUIL 2015.
AÑO	JULIO 2015
PAÍS	ECUADOR
AUTOR	Sidney Odair Moreira Mosquera
TÍTULO DE GRADO	INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO
LUGAR	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8305/1/TESIS.pdf
FECHA DE BÚSQUEDA	SEP 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Establecer la influencia de la nutrición en el desarrollo cognitivo de los niños de 9 a 10 años de edad de la Escuela de educación básica Nicolás Mestanza y Alava cantón Guayaquil, provincia del Guayas.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Examinar las gestiones que realiza la escuela en relación al control de la alimentación de los niños. 2. Definir los hábitos alimenticios de los niños con bajo rendimientos. 3. Identificar los motivos por los cuales los educandos con bajo rendimiento escolar presentan desinterés en la clase. 4. Establecer las previsiones que el bar escolar está efectuando para cumplir con los requerimientos promulgados por los ministros de educación y salud pública.
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	La mala alimentación afecta al rendimiento académico de los estudiantes, los cuales no son guiados por sus padres a saber que es una buena nutrición , ya que no están educados y el entorno donde se encuentran siempre han encontrado

	comida común pero que la verdad no es buena para el desarrollo del niño , la idea es capacitar a los padres y niños para que conozcan que es una buena alimentación y qué beneficios pueden tener .		
PROS	Tienen buenas fuentes información . Se ve el problema de investigación. Organización Recolección de Datos.	CONTRA	El producto puede que no se pueda solucionar definitivamente el problema a resolver
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Es una guía didáctica –impresa que orientara y proporciona información a los niños a una buena alimentación y corregir y mejorar el desarrollo cognitivo de los niños de 9 a 10 años y estimular el interés de ellos , docentes y padres de familia. Cuenta con una introducción, tambien hay unas actividades para el docente podrá conducir en las aulas con finalidad de informar y mejorar malos hábitos.		

TÍTULO DEL PROYECTO	ALIMENTACIÓN BALANCEADA DE NIÑOS ENTRE 6 Y 18 MESES DE EDAD QUE ASISTEN AL CENTRO INFANTIL DEL BUEN VIVIR “CEIBA”.
AÑO	SEP 2014
PAÍS	ECUADOR
AUTOR	NURIK DENISSE FARIÑO SANCHEZ
TÍTULO DE GRADO	INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO
LUGAR	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7559/1/tesis%20completa.pdf
FECHA DE BÚSQUEDA	SEP 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<u>Objetivo General</u>

	<p>Facilitar información teórica y práctica de la educación nutricional mediante un programa didáctico multimedia a los representantes legales de los niños que asisten a los Centros Infantiles del Buen Vivir (CIBV).</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las causas de la mala nutrición de los niños. - Establecer mecanismos que capaciten a los representantes legales sobre la alimentación y nutrición en niños. - Utilizar de manera eficaz las herramientas de diseño para crear el programa de educación nutricional multimedia. - Transmitir correctamente la información recopilada sobre la correcta alimentación que deben tener los niños en el hogar. <p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Diseñar y elaborar un programa didáctico multimedia sobre educación nutricional</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar los conocimientos de programación y diseño adecuadamente para la realización del programa nutricional. - Implementar los recursos de color, movimiento y audio de manera favorable para obtener una correcta presentación visual y auditiva que facilite el aprendizaje de su contenido. - Recopilar información pertinente para la difusión del mensaje nutricional en niños orientados a representantes legales. - Difundir información relevante a los representantes legales sobre la correcta alimentación a los niños. 		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</p>	<p>En la ciudad de Guayaquil Ecuador , la mayoría de personas no tienen información o no tienen como informarse acerca de una alimentación balanceada para los niños más que todo se enfoca desde que nace hasta cuando le nace su primer diente , el proyecto busca que los padres o responsables de estos niños estén informados de cómo es la manera adecuada de alimentarlos, qué es lo bueno y qué es lo malo y a medida que crece el niño estar preparado para darle una buena alimentación y no sufra enfermedades o desordenes alimenticios.</p>		
<p>PROS</p>	<p>Tienen buenas fuentes de información .</p> <p>Se ve el problema de investigación.</p> <p>Organización</p> <p>Recolección de Datos.</p> <p>Tienen diferentes tipos de investigación.</p>	<p>CONTRA</p>	<p>Tal vez el producto no resuelve a largo plazo la problemática.</p>

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<p>Es la elaboración y diseño de un programa multimedia interactivo sobre la nutrición para niños , que será orientado para los padres o representantes legales.</p> <p>El programa cuenta con distintas funciones que son como la bienvenida , un menú principal donde se muestran temas de interés con su correspondientes submenús con toda la información que el representante puede ver e informarse sobre esto .</p>
---------------------------------	--

TÍTULO DEL PROYECTO	ALIMENTACIÓN SALUDABLE DEL ADULTO MAYOR EN EL CENTRO DE SALUD BOCA DE CAÑA, DEL 2014 - 2015.
AÑO	2014
PAÍS	ECUADOR
AUTOR	Sandra Gonzalez
TÍTULO DE GRADO	INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO
LUGAR	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/7660/1/TESIS%20ALIMENTACION%20SALUDABLE%20DEL%20ADULTO%20MAYOR.pdf
FECHA DE BÚSQUEDA	Oct 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Facilitar información a las personas relacionadas con el adulto mayor, sobre una alimentación adecuada y prevenir enfermedades mediante una campaña publicitaria impresa.</p>

	<p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Identificar la situación actual de los pacientes del Centro de Salud Boca de Caña.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mantener y crear un estilo de vida saludable que protejan a la mente del deterioro cognitivo en el adulto mayor. · Incentivar a las personas a mantener una alimentación adecuada, con el fin de evitar enfermedades. · Elaboración de las piezas gráficas de la campaña publicitaria. · <p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Diseñar y elaborar una Campaña Grafica para fomentar los hábitos alimenticios del adulto mayor en el Centro de Salud Boca de Caña en el cantón Samborondón.</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Difundir la importancia de una correcta alimentación. · Incentivar la buena alimentación por medio de la campaña gráfica. · Elaborar piezas gráficas que impacten y se queden en la mente del receptor. · Seleccionar los colores y las imágenes adecuadas, para poder transmitir un buen mensaje al receptor. 		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	El proyecto quiere brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la buena alimentación y los hábitos que tienen las personas de tercera edad para evitar que tengan enfermedades y gocen de una mejor vida.		
PROS	<p>Tienen buenas fuentes información .</p> <p>Se ve el problema de investigación.</p> <p>Organización</p> <p>Recolección de Datos.</p> <p>Tienen diferentes tipo de investigación.</p>	CONTRA	<p>Tal vez la solución grafica no de solución a largo plazo puesto que una la piezas gráficas puede pasar a solo informar pero no a que esto se practique</p>
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<p>El diseño y elaboración de una campaña con diferentes piezas gráficas, la campaña es para incentivar a las personas de tercera edad a comer más saludable, por medio de elementos que en la campaña para crear conciencia para que puedan cambiar sus hábitos alimenticios, la piezas fueron afiche , triptico , una guia nutricional y material pop.(imán)</p>		

TÍTULO DEL PROYECTO	Diseño de identidad corporativa y campaña publicitaria para agua embotellada que contribuya a la salud y apariencia física femenina.
AÑO	2009
PAÍS	ECUADOR
AUTOR	Andrea Castro
TÍTULO DE GRADO	LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
LUGAR	https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0ahUKEwip7LnbjovQAUPz2MKHaekB7AQFgg-MAU&url=http%3A%2F%2Fspace.epoch.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F152%2F1%2F78T00056.pdf&usg=AFQjCNHIGlffm8VfQR7WwESrN0RnJJf4HA&sig2=dgwDMCtmQsKvxGNYJSBkow&bvm=bv.137132246,d.cGc
FECHA DE BÚSQUEDA	Oct 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Diseñar la imagen corporativa y campaña publicitaria para agua embotellada que contribuye a la salud y apariencia física de las mujeres riobambeñas.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Investigar los beneficios del agua en la salud y apariencia física, de manera especial en la celulitis, flacidez y gordura principales problema estéticos femeninos. · Realizar un estudio comparativo de las principales marcas de aguas embotelladas, analizar su imagen corporativa, los elementos comunes con los que el consumidor identifica a esos productos y posicionamiento de beneficios para los consumidores. · Elaborar la planificación del programa de identidad corporativa y diseñar el manual de identidad corporativa. · Realizar la planeación publicitaria, aplicar las estrategias creativas y establecer el concepto publicitario. · Producir las piezas visuales y audiovisuales que conformarán la campaña publicitaria..
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	El proyecto va dirigido para las mujeres entre 18 y 35 años que buscan mejorar su salud por medio de ingesta de agua la cual tiene un ingrediente que ayudará a disminuir la celulitis.

PROS	Tienen buenas fuentes de información . Se ve el problema de investigación. Organización Recolección de Datos. Tienen diferentes tipos de investigación.	CONTRA	Tal vez la solución gráfica no de solución a largo plazo puesto que una la piezas gráfica que es el empaque de la botella puede que no funcione
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	El diseño y elaboración etiqueta de una botella de agua con un ingrediente especial para la eliminación de celulitis de las mujeres. Y realizaron diferentes piezas gráficas como anuncios en revistas , en jingle en radio, en las paradas de los buses , una valla, afiche y publicidad en los buses.		

TÍTULO DEL PROYECTO	Diseño de un utensilio para alimentación en campamento con base a requerimientos nutricios de adolescentes Scouts
AÑO	Nov 2014
PAÍS	Querétaro
AUTOR	Andrea pacheco
TÍTULO DE GRADO	Licenciado en Diseño Industrial
LUGAR	https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&ved=0ahUKEwiJ8qS1zYvQAhWJx4MKHRh6C604ChAWCBkAA&url=http%3A%2F%2Fri.uaq.mx%2Fbitstream%2F123456789%2F2385%2F1%2FR1001920.pdf&usg=AFQjCNGZu2HhQAg4tsgTd2Y7VBiTh_teGw&sig2=bMkMQws57CygSLBCIfNIhg
FECHA DE BÚSQUEDA	Oct 27 2016
OBJETIVO DEL PROYECTO	<u>Objetivo General</u> Diseñar un utensilio que sirva de guía de alimentación y como apoyo a los adolescentes en edad de Tropa en la ciudad de Querétaro para cubrir las necesidades y problemáticas que presentan en lo

	<p>relacionado a las comidas en campamento, pretendiendo mejorar a corto y a largo plazo el estado nutricional y el rendimiento en sus actividades cotidianas.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de actividad realizada y los requerimientos energéticos generales en las actividades comunes en campamentos de dos días desarrolladas por los adolescentes de 11 a 15 años. • Identificar la cantidad de kilocalorías en menús recurrentes por los adolescentes de la Tropa Scout en campamentos de dos días. • Identificar los requerimientos de diseño de utensilios para la alimentación en campamentos scouts de dos días. • Diseño de un utensilio que facilite el consumo de alimentos en campamentos pensado para producción industrial. • Definir el proceso de producción del utensilio diseñado. 		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</p>	<p>El proyecto quiere brindar conocimiento mediante una estrategia acerca de la buena alimentación y reducir el padecimiento de enfermedades como la obesidad en los niños pero centrándose en los niños que pertenecen al grupo SCOUT para que conozcan aptitudes y actitudes de una vida sana a través de prácticas de actividades saludables.</p>		
<p>PROS</p>	<p>Tienen buenas fuentes de información . Se ve el problema de investigación. Organización Recolección de Datos. Tienen diferentes tipos de investigación.</p>	<p>CONTRA</p>	<p>Tal vez la solución gráfica no es una solución a largo plazo puesto que una vez que las piezas gráficas se pasan a solo informar pero no a que esto se practique</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>El diseño y elaboración de un utensilio que sirva como guía de alimentación para cubrir sus necesidades energéticas y nutrimentales, y al mismo tiempo ayude a transportar y/o consumir los grupos de alimentos, de forma tal que haga notar a los adolescentes Scouts la importancia de llevar una buena alimentación no sólo en campamentos, sino en su vida cotidiana, lo que repercutirá a su vez en la convivencia social, desarrollo físico y mental y en la disminución de riesgos para el desarrollo de patologías crónicas como la obesidad.</p>		



ENCUESTA SOBRE LA PROBLEMÁTICA AL CONSUMIR BEBIDAS AZUCARADAS

Este proyecto busca generar conciencia sobre el problema que hay al consumir bebidas con alto contenido de azúcar. Por medio de esta encuesta vamos a determinar el nivel de información que manejan los estudiantes de sexto a once de bachillerato del Colegio R.R. Oblatas al Divino Amor cuando se habla de bebidas azucaradas, le recordamos que la información recopilada será confidencial y no afectará en nada su desempeño académico.

Edad: _____ Grado: _____

Marque con una X en el cuadro correspondiente.

1. ¿Sabe usted qué es una bebida azucarada?

Sí No

2. ¿Qué tipos de bebida azucaradas conoce? _____

3. ¿Cada cuánto consume bebidas azucaradas?

Todos los días 1 vez a la semana Algunos días No consumo

4. ¿Sus padres le dan dinero para las onces?

Sí No

5. ¿Qué bebida compra usted a la hora del descanso? _____

6. ¿Sus padres le compran onces para llevar al colegio?

Sí No

7. ¿Qué bebida le compra sus padres? _____

8. ¿Por qué prefiere consumir una bebida azucarada, que una bebida natural?

Por sabor Precio No consumo

9. ¿Conoces los riesgos de consumir bebidas azucaradas ?

Sí No

10. ¿Posee alguna cuenta en alguna red social?

Sí No

11. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Facebook Instagram Twitter

12. ¿Con qué frecuencia utiliza la red social que escogió?

Todos los días 1 vez a la semana Algunos días

Gracias por su colaboración.



CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA REGISTROS Y ENCUESTAS

Este proyecto busca generar conciencia sobre el problema que hay al consumir bebidas con alto contenido de azúcar. Por medio de esta encuesta vamos a determinar el nivel de información que manejan los estudiantes de sexto a once de bachillerato del Colegio R.R. Oblatas al Divino Amor cuando se habla de bebidas azucaradas, le recordamos que la información recopilada será confidencial y no afectará en nada su desempeño académico.

Su participación es completamente voluntaria; si no desea hacerlo comuníquese con los investigadores o la institución.

Lea toda la información que se le ofrece en este documento y haga todas las preguntas que necesite al investigador que se lo está explicando, antes de tomar una decisión.

Si algunas preguntas lo ponen incómodo, dígaselo a la persona que se las está haciendo y puede no contestar alguna de ellas si así lo prefiere. De todas maneras, lo ideal es tratar de dar toda la información requerida para que el estudio se haga en forma correcta. Puede suspender su participación en cualquier momento.

He leído la hoja de información del Consentimiento Informado, he recibido una explicación satisfactoria sobre los procedimientos del estudio y su finalidad.

He quedado satisfecho con la información recibida, la he comprendido y se me han respondido todas mis dudas. Comprendo que mi decisión de participar es voluntaria.

Presto mi consentimiento para la recolección de datos/la realización de la encuesta propuesta y conozco mi derecho a retirarlo cuando lo desee, con la única obligación de informar mi decisión a los investigadores responsables del estudio.

Firma Estudiante

Firma Padres

