



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

**CAMPAÑA DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL DIRIGIDA A
JÓVENES ADULTOS, PARA MEJORAR SUS HÁBITOS ALIMENTICIOS**

JINNY MELAINE COUDERC BENAVIDES

Guatemala, 21 de julio de 2007



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

**CAMPAÑA DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL DIRIGIDA A
JÓVENES ADULTOS, PARA MEJORAR SUS HÁBITOS ALIMENTICIOS**

TESIS

**Presentada al Consejo Directivo de la
Facultad de Arquitectura y Diseño**

por

JINNY MELAINE COUDERC BENAVIDES

Al conferírsele el título de

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y
PUBLICIDAD**

Guatemala, 21 de julio de 2007

INTRODUCCIÓN

Por medio de este trabajo de investigación se dará a conocer la problemática actual y las razones por las cuales se ha elegido como tema de proyecto final de graduación la “Influencia de la publicidad de comida rápida en los jóvenes adultos”.

Hoy en día en Guatemala un 48 % de la población ente 20-35 años padecen de sobrepeso y obesidad. Se considera que una de las causas principales es la influencia que tienen los medios de comunicación en todas sus formas, sobre los jóvenes adultos.

El mercado de la comida rápida ha visto en los jóvenes su público objetivo, por lo que las campañas publicitarias que se realizan hoy en día, van dirigidas especialmente a ellos. Los jóvenes ven a los restaurantes de comida rápida como el lugar ideal para suplir los tiempos de comida, ya que tiene un servicio rápido y una comida llamativa, pero con los mínimos requerimientos de una dieta balanceada.

En Guatemala según se tiene conocimiento la comida rápida surge en los años 50 con el restaurante denominado Pecos Bill que en su actualidad vende hamburguesas.

Después surge Pollo Caporal el que ofrecía únicamente su producto en la feria de Primavera en el Parque Nacional La Aurora y luego se extendió en toda la ciudad de Guatemala; luego en 1967 surge la Cafetería los Pollos, la especialidad de ambos era la venta de pollo frito, hoy en día ya no existen.

En 1972, Pollo Campero un restaurante de pollo frito, abrió su primer local, posteriormente surgen las cadenas internacionales Mc Donalds, Burger King, Wendys, Taco Bell, Sub Way entre otros, ofrecía en común, alimentos altos en grasas saturada y carbohidratos definidos.

En la actualidad, un estudio realizado el segundo semestre del año 2005 muestra que existen 14 restaurantes de comida rápida ofreciendo diferentes platillos según sea la preferencia del consumidor, ubicándose estos en las zonas 9 y 10 de la capital de Guatemala.

Según Prodatos, "en Guatemala un 48% de la población joven adulta comprendida entre los 20-35 años padecen de sobre peso y obesidad por el alto consumo de comida rápida o chatarra y una vida sedentaria". Estos datos demuestran que la juventud hoy en día padece de enfermedades cardiovasculares, por los malos hábitos alimenticios y falta de actividad física. Por causa de una sociedad desarrollada y tecnificada que provoca menor gasto de energía en las actividades laborales y de ocio. La variedad de programación que se tiene a través de la televisión por cable contribuye a quedarse más en casa y hacer menos actividades fuera de la misma, tales como: deporte, caminatas al aire libre, etc.

Culturalmente se ha perdido el hábito de las comidas familiares en casa, por la variedad de comidas que ofrece el mercado y lo práctico que esto se vuelve en su adquisición. "Por otro lado, provoca mayor desembolso económico puesto que el menú mas accesible tiene un costo promedio de Q.32.00 a cambio si este fuera preparado en casa se tendría un precio promedio de Q.26.00; según datos que

se tienen la población consumidora de comida rápida gasta cada fin de semana un promedio de Q.600,000.00.

Las consecuencias fisiológicas que alcanza un individuo por el consumo de comida chatarra es el aumento de grasa saturada nada productiva para la salud, a cambio de un menú preparado con productos saludables y nutritivos que le daría una mejor calidad de vida.

En la actualidad en Guatemala, la publicidad de comida rápida tiene una alta participación en relación a otras categorías; está presente prácticamente en cualquier medio masivo y punto de venta. Con campañas publicitarias estratégicas y enfocadas en su grupo objetivo primario: jóvenes adultos, han cumplido un objetivo mercadológico común, aumentar sus ventas.

La publicidad aumenta cada día más en imágenes gráficas, escritas y promocionales que incitan a los jóvenes a consumir más comida rápida. Las promociones cumplen el objetivo de cautivar a los consumidores y crearles una tendencia de fidelidad y adicción. A esto se agrega una guerra de precios desatada, lo cual hace al consumidor más vulnerable a este tipo comida. Por lo mismo, los mensajes publicitarios de comida rápida influyen negativamente en los hábitos alimenticios de los jóvenes adultos de la ciudad de Guatemala y producen graves daños a su salud.

Por el problema que se llegó a investigar y llegar a los siguientes objetivos:

- Conocer las razones por la cual la comida rápida causa daños a la salud.
- Analizar los mensajes publicitarios relacionados con la promoción y venta de comida rápida en la ciudad capital y que están dirigidos al público joven adulto.
- Observar y analizar los hábitos alimenticios de los jóvenes adultos e identificar si éstos se ven influenciados por la publicidad de comida rápida.
- Identificar las posibles consecuencias negativas que se producirían en la salud de los jóvenes al seguir una dieta a base de comida rápida.
- Realizar un proyecto de comunicación como propuesta de solución a este problema.

Para efectos de esta investigación se tomó en cuenta la Investigación Descriptiva, donde esta sirve para analizar un comportamiento social y sus componentes. En esto se utilizaron 3 tipos de componentes:

- a) Encuestas realizadas al grupo objetivo, en esta se pudo observar en los resultados que tanta información saben los usuarios de la comida rápida y de su daño.
- b) Entrevistas realizadas a profesionales en nutrición, en estas se pudo profundizar y aclarar las consecuencias de la obesidad y de los malos hábitos alimenticios.
- c) Guía de observación, el objetivo de esta fue observar el lugar de consumo de comida rápida, sus consumidores

y la razón por la cual la persona va al lugar de la venta de comida.

Se utilizó la investigación cuantitativa, la cual describe, explora, explica o correlaciona una serie de resultados que operacionalmente realizan cuantitativamente las variables.

De la investigación se obtuvo datos interesantes que lograron confirmar y conocer algunos aspectos que no se podían observar a simple vista.

Se dio a conocer que un 60% de los encuestados fueron hombres, esto dio una respuesta concreta que la mayoría de personas que trabajan en las zonas 9 y 10 son hombres. Los cuales un 26% de las personas ingieren comida rápida de 6 veces o más a la semana. De estos encuestados los resultados más impresionantes fueron que un 55% saben que la comida rápida en exceso es dañina para la salud.

La importancia de esta investigación es ayudar a los jóvenes a hacerle conciencia de los daños que causa este tipo de comida.

Debido a los resultados, se llegó a la conclusión de que es verdaderamente importante realizar una campaña de información para hacer conciencia a los jóvenes adultos, que deben hacer ejercicios con frecuencia y a tener una alimentación saludable y nutritiva, y conocer de antemano los daños que la comida rápida produce en el organismo. Es importante dar a conocer que si la comida chatarra se consume en exceso puede desembocar en una obesidad no deseada, produciendo alteraciones metabólicas y desencadenando enfermedades más graves.

Al tener el apoyo de NUCARE, clínica de nutrición, La Liga Contra la Obesidad de Guatemala y posiblemente con algunos patrocinadores asociados, se cuenta con los recursos financieros para llevar a cabo esta campaña informativa y poder así contribuir a la salud de los jóvenes guatemaltecos. El principal alcance es poder llegar a cientos de jóvenes que actualmente trabajan en las zonas 9 y 10 de la ciudad de Guatemala; pero esta propuesta podría ser difundida más adelante a toda la población, adaptando los contenidos por edades y grupos sociales.

ÍNDICE GENERAL

	Página
INTRODUCCIÓN	i
1. TERRITORIO DE GUATEMALA	
1.1 GENERALIDADES	1
1.2 CIUDAD DE GUATEMALA	3
1.3 LA COMUNIDAD	4
2. OBESIDAD	6
2.1 ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS DE LA OBESIDAD?	8
2.2 CONSECUENCIAS DEL SOBRE PESO Y LA OBESIDAD	10
2.3 OBESIDAD EN LOS JÓVENES ADULTOS	10
2.4 NUTRICIÓN PARA PROBLEMAS CARDIOVASCULARES	11
2.5 NUTRICIÓN	14
2.5.1 Aspectos Generales de la Nutrición	14
2.5.2 Composición de los alimentos	15
2.5.3 Distribución adecuada de las comidas	15
2.6 ENFERMEDADES	17
2.6.1 Otras enfermedades que pueden repercutir	17
2.7 LA PUBLICIDAD	22
2.7.1 Campaña publicitaria	22
2.7.2 Las campañas informativas	23
2.8 INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO	24
2.8.1 Proyectos realizados en el mundo	24
3. FUNDAMENTACIÓN ANTROPOLÓGICA	31
3.1 ENFOQUES	31
3.2 ENFOQUE ANTROPOLÓGICO	31
3.3 NOTAS QUE DEFINEN A LA PERSONA	32
3.4 ENFOQUE FILOSÓFICO	32
3.5 ENFOQUE SOCIAL	33

3.6 ENFOQUE HISTÓRICO	34
4. MARCO METODOLÓGICO	35
4.1 MÉTODO	35
4.2 UNIVERSO O POBLACIÓN	36
4.2.1 Muestra	36
4.2.2 Fórmula	36
4.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	37
4.3.1 Instrumento	37
4.3.2 Encuestas	37
4.3.3 Entrevistas	38
4.3.4 Guía de observación	38
4.4 PROCEDIMIENTO	38
4.5 ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO	40
5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROPUESTAS DE DISEÑO	45
5.1 PLANTEAMIENTO DE LA NECESIDAD	45
5.2 OBJETIVOS	46
5.3 GRUPO OBJETIVO	47
5.4 EL CLIENTE	49
5.5 PROPUESTA DE DISEÑO	51
5.5.1 Presentación	51
5.5.2 Descripción del producto	51
5.5.3 Mensaje	51
5.5.3.1 Información básica	52
5.5.4 Tono de la comunicación	52
5.5.5 Objetivos de comunicación	52
5.6 PLAN DE DESARROLLO, GESTIÓN Y EJECUCIÓN	53
5.6.1 Conceptos cental	53
5.6.2 Proceso de bocetaje	53
5.6.2.1 Tipografías	54
5.6.2.2 Tipos de tipografías seleccionadas	54
5.6.2.3 Color	56
5.6.2.4 Diagramación E ilustraciones	57
1. Bocetaje ilustraciones	57
2. Bocetaje diagramación	58
5.6.2.5 Muppies	61
5.6.2.6 Recetas en productos go fresh	63
5.6.2.7 Trifoliar	64
5.6.2.8 Sitio web	65

5.6.2.9 Layout presentación power point	66
5.6.2.10 Promocionales	67
5.6.3 Validación	74
5.6.4 Piezas validadas	74
5.6.5 Resultados	81
5.6.6 Propuesta final	84
5.6.7 Bocetos finales	85
5.6.8 Implementación	98
5.6.9 Formas de reproducción y distribución del material	98
5.7 TIMING	100
5.8 RECURSOS PARA DESARROLLAR EL PROYECTO	101
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
APENDICE	111
ANEXOS	127

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

MAPA

1	Mapa Guatemala	2
---	----------------	---

FIGURAS

1	Obeso	7
2	Báscula	9
3	Comida chatarra	11

TABLAS

1	Clasificación	18
---	---------------	----

GRÁFICAS

1	¿Cuántas veces por semana consume comida rápida?	39
2	¿Qué restaurantes de comida rápida frecuenta más?	40
3	¿Cree que la comida rápida es dañina para la salud?	40
4	¿Está conciente que la comida rápida crea adicción?	41
5	¿Existe algún decreto que regule la publicidad de comida rápida?	42
6	¿Cree que un decreto ayudará a la regulación de la publicidad de comida rápida?	43

1. TERRITORIO DE GUATEMALA

1.1 GENERALIDADES

La República de Guatemala está localizada en la América Central, siendo este el más septentrional del istmo. Se halla ubicado al Sur del continente de Norteamérica. Conocido también como "El País de la Eterna Primavera". Colinda al Sur con el Océano Pacífico y al Este con el Mar Caribe. Limita al Norte y Oeste con México y sus estados de Chiapas, Tabasco y Campeche, al Noreste con Belice y al Sureste con Honduras y El Salvador.

El clima centroamericano en general es uno de los más privilegiados del mundo con temperaturas medias templadas todo el año. Excepto por las áreas costeras, Guatemala es en su mayoría montañosa, con un clima cálido tropical, más templado en el altiplano. La mayoría de las ciudades principales están situadas en la parte sur del país; las ciudades principales son la capital Guatemala, Quetzaltenango y Escuintla. El gran Lago de Izabal está situado cerca de la costa Caribeña.

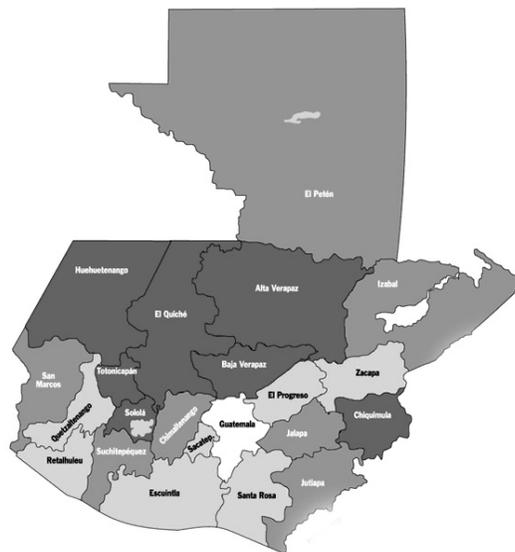
El 40.6% de guatemaltecos son descendientes de naciones indígenas mayas. Los mestizos (de linaje mezclado europeo e indígena) y los criollos blancos de descendencia española, alemana y de otros países europeos llamados ladinos en Guatemala, comprenden el 59.4% de la población. La mayoría de la población guatemalteca es rural, aunque el proceso de urbanización se acelera. La religión predominante es el Catolicismo Romano, al que muchos indígenas guatemaltecos han agregado formas adicionales de adoración. El Protestantismo y las religiones tradicionales mayas son practicadas por un 32% y un 1% de la población, respectivamente.

Aunque el idioma oficial es el español, éste no es universalmente entendido entre la población indígena. Sin embargo, los Acuerdos de Paz firmados en diciembre de 1996 aseguran la traducción de algunos documentos oficiales y del material de votación a varias lenguas indígenas.

En Guatemala se hablan 23 lenguas autóctonas, la mayoría de ellas de origen maya, a excepción de las lenguas Xinca y Garífuna.

Población: 12,639,939 (est. julio 2000)

Mapa No. 1 "Mapa Guatemala"



Fuente: Programa de las Naciones Unidas

para el desarrollo, Guatemala.

Razón de sexos:

Nacimiento: 1.05 masculino/femenino menos de 15 años: 1.04 masculino/femenino 15-64 años: 1 masculino/femenino 65 años y más: 0.88 masculino/femenino total de la población: 1.01 masculino/femenino (est. 2000)

Tasa de mortalidad infantil: 47.03 muertes/1000 nacimientos vivos (est. 2000).

Esperanza de vida al nacer: total de población: 66.18 años. masculino 63.53 años. femenino 68.96 años (est. 2000).

Total de tasa de fertilidad: 4.66 nacidos/mujer (est. 2000).

Nacionalidad: sustantivo: Guatemalteco(s) adjetivo: Guatemalteco (masculino)/Guatemalteca (femenino)

Grupos étnicos: Mestizo (mezcla Amerindio-Español y criollos europeos nacidos en Guatemala - en Español local llamado Ladino), aproximadamente 60%, Amerindio o predominantemente Amerindio, aproximadamente 40%.

1.2 CIUDAD DE GUATEMALA

Guatemala es un departamento al Sur de la República de Guatemala. Su capital es Ciudad Guatemala limita al Norte con departamento de Baja Verapaz, al Noreste del departamento de El Progreso, al Este con el departamento de Jalapa, al Sudeste con el departamento de Santa Rosa, al Sudoeste con el departamento de Escuintla, al Oeste con los departamentos de Sacatepéquez y

Chimaltenango y al Noroeste con el departamento de El Quiché. Su superficie es de 2.126 km².

Población: 1994.938 habitantes. 1,300 personas habitan por km², esto equivale que en las zonas 9 y 10 hay 13,790 habitantes

10 = 12,090 habitantes

9 = 1,700 habitantes

De los cuales un 70 % promedio, son jóvenes adultos entre 20-35 años de edad.

Geografía:

Altitud: 1.533 metros.

Latitud: 14° 37' 15" N

Longitud: 090° 31' 36" O

La ciudad de Guatemala es la capital económica, gubernamental y cultural de la República, así como, la metrópoli más grande en toda América Central.

1.3 COMUNIDAD

Ciudad de Guatemala

Zonas 9 y 10

Actualmente, las principales actividades económicas de Guatemala se encuentran centralizadas en la ciudad capital, principalmente en

¹ Instituto Nacional de Estadísticas, 2006

las zonas 9 y 10, donde se ubican las oficinas centrales de este conglomerado empresarial. Por tanto, la mayoría de habitantes que tienen un trabajo de oficina, se desplazan hacia estos sectores.

2. OBESIDAD

La obesidad es un exceso de grasa en el cuerpo que frecuentemente condiciona una alteración del estado de la salud. Se ha establecido que un adulto con sobrepeso u obesidad se determina utilizando el índice de masa corporal (IMC), definido como el peso en kilogramos dividido por la altura en metros al cuadrado². Un IMC mayor a 30.0 kg/m² tanto en mujeres como hombres es indicativo de obesidad. Es un factor de riesgo conocido para enfermedades crónicas como: enfermedades cardíacas, diabetes, hipertensión arterial, ictus y algunas formas de cáncer. La evidencia sugiere que se trata de una enfermedad con origen multifactorial: genético, ambiental, psicológico entre otros³.

La obesidad es un exceso de grasa en el cuerpo que frecuentemente condiciona una alteración del estado de la salud. Se ha establecido como acuerdo que los hombres con más de un 25% de grasa corporal y las mujeres con más del 30% son obesos⁴. Es un factor de riesgo conocido para enfermedades crónicas como: enfermedades cardíacas, diabetes, hipertensión arterial, ictus y algunas formas de cáncer. La evidencia sugiere que se trata de una enfermedad con origen multifactorial: genético, ambiental, psicológico entre otros.

Cualidad de persona excesivamente gorda. Acumulación excesiva de grasa en el cuerpo, hipertrofia general del tejido adiposo.

² John McClain, Clinical Guidelines on the identification, Evaluation and Treatment of Overweight and Obesity in Adults. NIH & NHBLI

³ Enciclopedia Larousse, tomo 5, I bid; p.235

⁴ Enciclopedia Larousse, tomo 5, I bid; p. 239

Se puede establecer un índice de obesidad, definido como la relación entre peso real y teórico.

Hay que distinguir en:

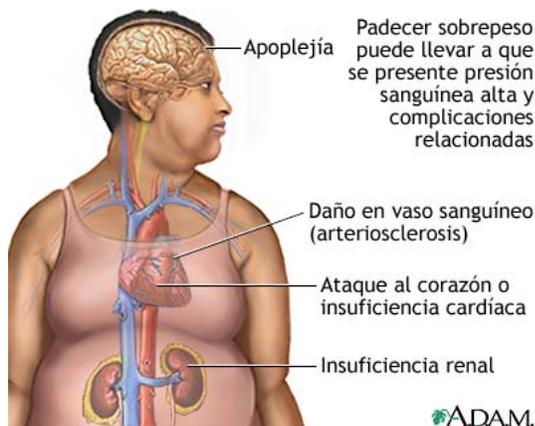
- a) Obesidad exógena: La obesidad debida a una alimentación excesiva.
- b) Obesidad endógena: La que tiene por causa alteraciones metabólicas.

Dentro de las causas endógenas, se habla de obesidad endocrina cuando está provocada por disfunción de alguna glándula endocrina, como la tiroides.

- Obesidad hipotiroidea

- Obesidad gonadal

Figura No. 1 "obeso"



Fuente: www.adam.com

Lo más importante de tener un peso normal no es lucir de determinada manera, sino sentirse bien y mantenerse saludable.

Tener demasiada grasa corporal es dañino para el cuerpo de muchas maneras.

2.1 ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS DE LA OBESIDAD?

Las personas aumentan de peso cuando el cuerpo recibe más calorías de las que quema. Estas calorías adicionales se almacenan como grasa. La cantidad de sobrepeso que lleva a la obesidad no se acumula en unas pocas semanas o meses. Dado que ser obeso es más que tener unas cuantas libras de más, generalmente las personas obesas han estado ingiriendo más calorías de las necesarias durante años.

La obesidad puede ser hereditaria, pero es difícil determinar hasta qué punto depende de los genes y tienden a pensar de manera similar sobre temas relacionados con el peso (por ejemplo, les insisten a los niños que coman mucho para ponerse "grandes y fuertes"). Todas estas situaciones pueden contribuir al aumento de peso, por lo tanto, a veces es difícil determinar si una persona nace con una tendencia a la obesidad y el sobrepeso o si aprende hábitos alimenticios y de ejercicio que la llevan a aumentar de peso. En la mayoría de los casos, los problemas relacionados con el peso surgen por una combinación de factores genéticos y hábitos.

Algunas veces, las emociones también pueden estimular la obesidad. La gente tiende a comer cuando está afligida, ansiosa, triste, estresada, o incluso aburrida. Después de comer demasiado, estas personas se sienten culpables y comen más para enfrentar esas emociones negativas; de este modo, crean un círculo difícil de romper.

Uno de los factores más importantes en el aumento de peso es el estilo de vida sedentario. Actualmente, las personas son mucho menos activas que en el pasado, ya que ocupan su tiempo libre frente a la televisión, los computadores y los juegos de video. Nuestras vidas están dominadas por los automóviles; de hecho, muy poca gente camina o utiliza una bicicleta para ir a algún lugar. Cuanto más ocupados se está, menos tiempo se tiene para cocinar comidas saludables; por lo tanto, cada vez más gente come en restaurantes, compra comida para llevar o compra comidas rápidas en almacenes o comidas preparadas para calentar. Todas estas comidas por lo general contienen mucha más grasa y calorías que las caseras, preparadas a partir de alimentos frescos.

Figura No. 2 "báscula"



Fuente: www.google.com/images

2.2 CONSECUENCIAS DEL SOBREPESO Y LA OBESIDAD

- Enfermedades cardiovasculares (enfermedad coronaria del corazón, hipertensión, accidente cerebro-vascular, insuficiencia cardiaca).
- Enfermedades metabólicas (diabetes tipo 2, hiperlipidemia, síndrome metabólico).
- Ciertos tipos de cáncer (endometrio, próstata, colon, mama)
- Otras (salud reproductiva de la mujer, salud mental, osteoartritis, enfermedad vesícula biliar, apnea del sueño).

La vigilancia epidemiológica de la obesidad y sus factores de riesgo es una tarea indispensable para la planificación, ejecución y evaluación de programas y políticas de salud pública para su prevención y control.

2.3 LA OBESIDAD EN LOS JÓVENES ADULTOS

La obesidad es nociva, tanto para el cuerpo como para la mente. No sólo hace que la persona se sienta cansada e incómoda, sino que además puede deteriorar las articulaciones y someter a otras partes del cuerpo a un esfuerzo adicional.

La obesidad también puede tener consecuencias más graves. En los jóvenes adultos, puede provocar enfermedades que antes se consideraban únicamente un problema de los adultos, tales como la hipertensión (presión sanguínea alta), altos niveles de colesterol, enfermedades del hígado y diabetes tipo 2, una enfermedad que implica que el cuerpo tiene dificultades para convertir los alimentos en energía, lo que provoca niveles elevados de azúcar en la sangre.

Además de otros posibles problemas, la gente obesa tiene más probabilidades de estar deprimida. Esto puede iniciar un círculo

vicioso: cuando la gente tiene sobrepeso, se siente triste o incluso enojada y come para sentirse mejor. Después se siente peor por haber comido. Y cuando una persona se siente deprimida, es menos probable que salga y haga ejercicio.

Figura No. 3 “comida chatarra”



Fuente: www.veer.com

2.4 NUTRICIÓN PARA PROBLEMAS CARDIOVASCULARES

Padecer problemas cardiovasculares es algo más que un problema.

Quién los padece lo sabe: obstrucción vascular provocada por el temible colesterol, que incluso puede provocar grandes dolores en el pecho (la angina de pecho), cálculos biliares. Pero la buena alimentación es la principal fuente de salud si se quiere evitarlos.

Consejos para llevar una nutrición adecuada:

a) Aumentar el consumo de fibra

El consumo de fibra vegetal sirve para prevenir el riesgo de padecer una enfermedad coronaria, especialmente el cereal (considerado como la mejor protección a padecer una cardiopatía isquémica y arteriosclerosis).

Entre los alimentos recomendados destacan:

El salvado sin procesar, los albaricoques secos y sin huesos, las almendras, las ciruelas, el pan integral, los guisantes y otros como el maíz dulce, las espinacas hervidas y el apio.

Y en cuanto a los alimentos desaconsejados, evite los exentos de fibra, como helados, chocolate, tocino, salchichas.

b) Comer menos grasas saturadas.

Lo recomendable es seguir una dieta pobre en grasa, concretamente la llamada "dieta depresora del colesterol". Se debe evitar grasas saturadas como la que contiene la mantequilla, manteca, carne de cerdo, cordero, res, leche entera o condensada, frutos secos, hamburguesas, pastelería, helados, pasteles, quesos cremosos, huevos hervidos, pescado en aceite.

c) Reducir el consumo de sal.

La sal puede suponer un riesgo para las personas con problemas cardiovasculares, ya que esta relacionada con el aumento de la presión sanguínea (hipertensión). Para evitar la hipertensión se deben

restringir los alimentos como: leche condensada o en polvo, quesos salados, carnes ahumadas o curadas, mortadela, salami, salchichas, jamones, pescados ahumados, sopas de sobre, pasteles, aceitunas y frutos secos salados.

Nutrientes que el cuerpo necesita:

Son varios los elementos que el cuerpo necesita, los estudiosos de la materia los han enmarcado en siete grupos básicos (algunos en tres). Para que el ser humano tenga un desarrollo perfecto y el organismo funcione bien deben estar los siete elementos de la alimentación diaria los cuales son:

- Proteínas.
- Grasas.
- Carbohidratos.
- Minerales.
- Vitaminas.
- Fibra.
- Y agua.

Estos elementos se deben repartir adecuadamente durante todo el día, y sobre todo debe ser completa con una rutina de ejercicio físico que ayude tanto a la regulación dietética como al consumo del exceso de nutrientes.

La dieta es de enorme importancia para el organismo, se puede pasar muchos días sin comer, pero no se puede pasar más de cuatro días sin beber, ya que de diversas formas se eliminaría al

menos un litro de agua al día, y el organismo no puede sobrellevar la pérdida de un 10 % de su contenido normal en agua.

El contenido de grasa del organismo puede ser enormemente variable, ya que las grasas esenciales, es decir, aquéllas de las que no se pueden prescindir porque intervienen en la estructura de tejidos y órganos, apenas suponen un 3.0% del peso total en hombres y un 12.0% en mujeres.

El resto son grasas de reserva, de fácil aumento o disminución con el ejercicio.

2.5 NUTRICIÓN

2.5.1 Aspectos Generales de la Nutrición. El objetivo de la Ciencia de la Nutrición es el de definir una dieta apropiada para cada individuo que se ajuste a sus necesidades y apetencias, cuidando un equilibrio que mantenga su peso óptimo.

El gozar de buena salud es más que la ausencia de enfermedad, es el bienestar físico y mental, es el equilibrio y la buena forma. Para cuidar la salud no es útil comer mucho o poco, sino lo apropiado y lo que hace mejor al cuerpo.

Se está convencido que la mejor forma de promover este bienestar es ayudando a que todas las personas conozcan sus necesidades alimenticias como ser humano y así al momento de comer, tener en cuenta este conocimiento.

2.5.2 Composición de los alimentos

- Elementos orgánicos

 - Hidratos de carbono o carbohidratos

 - Proteínas

 - Lípidos o Grasas

- Elementos inorgánicos

 - Macro y microminerales

 - Macro: sodio, potasio, calcio, fósforo, magnesio y azufre.

 - Micro: cobre, iodo, hierro, magnesio, cromo, cobalto, selenio y zinc.

- Composición acuosa de alimentos

 - Vitaminas y ácidos.

 - Vitaminas en general.

 - Vitaminas liposolubles (A,D,E,K).

 - Liposolubles: vitaminas (A,D,E y K).

 - Vitaminas Hidrosolubles (C y grupo B).

2.5.3 Distribución adecuada de las comidas. La correcta alimentación es una cuestión importante para la salud, y para una correcta alimentación es necesario respetar la forma en que el organismo necesita que le sean administrados los elementos.

Está demostrado que el hombre no se alimenta bien comiendo en la soledad, sin acompañamiento de sus semejantes. Necesita de todo un comportamiento de un grupo que lleva consigo una dinámica, con sus pausas incluidas, lógicamente producidas por la

conversación. Todo esto hace que la masticación sea más lenta, contribuyendo a una mejor digestión y asimilación.

De los resultados obtenidos por los múltiples estudios efectuados en Estados Unidos de América en el año 2004 en lo que refiere a las cantidades y formas de administración de la comida, se obtiene que una distribución más que aconsejable es la siguiente:

Desayuno

20-25 % de las calorías diarias

Almuerzo

35-40 % de las calorías diarias

Merienda

10-20 % de las calorías diarias

Cena

15-25 % de las calorías diarias

Idealmente los alimentos de estas comidas, deberían estar compuestos de la siguiente forma:

HIDRATOS DE

CARBONO entre 50% y 60% del total de alimentos consumidos

PROTEINAS entre 15% y 20% del total de alimentos consumidos

GRASAS entre 15% y 30% del total de alimentos consumidos

2.6 ENFERMEDADES

2.6.1 Otras enfermedades que pueden repercutir

Conceptos

a) Diabetes tipo 2. Alrededor del 95 por ciento de los diabéticos tienen diabetes tipo 2, conocida antes como diabetes mellitus no insulino dependiente o diabetes de comienzo en la edad adulta⁵. Muchas personas con diabetes tipo 2 no responden normalmente a su propia insulina o a la que se les inyecta. Esto se conoce como resistencia a la insulina. La diabetes tipo 2 se presenta más frecuentemente en personas mayores de 40 años, pero esto no quiere decir que personas más jóvenes no puedan obtenerla.

Muchos que la sufren son obesos. Muchos no saben que tienen diabetes. Algunas personas con diabetes tipo 2 controlan sus concentraciones sanguíneas de azúcar planeando las comidas y haciendo ejercicio. Otras deben tomar tabletas que estimulan la producción de insulina, disminuyen la resistencia a la misma, disminuyen la salida de glucosa del hígado o reducen la velocidad de absorción de los hidratos de carbono en el tracto gastrointestinal. Otras personas requieren además inyecciones de insulina.

⁵ Roberts Christine. "Simply delicious recipes for diabetics" . 1a. ed. (E.E.U.U, S.n,1996) p.16

b) Evolución de la enfermedad renal. El deterioro que caracteriza la enfermedad renal en los pacientes diabéticos tiene lugar en los glomérulos y alrededor de los mismos. Los glomérulos son las unidades filtradoras de sangre de los riñones. Al comienzo de la enfermedad, la eficiencia de la filtración disminuye y se pierden proteínas importantes de la sangre por la orina. Los profesionales médicos juzgan la presencia y extensión de la enfermedad renal incipiente midiendo el contenido de proteínas de la orina. Más adelante, en el curso de la enfermedad, los riñones pierden la capacidad de retirar de la sangre los productos de desecho, como la creatinina y la urea. Mediante la determinación de estos productos en la sangre se sabe qué tanto ha avanzado la enfermedad renal.

Los síntomas relacionados con la insuficiencia renal por lo general sólo ocurren en las últimas etapas de la enfermedad, cuando la función renal ha disminuido a menos del 10 al 25 por ciento de la capacidad normal. Durante muchos años antes de que se llegue a ese punto, la enfermedad renal en la diabetes es un proceso silencioso.

c) Hipercolesterolemia. La hipercolesterolemia consiste en la presencia de colesterol en sangre por encima de los niveles considerados normales. Este aumento, que se asocia a problemas coronarios, depende de la dieta, el sexo, el estilo de vida y la síntesis endógena.

De esta manera, en la concentración de colesterol en sangre intervienen factores hereditarios y dietéticos, junto a otros relacionados con la actividad física.

Tabla No. 1 "Clasificación"

Elevado	mayor a 240 mg por día
Límite	200 a 239 mg por día
Deseable	menor a 200 mg por día

Fuente: Van Way III, M.D Charles W.

La repercusión en el organismo depende de los depósitos de colesterol que tiene lugar en células y tejidos, cuando se deposita en la pared arterial contribuye en la formación de la placa de ateroma, secuela fundamental de la hipercolesterolemia, constituyendo así el principal factor de riesgo coronario.

El tratamiento debe reducir el nivel elevado de colesterol LDL y aumentar el nivel de colesterol HDL.

Si al hacer la dieta el colesterol no desciende se indican fármacos y se deben modificar los hábitos y estilos de vida de los pacientes, como por ejemplo; el tabaquismo y vida sedentaria.

Las tres variables de alimentación que en exceso elevan el nivel del colesterol son:

- a. Las grasas saturadas (grasas sólidas del reino animal).
- b. El colesterol (grasa que se encuentra en productos animales).
- c. El valor calórico total.

Las grasas saturadas están contenidas en carne vacuna, cordero, cerdo, margarinas sólidas, grasa de vaca, aceite de coco, chocolate, piel de pollo, manteca, etc.

La regla básica para el tratamiento de este tipo de problemas es que el paciente baje de peso llegando al peso "deseable".

c) Hipertensión. El sistema cardiovascular del ser humano está compuesto por el corazón, músculo que actúa como bomba impulsando la sangre, y por los vasos sanguíneos⁶.

Las arterias se encargan de conducir la sangre hacia todos los órganos para oxigenarlos y las venas la retornan al corazón. El corazón trabaja en dos tiempos. El primero llamado diástole, es la relajación que le permite llenarse de sangre.

El segundo Sístole, se refiere a la contracción necesaria para expulsar la sangre con la fuerza suficiente para que llegue a su destino.

La presión arterial es el resultado de la fuerza con que el corazón impulsa la sangre y la mantiene circulando dentro de los vasos sanguíneos.

La presión se mide con un aparato llamado tensiómetro y debe ser tomada por personal entrenado. Se reportan dos cifras. La máxima o sistólica corresponde a la presión que se produce cuando el corazón se contrae y la mínima o diastólica refleja la resistencia que oponen las paredes de las arterias al paso de la sangre, cuando el corazón está relajado.

La presión arterial no mantiene los mismos valores a lo largo del día, por eso debe ser tomada en diferentes oportunidades y en

⁶ Stambler R. "Primary prevention of hipertensión by nutricional", 1ra ed.(EEUU Ec. hygienic means,1989) p.40

diferentes posiciones, antes de establecer un diagnóstico de hipertensión.

Como en cualquier otro tipo de enfermedad, es muy importante la vida que lleva el paciente. Unos hábitos saludables son el complemento perfecto para la medicación, así como la constancia a la hora de tomar la medicación. Si se tiene controlada, la hipertensión, se puede llevar prácticamente una vida normal. Para hacer un seguimiento y que los pacientes puedan controlar de forma continuada su tensión arterial, se pueden utilizar los tensiómetros de pulsera que permiten ver la tensión arterial en cualquier momento⁷.

Los puntos básicos para tratar la hipertensión arterial son la medicación, practicar ejercicio de forma moderada y realizar dieta, haciendo especial hincapié en la restricción de sal. Es muy importante reducir el peso, por lo que la dieta mediterránea se convierte en un buen aliado de los enfermos, dado que es muy saludable.

Si se mantiene el exceso de presión en las arterias durante varios años sin ningún tipo de tratamiento, son muchas las complicaciones a las que se está expuesto. Algunas de las enfermedades más importantes en las que suele derivar la hipertensión son la arterioesclerosis, cardiopatía hipertensiva, ictus y enfermedad renal.

La hipertensión arterial (HTA) constituye una elevación crónica de la presión arterial (PA) cuyos límites de normalidad pueden definirse desde dos puntos de vista ⁸:

⁷ Stambler R. Primary prevention of hipertensión by nutricional –hygienic means.1a. e.d.(EEUU, s.n, 1989) p.104

⁸ Stambler R, Primary prevention of hipertensión by nutricional –hygienic jeans 1ra ed. (EEUU,s.n 1989) p.104

a) Estadístico. La HTA es una variable continua que se ajusta a una distribución normal. En consecuencia, se puede definir la HTA, como aquellas cifras de presión arterial que se encuentran por encima de unos límites prefijados, utilizando para estos límites habitualmente dos veces la desviación estándar o el percentil 95.

b) Epidemiológico. Nivel de presión arterial por encima del cual aumenta el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y cerebrales. Se sabe que el riesgo se duplica cuando las cifras de presión arterial diastólica (PAD) se elevan por encima de 90 mmHg en comparación con la población con cifras inferiores a 90 mmHg.

2.7 LA PUBLICIDAD

La publicidad es una actividad de comunicación cuyo objetivo fundamental es persuadir, convencer o seducir al público hacia un determinado bien de consumo, servicio, individuo o idea. Para dicha persuasión, la publicidad utiliza numerosos recursos estilísticos y estrategias para presentar lo que anuncia como algo imprescindible para el consumidor, por ello, es frecuente que la publicidad no sea fiel a la realidad e intente manipular al individuo. Un ejemplo de esto son la publicidad subliminal y la publicidad engañosa. Los medios de comunicación ofrecen a los anunciantes un espacio de publicidad a cambio de una determinada suma de dinero, o en ocasiones, un canje, o trueque⁹.

2.7.1 Campaña publicitaria. La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para

⁹ Enciclopedia interactiva Wikipedia,

lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial, se trata de un plan a corto plazo¹⁰.

Un plan de campaña se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como, otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña se presenta al cliente en una presentación de negocios formal.

Conceptos:

2.7.2 Las Campañas Informativas

Información: La información es un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. De esta manera, si por ejemplo se organizan los datos sobre un país (número de habitantes, densidad de población, nombre del presidente, etc.) y se escribe por ejemplo, el capítulo de un libro, se puede decir que ese capítulo constituye información sobre ese país¹¹. Cuando se tiene que resolver un determinado problema o se tiene que tomar una decisión, se emplean diversas fuentes de información y se construye lo que en general se denomina conocimiento o información organizada que permite la resolución de problemas o la toma de decisiones.

Según otro punto de vista, la información es un fenómeno que proporciona significado o sentido a las cosas, e indica mediante códigos y conjuntos de datos, los modelos del pensamiento humano. La información por tanto, procesa y genera el conocimiento humano. Aunque muchos seres vivos se comunican transmitiendo información

¹⁰ Loc, cit.

¹¹ información en la publicidad, 2001

para su supervivencia, la superioridad de los seres humanos radica en su capacidad de generar y perfeccionar tanto códigos como símbolos con significados que conformaron lenguajes comunes útiles para la convivencia en sociedad, a partir del establecimiento de sistemas de señales y lenguajes para la comunicación.

Conciencia: La conciencia, del latín *conscientia*, es definida en general como el conocimiento que el ser humano tiene de sí mismo y de su entorno¹². En términos filosóficos, es la facultad de decidir y hacerse sujeto, es decir, actor de sus actos y responsable de las consecuencias que de ellos se siguen, según la percepción del bien y del mal. Como fenómeno psíquico, la conciencia es objeto de estudio de la psicología y la psiquiatría. Como concepto moral, de la ética, un campo de la filosofía.

Esto lleva a definir que una campaña de información para hacer conciencia esta basada en un amplio plan de publicidad, donde su objetivo primordial es informar los datos más importantes para dar conocimiento al grupo objetivo del tema que se quiere tocar.

2.8 INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

2.8.1 Proyectos realizados en el mundo

Reportaje 1

El 15 de septiembre de 2005 entró en vigor el Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos, dirigido especialmente a proteger a los niños en lo relativo a su alimentación. Es la primera iniciativa de este tipo que se pone en marcha en

¹² Enciclopeidia interactiva Wikipedia

Europa, y ha sido elaborado por la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), enmarcándose dentro de la Estrategia NAOS para la prevención de la obesidad, lanzada por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Este Código ha sido suscrito voluntariamente por las principales empresas de alimentación que operan en España¹³.

El incumplimiento del citado Código puede suponer sanciones que van, según su gravedad, desde los 6.000 € hasta los 180.000. En él se recogen prohibiciones y limitaciones a la actividad publicitaria dirigida a los niños. Entre otras, no se deberá inducir a error a los niños, explotar su imaginación ni utilizar una presión comercial excesiva.

Junto a estas normas, de carácter un tanto indefinido, se recogen otras de aplicación más concreta. Por ejemplo, no se hará un llamamiento directo a los menores a la compra del producto, ni se les incitará a que lo pidan a sus padres. Tampoco podrán participar en los anuncios personajes conocidos por el público infantil, ya sean reales o ficticios. Sin embargo, sí podrán participar en campañas que promuevan hábitos saludables.

Reportaje 2

“Más ingresos, más comida basura”

“Cada vez se cocina menos en Estados Unidos y se come más "comida basura", lo que inevitablemente ha llevado a que buena parte de la población use ahora tallas más grandes que hace unos años.

¹³ www. adelgazar.net Fuente: Consumer, septiembre 2005

Esta es una de las conclusiones de la investigación titulada *Un análisis económico de la obesidad*, en la que los autores indican que el número de restaurantes de comida rápida se duplicó en el país entre los años 1972 y 1997, un período que coincide con una auténtica expansión de la gordura.

Los autores, los economistas Shin-Yi Chou, Henry Saffer y Michael Grossman, analizaron las relaciones entre peso, nivel de ingresos, precios de la comida, restaurantes, participación en el trabajo y otras variables.

Una de las conclusiones fue que el crecimiento de la industria de la comida rápida es responsable del 68 por ciento de la obesidad en Estados Unidos¹⁴.

A su vez, la incorporación de las mujeres al mercado laboral explica, en gran medida, este crecimiento, según este estudio.

El crecimiento de la industria de la comida rápida es responsable del 68 por ciento de la obesidad en Estados Unidos¹⁵.

“Menos tiempo para cocinar”

Las mujeres trabajadoras no disponen de tiempo para pasar entre pucheros, y si sus compañeros no se ponen el delantal -lo que ocurre a menudo- las familias

¹⁴ <http://WWW.UNIVISION.COM/SALUD>

¹⁵ Loc, cit

terminan cenando en restaurantes de comida rápida, que ofrecen comida barata pero abundante en calorías, grasas y colesterol.

Según esta investigación, las implicaciones que tiene para la economía el incremento de la obesidad, un mal extraordinariamente caro, son enormes.

Un estudio publicado en la revista "Obesity Research", señala que los costes médicos asociados con los kilos de más alcanzaron los 99 mil millones de dólares en 1995. Buena parte de la comunidad médica piensa que éste es el peor problema de salud al que se enfrenta el país, de mayor gravedad incluso que el tabaco.

A este respecto los economistas que elaboraron el estudio dejan caer que la guerra al tabaco podría ser en cierta medida contraproducente, ya que estaría contribuyendo a incrementar el mal endémico de la obesidad.

El fumar, por muy dañino que sea, hace que la gente coma menos, señalan los autores.

Reportaje 3

La cultura Light

"La pasarela"

"Una voz suave, sonrisas agradables y miradas sinceras, un anuncio de radio, un folleto de superación personal y una canción de amor. Vota por mí, soy la mejor opción, una caricia, una dieta, la

promesa de una cura, ositos tiernos, profesionistas exitosos, místicos urbanos, nuevo sabor fresa pasión, silhouette 40, empléese a sí mismo, pierda peso, aprender a memorizar, obtener un mejor trabajo, una mejor sonrisa, aromaterapia, conocer a la mujer ideal, mejorar el cutis, hablar otro idioma, llegar a la paz-interior, ser optimista.

La cultura light es la última imagen coherente y razonable de la bondad en nuestros días. Comprar un producto light es elevar una plegaria al cielo, es esperar algo de este mundo, una muestra desesperada de optimismo.

La cultura light se auto proclama útil. Es el inconsciente cruzando los dedos esperando que esta vez la dieta si funcione, que la vidente muestre un futuro agradable, que todos te quieran. En la cultura light la belleza todavía existe, las buenas intenciones, las promesas que se cumplen, la alegría, naturalmente salud, mejor figura, amor verdadero. La única diferencia entre un producto light que se vende en el supermercado y el ungüento del amor que hace una bruja de mediana reputación es el envase.

La cultura light se encuentra en el inválido que pide ayuda económica, en el flyer que dan en la calle, en los posters, en los souvenirs, en el mundo, bailar porque es la mejor manera de perder peso, dejar el alcohol porque mata muchas neuronas, aprender inglés para conseguir un mejor trabajo, hacerse vegetariano para que tu organismo funcione mejor.

La cultura light es el cordón umbilical que une, que muestra que la solución a los problemas del corazón y del alma están a la vuelta de la esquina, en el estante siguiente. La cultura light es el lado supersticioso de la ciencia, y al mismo

tiempo, el lado científico de la superstición. Es el departamento de relaciones públicas en nuestros días.

La cultura light ofrece objetos paganos de contemplación, objetos que fijan la fluidez de la vida por un solo instante, mientras están de moda, para después volver a cambiar. Pero ese instante se vuelve eterno. Las modas van y vienen a tal velocidad que es imposible tomar en serio a cada una de ellas. El conocimiento se fragmenta y las verdades siempre son parciales, aunque en el ciclo de vida de cada una de ellas se creen eternas. Su religión es la superficie y lo sagrado es la promesa.

Lo light, placebo de la existencia, aliviana el curso de lo real; lo disimula por momentos. Lo light es abreviatura, atajo, esperanza de que se puede salir adelante haciéndole trampitas a la vida. La regla de lo light es la sistemática omisión de lo pertinente: cigarro sin nicotina, café sin cafeína, azúcar sin azúcar, música sin música, o sea ambiente musical. Todo lo sistemáticamente privado de sí mismo es light. Por ello el material light es el plástico, el alimento light el chicle, la obra literaria light el bestseller, el eufemismo la figura retórica light. Lo light, espejismo unidimensional de la pantalla, superficie policroma del megacine, cosmos plano de la mente sin relieve, aplasta toda manifestación cultural hasta reducirla al mínimo denominador común de la banalidad.

La cultura comienza donde termina lo light. Una camiseta con un slogan que no entiendo. Un anuncio me explica el glamour. Un flyer me invita a un reventón. Una señal de tránsito me indica las reglas. "Soy ciego", reza un letrero a mano sobre el pecho de un individuo con lentes oscuros. Mi nombre en un grano de arroz.

Una manta intenta cambiar mi postura política. Otra hace lo mismo con mi posición religiosa. Una bolsa de dulces me da clases de química. "Sé feliz", me dice un tierno conejo atrapado en un escaparate. Hoy en día, las paredes (y los objetos) no solamente escuchan, también hablan."¹⁶

En Guatemala no se ha hecho ningún proyecto que realmente se haya implementado, a finales del 2004 se comenzó a desarrollar un proyecto llamado 5 por día realizado por la embajada de México, lo cual lamentablemente no se logró implementar.

Dicho programa consistía en promover entre los guatemaltecos, el consumo durante el día de por lo menos cinco porciones de verdura o fruta, lo que equivale a una ingesta de 400 gramos. Trataba de fomentar el hábito alimenticio que también serviría para evitar enfermedades que se derivan de una mala nutrición, entre otras, el cáncer, la hipertensión, la diabetes y obesidad.

¹⁶ Moisés G. Pérez Martínez disponible en: <http://www.monografias.com>, México DF.

3. FUNDAMENTACIÓN ANTROPOLÓGICA

3.1 ENFOQUES

A continuación se explica la importancia humanística que tiene esta investigación y su impacto social, tomar en cuenta su base antropológica y filosófica.

3.2 ENFOQUE ANTROPOLÓGICO

El siguiente trabajo de investigación habla sobre los problemas en la alimentación que sufre el humano actualmente. Para comprenderlo es importante entender al ser humano y sus características.

La persona humana es sustancia individual de naturaleza racional, posee una dualidad de alma y cuerpo y las facultades de la voluntad, libertad e inteligencia. La sustancia es el sustrato por el cual es, y por lo tanto, existe con sus accidentes y determinaciones. Las propiedades de la persona humana son:

- Singularidad: Toda persona es singular porque es única, sólo una.
- Irrepetibilidad: La persona humana es irrepetible ya que no se puede repetir una misma persona.
- Finitud: El hombre existe en el tiempo y tiene un principio y fin.
- Dignidad: Toda persona es digna por el hecho de ser persona.
- Individuo: Ninguna persona se puede dividir.
- Insumable: No se puede sumar nada a un ser humano.
- Autónomo: Toda persona posee el origen de su propia acción¹⁷.

¹⁷ Yepes, Ricardo. "Fundamentos de Antropología", 2da ed. (España, S.n Año 1998) pp 20-25

3.3 NOTAS QUE DEFINEN A LA PERSONA

a. Intimidad: Indica un dentro que sólo conoce uno mismo. El hombre se abre hacia su propio interior en la medida en que se atreve a conocerse. Es el grado máximo de inmanencia, porque es un dentro que crece del cual brotan realidades inéditas, que no estaban antes y éstas tienden a salir fuera, manifestándose así la intimidad ya sea por el cuerpo, lenguaje o acciones.

b. Diálogo: La persona es efusiva, tiene la capacidad para dar o regalar.

c. Libertad: El ser humano es dueño de sí mismo y de sus propios actos. Posee el dominio de hacer de sí lo que quiera.

La existencia del hombre en el mundo está determinada por la relación con su cuerpo. El cuerpo es la condición de posibilidad de la manifestación humana. El hombre expresa su intimidad a través del cuerpo. La fuente última de la dignidad del hombre es su condición de persona.

3.4 ENFOQUE FILOSÓFICO

El hombre es por naturaleza curioso, necesita saber sobre su existencia y lo que la rodea. La realidad para la obesidad o sobre peso está distorsionada, ya que no constituye una apertura objetiva de humildad intelectual y buena voluntad para facilitar el camino para llegar a la verdad. "la verdad es la adecuación del entendimiento, se fundamenta en la realidad y se expresa en el juicio". Lo verdadero y lo falso no están en las cosas, sino en la mente¹⁸.

¹⁸ Ibid; p. 35.

Un ente es lo que es. Los entes poseen sustancia, que es un sustrato permanente y accidentes que son las características que cambian en los diferentes entes y los hace ser distintos. El principio de identidad de la Metafísica demuestra que un ente es y que por lo tanto, no puede ser lo que no es. De este principio filosófico no se aplica para las personas con estos trastornos, ya que estas personas les es difícil dejar esta clase de hábitos por hábitos que les sean de beneficio hacia su salud.

La belleza es lo que agrada a la vista como lo definió Santo Tomás de Aquino. Es objeto de inteligencia porque está abierta a la infinitud de ser y está al alcance de los sentidos. Bello es aquello que posee orden y armonía interior, que tiene forma proporcionada y perfecta, que no le falta nada y que tiene plenitud interior.

Actualmente, la obesidad y sobre peso son enfermedades que están creciendo mucho entre los jóvenes adultos y uno de los factores desencadenantes es el mal hábito de comer diariamente comida rápida, lo cual es difundido por todos los medios y explotado a todas horas. Llenar de publicidad e inundar sus cabezas a todas horas de lo fácil y económico que es comer en un restaurante de comida rápida es la práctica habitual de los medios de comunicación, cuyos efectos ignora a mayoría de las personas.

3.5 ENFOQUE SOCIAL

La obesidad y el sobre peso son fenómenos creados por el hombre, que afectan cada vez más el orden social para mal, porque son desórdenes de la alimentación que causan comportamientos inadecuados en los jóvenes adultos. El fin de la vida social es la

felicidad, debe ayudar a que el hombre sea plenamente humano y virtuoso, y por lo contrario día a día se dan más casos de obesidad aumentando este problema y convirtiéndolo en una amenaza para los jóvenes actuales. Es necesario entonces comunicarse dentro de la sociedad para prevenir acerca de estos problemas y hacer conciencia de sus causas y consecuencias a quienes lo padecen. El ser del hombre es ser con otros, lo que significa que necesita de los demás para coexistir y sobre todo para resolver este tipo de problemas tan complejos¹⁹.

3.6 ENFOQUE HISTÓRICO

En Guatemala no se ha realizado ninguna campaña sobre obesidad o sobre peso, mucho menos se ha prevenido sobre estas enfermedades. Sin embargo, cada vez hay más casos de personas que padecen de esta enfermedad. El presente trabajo pretende hacer conciencia sobre los males que causa este hábito dirigiéndose específicamente a las personas que lo padecen y se espera una respuesta positiva e interesada sobre este tema.

¹⁹ Ibid; p. 47.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 MÉTODO

Para efectos de esta investigación se utilizó el método descriptivo, donde se analizaron y describieron los hábitos alimenticios de los jóvenes y sus consecuencias. Se observó y analizó la influencia que ejerce la publicidad sobre los hábitos alimenticios de los jóvenes, de donde se obtuvo datos relevantes que ayudó a plantear la propuesta de comunicación.

La recolección y análisis de los datos fue cuantitativa, y se realizó a través de los siguientes instrumentos:

1. Encuestas
2. Entrevistas
3. Guía de observación

Con la investigación cuantitativa, se describe, explora, explica o correlaciona una serie de resultados que operacionalizan cuantitativamente las variables.

SUJETOS

Grupo 1:

La población a la cual se aplicó los instrumentos fueron en primer lugar, jóvenes adultos estudiantes de universidades y jóvenes adultos que trabajan en oficinas. Participaron en esta muestra un total de 860 personas, la muestra se consiguió por estos mismos, solicitando a estos si deseaban participar en llenar una encuesta de 10 preguntas.

Grupo 2:

Se realizaron entrevistas a Doctores cardiólogos y licenciados en nutrición, las preguntas fueron abiertas, para poder captar mayor información acerca de las consecuencias del exceso de grasa, enfermedades cardiovasculares y mayores referencias sobre como llevar una dieta balanceada.

Grupo 3:

10 personas elegidas al azar, donde cumplían con el perfil de la muestra, que fueron observadas en su compra y en el proceso de ingerir la comida.

4.2 UNIVERSO O POBLACIÓN

- 13,790 habitantes entre la zona 9 y 10 de los cuales 2,300 son jóvenes adultos.²⁰

Población de jóvenes adultos: 2,300

4.2.1 Muestra

Un total de: 647

4.2.2 Fórmula

$$= \frac{(S^2) (p) (q) (N)}{(E^2) (N - 1) + (S^2) (p) (q)} \quad ^{21}$$

²⁰ Instituto Nacional de estadística Prodatos, 2006

²¹ Pere Soler Pujals. Datos obtenidos de: Investigación de Mercados. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions: 2001

Confianza: 2 Sigma
 Error muestral: E (5%)
 Varianza poblacional: p y q
 N = total del universo

$$= \frac{(3^2) (50) (50) (2,300)}{51,750,000} = \frac{22,500 (2,300)}{51,750,000} = 647$$

$$(5^2) (2,300- 1) + (3^2) (50) (50) = 57,475 + 22,500 = 799,75$$

Tipo de muestreo:
 Probabilística al azar.

4.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

4.3.1 Instrumento. La información que se requirió para realizar la propuesta se dividió en 3 secciones; Texto de apoyo sobre el problema de la obesidad y la comida chatarra, análisis del consumidor y su compra, datos psicográficos del grupo objetivo.

4.3.2 Encuestas. El instrumento que se utilizó para esta investigación es la encuesta, que según Encarta (2004) es un conjunto de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio a un número determinado de personas sobre un asunto determinado. Este es el mejor instrumento a utilizar ya que mediante a las respuestas de los jóvenes adultos se pudo encontrar estadísticas relacionadas con el tema investigado.

La encuesta constó de diez preguntas creadas con el fin específico de conocer a los jóvenes adultos que comen comida rápida. Dichas preguntas fueron diseñadas para ser contestadas

fácilmente y fueron cerradas para evitar dudas o equivocaciones. El Instrumento se aplicó a alumnos de universidades privadas que estudian y trabajan y a jóvenes que trabajan en oficinas. Las respuestas se tabularon y se realizaron gráficas para obtener resultados.

4.3.3 Entrevistas. La entrevista realizada constó de 8 preguntas abiertas a profesionales de nutrición, su objetivo aclarar y responder dudas de nutrición, hábitos alimenticios y daños a la salud por causa del exceso de comida rápida.

4.3.4 Guía de observación. Se realizó una observación del comportamiento en la compra, a la hora de consumir el producto y en su recorrido en el establecimiento. El objetivo de este instrumento fue el de analizar el comportamiento, estado de ánimo y que tan frecuente la persona es influenciada por las promociones (esto se observa por medio de lo que pide de comida el grupo objetivo).

4.4 PROCEDIMIENTO

- Se realizó una encuesta al grupo objetivo, preguntándole si tiene conocimiento del tema (la obesidad), también como otra pregunta principal se les cuestionó a que restaurantes de comida rápida es de su preferencia. El tiempo aproximado que se tomó en realizar estas encuestas fueron 6 días. Los lugares donde se pasaron las encuestas, fueron edificios de oficinas en las zonas 9 y 10, universidades privadas y restaurantes de comida rápida como: Mc Donalds, Burger King, Pollo Campero, etc.

- Se realizó una encuesta a los profesionales en la publicidad, para poder obtener la información, si ellos están de acuerdo en que debe haber ciertas normas de prevención sobre el consumo de comida rápida. El tiempo que tomó realizar estas encuestas fue de 32 horas. Estas encuestas fueron realizadas a través de internet y de visita a agencias de publicidad de la ciudad de Guatemala.

- Se realizó una investigación a profundidad de todo lo que se ha hecho en otros países y en Guatemala, sobre hacer conciencia a los jóvenes para que no abusen en ingerir comida rápida. Un período de tiempo de 2 meses.

- Conforme las necesidades y el perfil del grupo objetivo, se describió algunos materiales que se estarán realizando para integrar una campaña informativa para hacer conciencia a los jóvenes sobre los daños que causa el exceso del consumo de comida rápida. El tiempo de investigación y elaboración del perfil se realizó en 5 meses.

- Entrevistas a profesionales de la rama nutricional y cardiovascular, donde el objetivo fue obtener información amplia sobre las enfermedades que puede causar la comida rápida, como se puede llevar una adecuada dieta, las consecuencias de las enfermedades cardiovasculares, etc. El tiempo que llevó hacer estas entrevistas a 5 profesionales tanto de nutrición como a cardiólogos fue de un lapso de tiempo de 1 mes en total. El lugar de entrevistas fue realizado en las clínicas de cada licenciado en nutrición y médico cardiólogo.

4.5 ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

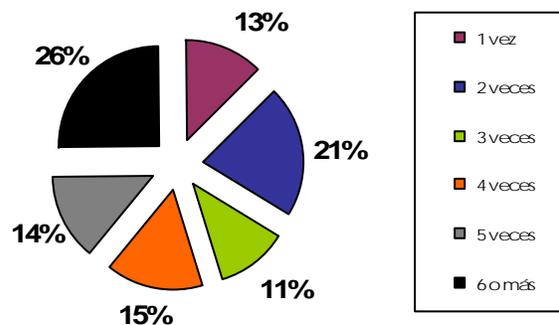
Los lugares donde se realizó la investigación, son lugares cerrados en su mayoría, con una luz de día, colores cálidos en su mayoría, son ambientes con un poco de ruido, hay mucho lugar para sentarse, el servicio es lo más rápido posible.

En el periodo de 3 meses de investigación, se obtuvo resultados importantes que permitió plantear, los siguientes análisis.

Para el siguiente análisis se ha dividido el tema en 3 variables importantes.

- Los hábitos de consumo de comida rápida en los jóvenes adultos; lo cual indica que un 26% de los jóvenes consumen comida rápida de 6 o mas veces a la semana comida rápida.

Gráfica 1:
¿Cuántas veces por semana consume comida rápida?



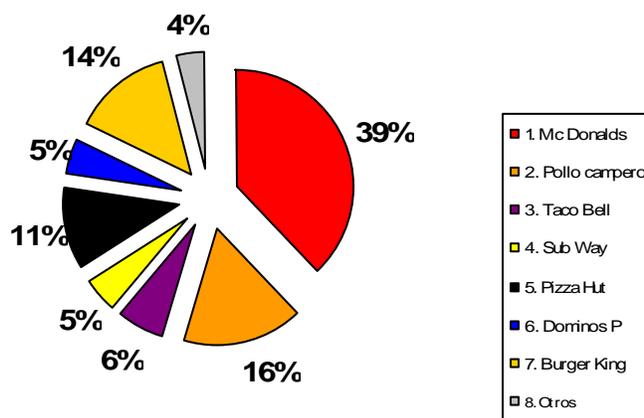
Fuente: propia 647 jóvenes encuestados

Estos resultados hacen ver que los jóvenes se alimentan en su mayoría diariamente, con un promedio de 2 comidas diarias.

Según los resultados de las encuestas un 39% de los encuestados su preferencia de comida rápida son las hamburguesas.

Gráfica 2:
¿Qué restaurantes de comida rápida frecuenta más?

Gráfica 2, Encuestas realizadas marzo 2006

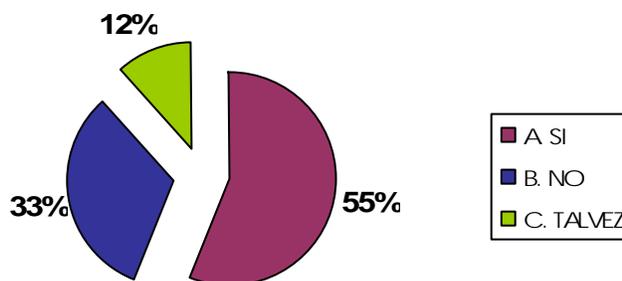


Fuente: propia

Uno de los datos más importantes de esta investigación y de las encuestas realizadas es el saber que la mayoría de personas saben el daño que el exceso de comida rápida causa a la salud.

Gráfica 3:
¿Cree que la comida rápida es dañina para la salud?

Gráfica 3, Encuestas realizadas marzo 2006



Fuente: propia

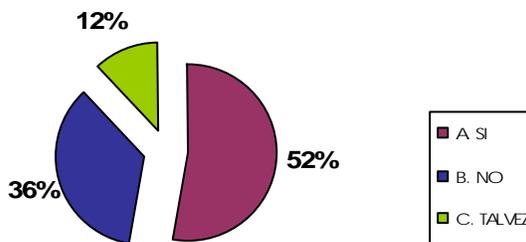
Estos porcentajes ponen en un alerta, en estar concientes que cuando se haga una campaña, se debe tomar en cuenta que el público al que se dará el mensaje, esta conciente de los daños de la comida. Lo cual hay que enfocarlo en otro curso para no crear aburrimiento o que el grupo objetivo no llegue a interesarse.

- Los daños a la salud y consecuencias que produce el exceso del consumo de comida rápida, según expertos afirman que la comida rápida está llena de grasas saturadas, azúcares y colesterol, lo cual el exceso de estas produce enfermedades cardiovasculares, siendo la principal la obesidad o el sobre peso.

Según especialistas en nutrición la comida rápida por su alto contenido de grasas saturadas y azúcares puede causar adicción a este tipo de comida, según las encuestas que se realizaron los consumidores de comida rápida están concientes que esta comida crea una adicción, porque ya ellos la tienen o lo observan en otros compañeros.

Gráfica 4:
Encuestas realizadas marzo 2006

¿ está conciente que la comida rápida crea adicción?



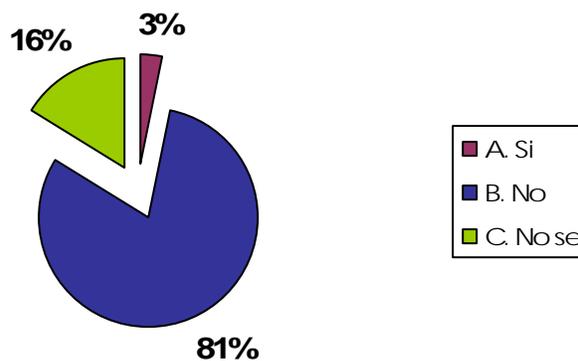
Fuente: propia

- Es un hecho que la publicidad de comida rápida es una influencia en los jóvenes, según profesionales en publicidad, la cantidad de promociones y de anuncios que invaden las calles, la radio, prensa y otros, ayudan a que los jóvenes coman más de estos productos, la publicidad y promociones crea una necesidad y un deseo en ingerir estos productos.

A profesionales de la publicidad y diseño se les consultó si existía un reglamento o un decreto en Guatemala que disminuyera el exceso de publicidad de comida rápida, según los profesionales en publicidad y diseño un 81% respondió que no existe ninguno.

Gráfica 5:
Encuestas realizadas marzo-abril 2006

¿ existe algún decreto que regule la publicidad de comida rápida?

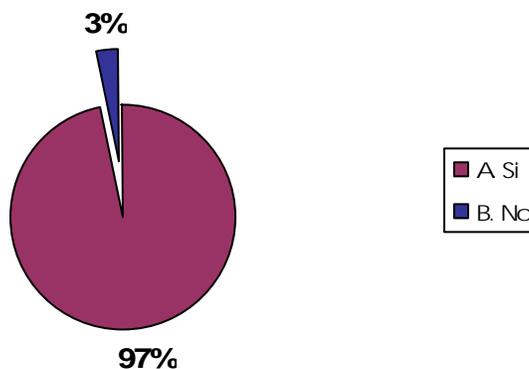


Fuente: propia

A estos mismos se les preguntó si un decreto o reglamento ayudaría a que disminuyera el consumo de la misma comida rápida, lo cual la respuesta fue positiva.

Grafica 6:
encuestas realizadas marzo-abril 2006

¿ cree que un decreto ayudaría a la regulación de la publicidad de comida rápida?



Fuente: propia

Un decreto o reglamento aparte de una campaña de información para hacer conciencia ayudaría a que los jóvenes a consumir menos este tipo de comidas y a hacer mas actividad física.

5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE DISEÑO

5.1 PLANTEAMIENTO DE LA NECESIDAD

Después de realizar la investigación sobre los hábitos alimenticios en los jóvenes adultos de las zonas 9 y 10 de la capital de Guatemala, se logró detectar un problema en el exceso de consumo en la comida rápida, la situación de comer en exceso comida rápida hasta los tres tiempos es ya un hábito en donde un 48% de los jóvenes adultos tiene problemas de sobrepeso o obesidad por causa de la comida rápida.

Comer cada tiempo de comida balanceada, con las debidas calorías, grasas, vitaminas, etc. No sólo ayuda a tener un organismo más saludable, sino también ayuda a evitar el padecer de enfermedades cardiovasculares tales como la obesidad, hipertensión, diabetes y hipercolesterolemia, o en algunos casos llegar hasta la muerte.

Debido a estos problemas se ha decidido hacer una campaña de información nutricional dirigida a jóvenes adultos, para mejorar sus hábitos alimenticios.

Esta información no sólo está hecha para los jóvenes, en un futuro cercano se podría utilizar para adultos, niños y adolescentes, creando algunos cambios del tono del mensaje y diseño.

En Guatemala hasta la fecha no se ha hecho un programa o campaña donde se hable o se toque este tipo de temas como lo es la obesidad el sobre peso por causa de la comida rápida. Por eso se vio en la necesidad de crear esta campaña de información para

hacer conciencia a los jóvenes de los daños que se crean, no sólo para el futuro, sino también para su presente.

Esta campaña tiene el plan de informar de una forma directa que al comer saludable se tienen una mejor calidad de vida, que la comida rápida en exceso causa enfermedades.

El problema de comunicación de esta campaña es que muchos jóvenes adultos saben que la comida rápida en exceso causa daños a la salud, pero aun así ingieren hasta en algunas ocasiones tres veces al día este tipo de comidas.

La falta de información de los daños que causa comer comida rápida y de no tener una dieta balanceada diariamente constituye el punto de partida de la propuesta de comunicación que se presenta a continuación.

5.2 OBJETIVOS

Objetivos de comunicación

a) General

Informar a los jóvenes adultos al comer sano, se tiene una mejor calidad de vida.

b) Específicos

- Informar acerca de los beneficios para la salud que se obtienen de una alimentación balanceada y nutritiva.

- Comunicar como cambiar el comportamiento, dando consejos de cómo cambiar malos hábitos alimenticios.
- Dar a conocer los beneficios que trae el hacer ejercicios junto a una comida balanceada.

5.3 Grupo Objetivo

a) Descripción geográfica.

El grupo objetivo esta ubicado en la ciudad capital en las zonas 9 y 10 de Guatemala.

Actualmente, las principales actividades económicas de Guatemala se encuentran centralizadas en la ciudad capital, principalmente en las zonas 9 y 10, donde se ubican las oficinas centrales de este conglomerado empresarial. Por tanto, la mayoría de habitantes que tienen un trabajo de oficina, se desplazan hacia estos sectores.

b) Demográfica.

- Edad = de 20-35 años
- Jóvenes adultos
- Sexo = masculino y femenino
- Ingresos un promedio de Q. 2,600 en adelante.
- Vivienda = con un mínimo de 3 cuartos de habitación, cocina, comedor, sala, jardín, cuarto de servicio, servidumbre, luz, teléfono, agua.
- Posee vehículo aunque no necesariamente propio
- Celular
- Nivel socioeconómico = C+, B y A

- Solteros y casados

c) Psicográfica.

- Su conducta típica de un joven, le gusta salir con sus amigos, van a bailar, a comer, estudian o trabajan o hacen ambas.
- Su jornada de trabajo es de 8:00 AM a 5:00 PM.
- No cocinan en casa; sí consumen comida casera, ésta es preparada por su familiar o por la empleada doméstica.
- No van al gimnasio, ni realizan casi nunca una actividad física.
- Pasan la mayoría de tiempo frente a la computadora.
- Prefieren la comida rápida que ir de compras al supermercado y preparar una comida saludable.
- Tienen una hora de almuerzo diaria.
- No cuentan con un espacio apropiado para almorzar en su oficina o lugar de trabajo.

d) Valores, creencias y percepción.

- En su mayoría son jóvenes que viven con su familia.
- Son jóvenes honestos, sinceros.
- Les gusta las cosas directas y claras.
- Creen que solo hay una vida y hay que disfrutarla.
- Les gusta vivir bien, tener comodidades.
- De diferentes religiones.

5.4 El cliente

Cliente 1

NUCARE CENTER

Centro de nutrición y rehabilitación cardiorrespiratoria S.A

Nucare Center es un concepto original que incluye servicios combinados de prevención, tratamientos y rehabilitación de un grupo de enfermedades relacionadas, que en la actualidad afectan a un grupo grande de la población.

a) Políticas de comunicación de la empresa

No denigrar a la persona.

b) Imagen actual

Una imagen moderna, actual, profesional y con variedad servicios.

c) Posicionamiento

Hacer conciencia, llegar a la mente del consumidor para mejorar su estilo de vida.

d) Recursos financieros

Un promedio de Q 5,500 el semestre.

e) Zonas de cobertura

Las zonas que cubre esta clínica son: 10, 9, 14 y 15.

Ciente 2

Liga contra la obesidad

La liga contra la obesidad es una entidad no lucrativa de estudio, investigación, diagnóstico, prevención, control y tratamiento de la obesidad. Está conformada por un equipo multidisciplinario de profesionales calificados para el tratamiento de la obesidad: Nutriólogos-Bariatras, Cirujanos-Bariatras, Nutricionistas-Bariatras, Educadoras Nutricionales, Psicólogos, Chefs, Vacuoterapistas, Masajistas, y brinda apoyo alterno Diabetólogos, Cardiólogos, Dermatólogos, Pediatras, Cirujanos Plásticos, Manicuristas, Pedicuristas y Maquillistas Profesionales que le brindarán todo el apoyo profesional necesario.

a) Políticas de comunicación de la empresa

La persona primero, sentirse bien y verse bien.

b) Imagen actual

Realmente no hay una imagen establecida.

c) Posicionamiento

No lo tiene aún.

d) Recursos financieros

Un promedio de Q 2,000, de material gráfico por semestre.

e) Zonas de cobertura

Tiene clínicas en las zonas 1, 7 y 15 de la ciudad capital de Guatemala.

5.5 PROPUESTA DE DISEÑO

5.5.1 Presentación. El exceso de comida rápida en los jóvenes adultos ha causado en las zonas 9 y 10 de la ciudad capital de Guatemala, que surja un 48% de jóvenes que padecen de sobre peso y obesidad. Debido a esta falta de información para crear conciencia del daño de esta comida rápida se realizará un proyecto de una campaña de información para hacer conciencia a los jóvenes adultos, que el exceso de comida rápida tiene consecuencias malas hacia la salud.

Esta campaña se realizará en los sectores de las zonas antes descritas, con el objetivo de hacer conciencia del daño de este tipo de comida.

5.6.2 Descripción del Producto. Campaña de información. Esta campaña tiene un mensaje de comunicación directo, pero con el cuidado que no se ponga en mal a las empresas de comida rápida, ni se llegue a dañar los sentimientos de las personas del grupo objetivo que padece de obesidad.

5.5.3 Mensaje

Se manejará una imagen joven, fresca, dinámica.

Imágenes:

- Se utilizaron fotografías en todas las piezas gráficas.
- Se utilizaron ilustraciones inspirándose en el arte maximalismo, para poder darle una imagen moderna, juvenil y contemporánea.

Mensaje Escrito:

- Se utilizó una frase principal **“Comiendo sano, me siento bien”**, se utilizó esta frase para crear conciencia y resaltar los daños que causa la comida rápida.

5.5.3.1 Información básica.

El contenido del material esta basado en informar al grupo objetivo que si se come saludable vivirá mejor y se sentirá mejor. Que la comida rápida hace daño a la salud.

Los riesgos que tiene el exceso de comida rápida, aumentan los riesgos de padecer de enfermedades cardiovasculares, a padecer de depresiones por causa de las mismas. Los beneficios que tiene el llevar una dieta saludable, es el tener una mejor calidad de vida, tener un menor porcentaje de padecer de enfermedades cardiovasculares y por la misma prolongar una mejor calidad de vida.

5.5.4 Tono de la Comunicación.

- Directa, joven.

5.5.5 Objetivos de comunicación.

a) General

Crear una campaña informativa para transmitir que un buen hábito alimenticio es de beneficio a la salud de la persona.

b) Específicos

- Diseñar una retícula adecuada al grupo objetivo, para cada pieza. Teniendo en cuenta que cumpla con la necesidad de informar.

- Diagramar cada material de la campaña con un mismo estilo gráfico.
- Diseñar y seleccionar las fotos adecuadas, en donde se refleje lo siguiente: jóvenes sanos, felices y principalmente comiendo sano.
- Diseñar grafismos acordes con el tema de saludable, tales como frutas y verduras.

5.6 PLAN DE DESARROLLO, GESTIÓN Y EJECUCIÓN

5.6.1 Concepto Central.

La idea central para el mensaje que se utilizará en la campaña es la siguiente:

Comiendo sano, me siento bien.

Este mensaje no sólo es una afirmación, sino también exhorta al grupo objetivo que coma sano para poder sentirse bien.

5.6.2 PROCESO DE BOCETAJE

Se inició con una idea clara de gente joven demostrando que si se come sano, el cuerpo, la mente y la persona en general está mejor.

El proceso de bocetaje comienza con un análisis de las tipografías, los colores y las ilustraciones que se utilizarán.

a. Bocetaje de tipografías: Se hizo un estudio de las posibles tipografías que tuviesen relación con lo el grupo objetivo (jóvenes adultos), el tema y el concepto de diseño que se utilizó. Se seleccionaron tipografías para los titulares, sub títulos el titular y información en general.

5.6.2.1 Tipografías

Note pad

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Batik Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Futuri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Futuri Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Frazzle

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Luego de estudiar las tipografías seleccionadas que fueran aptas con el concepto establecido como con la legibilidad de las mismas. Se llegaron a seleccionar 4 tipografías.

5.6.2.2 Tipos de Tipografías seleccionadas

Frazzel (titulares)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Note Pad (subtítulos)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Futuri (dirección de página web)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial (textos, información en general)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5.6.2.3 Color.

b. Bocetaje de color: Todos los colores fueron basados según la teoría y psicología del color, lo cual esta transmite el mensaje y el concepto por medio del mismo. Se establecieron cuáles eran los colores más adecuados para que predominaran y comunicaran el mensaje completo.

- Amarillo: (sol, luz, intenso, jovial, afectivo, impulsivo.) Por el color de las frutas y verduras.
- Blanco: (Frescura, sirve de contraste y crear espacios visuales más amplios, feliz, activo, pureza, positivo, luz.) Por Limpieza, como se está tratándo un tema de salud, tiene que reflejar limpieza, nitidez.
- Anaranjado: (fuerza, activa, radiante, estimulante, dinámico, acogedor, energía y positivismo.) Este color representa a algunas frutas y verduras.
- Rojo: (Vitalidad, sangre, amor, calor, energía). Por el color de algunas frutas y verduras y por la atracción hacia el ojo que tiene este color.
- Verde: (Tranquilo, fresco, naturaleza, fuerza, esperanza, vegetación). Por ser de nutrición de comer sano, representa las verduras, las frutas, lo saludable.

5.6.2.4 Diagramación E ilustraciones

c. Bocetaje ilustraciones y diagramación de piezas:

Las ilustraciones se comenzaron en papel, luego se comenzó a hacer los detalles y a darle mejor forma en digital.

1. Bocetaje ilustraciones:

Paso 1



Boceto de ilustraciones a lapiz (inspirado de el movimiento artístico maximalismo). Se fue inspirado en este movimiento, ya que es un arte con mucho movimiento y juvenil.

Paso 2



Boceto digital de Frutas y verduras. El diseño de frutas y verduras en abstracción se hicieron para representar lo saludable, fomentar la alimentación de frutas y verduras frescas.

Paso 3



Combinación de colochos y frutas / verduras. Con este diseño se convino el arte maximalismo, sin llegar a ponerlo muy cargado, para que no se perdieran los elementos principales que son las frutas y verduras.

2. Bocetaje diagramación:

Ideas principales:

- Se comenzó el proceso de bocetaje utilizando fotografías de jóvenes contentos, comiendo comida saludable. El lay out central, una foto como objeto principal y una frase que llamara la atención.



- Resultó siendo un lay out muy simple, poco llamativo y en algunos espacios se miraba muy vacío.

- Continuar con el mismo estilo, se creó un positivo y negativo en las abstracciones de las frutas y verduras, dándole mucho mas color a las piezas se llegó a crear, movimiento e impacto.



Al tener el diseño que se iba a utilizar se comenzaron a crear en una misma línea las siguientes piezas.

5.6.2.5 MUPPIES



**Comiendo sano,
nos sentimos BIEN**

*Por nuestro bienestar
evitamos comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com

 Nuicare

**Liga
contra la
OBESIDAD**



**Comiendo sano,
nos sentimos BIEN**

*Por nuestro bienestar
evitamos comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com

 Nuicare

**Liga
contra la
OBESIDAD**



**Comiendo sano,
me siento BIEN**

*Por mi bienestar
evito comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



**Liga
contra la
OBESIDAD**



**Comiendo sano,
me siento BIEN**

*Por mi bienestar
evito comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



**Liga
contra la
OBESIDAD**

5.6.2.6 Recetas en productos go fresh

Estas recetas se estarán colocando como inserto adentro de los productos go fresh (es una empresa que se dedica a empacar frutas y verduras ya cortadas, listas para comer).

Yogurt Tropical

Ingredientes

- ✓ 1 bote pequeño de yogurt (sabor al gusto).
- ✓ 1/2 manzana
- ✓ 1/2 pera
- ✓ 1/2 melocoton
- ✓ 2 fresas
- ✓ 5 moras
- ✓ 3 cucharaditas de miel



Preparación

Se corta toda la fruta en cuadros pequeños, se le agrega el yogurt y por último se le esparce la miel por encima a la fruta con el yogurt.



Pan mediterraneo

Ingredientes

- ✓ 2 rodajas de pan con semillas
- ✓ 2 onz de alfalfa
- ✓ 1 tomate
- ✓ 2 pepinillos
- ✓ 1/2 taza de yogurt natural
- ✓ 3 cucharaditas de queso mascarpone
- ✓ sal y pimienta al gusto
- ✓ 3 rodajas de jamón sin grasa



Preparación

Se cortan los pepinillos en cuadros pequeños, luego se le agrega el yogurt natural se mezcla bien y por ultimo se le agrega la sal y pimienta al gusto.

Luego se le coloca la salsa al pan, y se le colocan el resto de ingredientes.



5.6.2.7 TRIFOLIAR

Este trifoliar se estará utilizando para:

1. insertos en prensa
2. volanteo

tiro



Infórmate más en

www.comesaludable.com




COMIDA CHATARRA:
Principal causante de la obesidad

Se define la comida chatarra como aquella "adquirida en autoservicios al paso", y desde su aparición, su popularidad ha crecido enormemente.

Una comida rápida típica contiene 1,400 calorías, que significan un 85 por ciento del aporte de grasa diaria recomendada, un 73 por ciento de la grasa saludable recomendada, pero sólo el 40 por ciento de fibras diarias recomendadas y el 30 por ciento del calcio recomendado.

Esta elevada densidad energética se vincula a la obesidad mediante diversos mecanismos, ya que estos alimentos interfieren con los sistemas del control del apetito.

Si bien se a reducir la ingesta inmediata de alimentos tras el aporte de la comida chatarra, no se logra compensar totalmente la sensación de hambre y se produce un exceso de consumo de alimentos.

Esto se debe, al menos en parte, a la escasez de fibras, ya que se ha observado que los alimentos ricos en fibras producen mayor saciedad y sensación de llenado gástrico.



**Comiendo sano,
nos sentimos BIEN**

Evita la comida rápida

retiro

Pirámide Nutricional

La nueva pirámide simboliza un enfoque personalizado hacia la alimentación saludable y actividad física. El símbolo ha sido diseñado para que sea simple.

Ha sido desarrollado con el fin de recordar a los consumidores que deben elegir alimentos más saludables y estar activos todos los días.



¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de los granos?

Los alimentos hechos con trigo, arroz, avena, maíz, cebada o cualquier otro grano de cereal son un producto de granos. El pan, la pasta, la harina de avena, los cereales del desayuno, las tortillas y la sémola son ejemplos de productos de granos.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las verduras?

Todas las verduras y los jugos 100% naturales de verdura forman parte del grupo de verduras. Las verduras pueden ser crudas o cocidas; frescas, congeladas, enlatadas o secas/deshidratadas; y pueden ser enteras, trozadas o en puré.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las frutas?

Todas las frutas o los jugos de fruta 100% naturales forman parte del grupo de frutas. Las frutas pueden ser frescas, en lata, congeladas o secas, y pueden encontrarse enteras, cortadas o procesadas.

¿Qué son los aceites?

Los aceites son grasas en estado líquido a temperatura de ambiente, como los aceites vegetales que se utilizan para cocinar. Los aceites provienen de diferentes plantas y de pescados.

Los aceites de origen vegetal (aceites vegetales y de nueces) no contienen colesterol.

¿Qué alimentos se incluyen el grupo de productos lácteos, el yogurt y el queso?

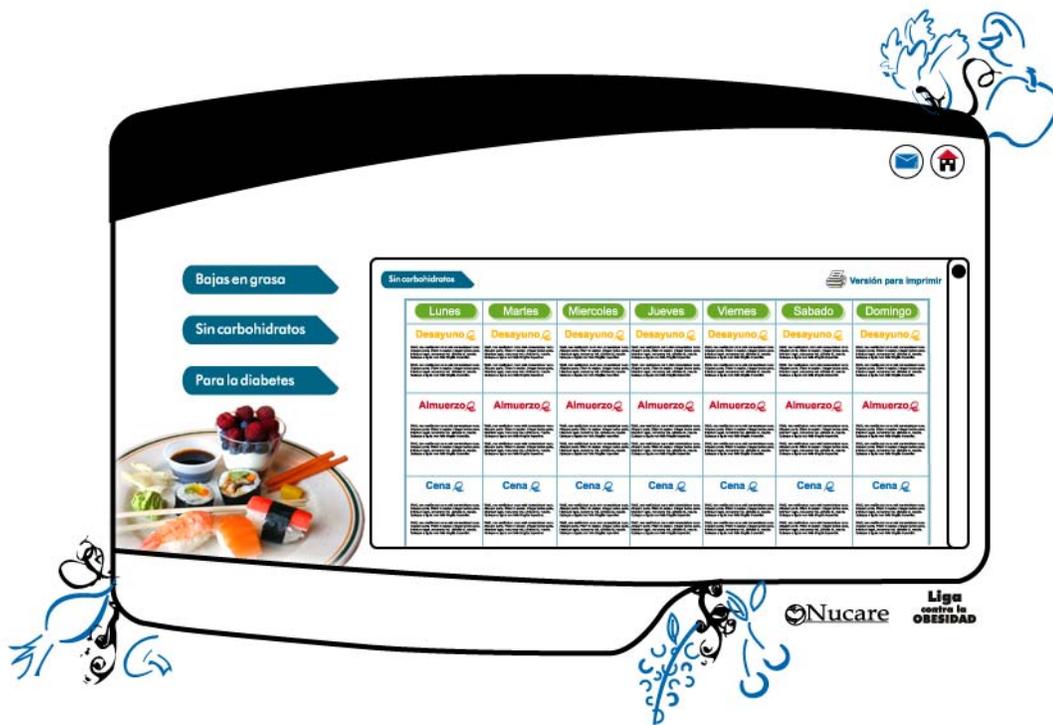
Todos los productos lácteos líquidos y muchos alimentos hechos con leche forman parte de este grupo de alimentos. Los alimentos hechos con leche que no tienen calcio o que tienen poco calcio, como el queso crema, la crema y la manteca quedan excluidos. La mayoría de las elecciones del grupo de productos lácteos deben ser productos descremados o de bajo contenido de grasa.

¿Qué alimentos están incluidos en los grupos de carnes, aves, pescados, frijoles secos, huevos y nueces?

Todos los alimentos hechos con carne, aves, pescados, frijoles o guisantes secos, huevos, nueces y semillas se consideran parte de este grupo.

La mayoría de las elecciones de carne y aves deben ser magras o de bajo.

5.6.2.8 SITIO WEB



5.6.2.9 LAYOUT PRESENTACIÓN POWER POINT

Diseñada para nutricionistas



5.6.2.10 Promocionales

Todos estos promocionales se estarán entregando en:

1. Los días domingos en pasos y pedales
2. En semáforos de las zonas 9 y 10
3. En los alrededores de la zona viva
4. En los lobbys de edificios de oficinas tales como (Géminis 10, Atlantis, Citibank,etc)

Tshirt



Pachón



Metro



Banner animado

Este banner se estará colocando en portales en internet.



Publireportaje

Se estará publicando tanto en presa como en revistas.



24 Hrs de SANA COMIDA

Una persona que no consume los alimentos adecuados padecerá de una serie de dolencias que se complicarán si sus hábitos no cambian.

Los problemas que pueden presentarse con deficiencias de hipertensión, diabetes, hipercolesterolemia, obesidad y algunos tipos de cáncer.

En la actualidad hay dietas que ofrecen recetas para todo público. Sin embargo, es importante destacar que si una persona está interesada en tener una buena nutrición, primero debe hacerse una serie de evaluaciones físicas, y luego, determinar qué tipo de alimentos le hacen bien a su organismo.

Por ejemplo, hay regímenes que recomiendan una ingesta menor de 1200 calorías, pues aseguran que durante el día "se quemarán más calorías de las que se consumen y que así lograrán una reducción de peso". Lo que no te dicen es que este tipo de planes hacen que te deshidrates o desnutras, y que presentes problemas de irritabilidad, mareos, apatía a todas horas y desgano, entre otros.

Los beneficios de una dieta adecuada se pueden apuntar a: buena postura, firmeza muscular, agilidad mental, mayor energía y vitalidad.

En resumen, esto identifica a una persona bien alimentada. También hay otros beneficios que son menos aparentes, como no sentir malestar ni dolores físicos, así como no percatarse de la actividad de los mecanismos vitales. Todo esto es debido al buen funcionamiento físico.

Además, la ingesta adecuada de nutrientes beneficia el sistema inmunológico y, con esto, es más resistente a infecciones y enfermedades. Para los deportistas, una alimentación basada en sus requerimientos diarios pueden ser la diferencia entre la fatiga temprana o la culminación exitosa del ejercicio.

www.comesaludable.com

fuente: www.piramide.gov

5.6.3 VALIDACIÓN

Para poder establecer y verificar el diseño de la campaña "Come sano", si estaba realizada de una manera adecuada a la necesidad que tiene el grupo objetivo, se realizó instrumentos de validación a Diseñadores Gráficos, publicistas, expertos en nutrición y al grupo objetivo.

Cada encuesta o validación que se hicieron fueron de gran ayuda, pues se logró por medio de las validaciones comprobar que todas las piezas cumplen su objetivo, son creativas y van de acuerdo al grupo objetivo determinado.

5.6.4 Piezas validadas

Muppies



*Por mi bienestar
evito comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



**Liga
contra la
OBESIDAD**



*Por nuestro bienestar
evitamos comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



**Liga
contra la
OBESIDAD**

24 Hrs de SANA COMIDA

Una persona que no consume los alimentos adecuados padecerá de una serie de dolencias que se complicarán si sus hábitos no cambian.



Los problemas que pueden presentarse con deficiencias de hipertensión, diabetes, hipercolesterolemia, obesidad y algunos tipos de cáncer.

En la actualidad hay dietas que ofrecen recetas para todo público. Sin embargo, es importante destacar que si una persona está interesada en tener una buena nutrición, primero debe hacerse una serie de evaluaciones físicas, y luego, determinar qué tipo de alimentos le hacen bien a su organismo.

Por ejemplo, hay regímenes que recomiendan una ingesta menor de 1200 calorías, pues aseguran que durante el día "se quemarán más calorías de las que se consumen y que así lograrán una reducción de peso". Lo que no te dicen es que este tipo de planes hacen que te deshidrates o desnutras, y que presentes problemas de irritabilidad, mareos, apetito a todas horas y desgano, entre otros.

Los beneficios de una dieta adecuada se pueden apuntar a: buena postura, firmeza muscular, agilidad mental, mayor energía y vitalidad.



En resumen, esto identifica a una persona bien alimentada. También hay otros beneficios que son menos aparentes, como no sentir molestias ni dolores físicos, así como no percatarse de la actividad de los mecanismos vitales. Todo esto es debido al buen funcionamiento físico.

Además, la ingesta adecuada de nutrientes beneficia el sistema inmunológico y, con esto, es más resistente a infecciones y enfermedades. Para los deportistas, una alimentación basada en sus requerimientos diarios pueden ser la diferencia entre la fatiga temprana o la culminación exitosa del ejercicio.



www.comesaludable.com



Infórmate más en

www.comesaludable.com

ON **NuCare**
 Liga
 Nacional
 de
OBESIDAD

Pirámide Nutricional

La nueva pirámide simboliza un enfoque personalizado hacia la alimentación saludable y actividad física. El símbolo a sido diseñado para que sea simple.

Ha sido desarrollado con el fin de recordar a los consumidores que deben elegir alimentos más saludables y estar activos todos los días.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de los granos?

Los alimentos hechos con trigo, arroz, avena, maíz, cebada o cualquier otro grano de cereal son un producto de grano. El pan, la pasta, la harina de avena, los cereales del desayuno, las tortillas y la sémola son ejemplos de productos de grano.

COMIDA CHATARRA: Principal causante de la obesidad

Se define la comida chatarra como aquella "adquirida en autoservicios al paso", y desde su aparición, su popularidad ha crecido enormemente.

Una comida rápida típica contiene 1,400 calorías, que significan un 85 por ciento del aporte de grasa diaria recomendada, un 73 por ciento de la grasa saturada recomendada, pero sólo el 40 por ciento de fibras diarias recomendadas y el 30 por ciento del calcio recomendado.

Esta elevada densidad energética se vincula a la obesidad mediante diversos mecanismos, ya que estos alimentos interfieren con los sistemas del control del apetito.

Si bien se a reducir la ingesta inmediata de alimentos tras el aporte de la comida chatarra, no se logra compensar totalmente la sensación de hambre y se produce un exceso de consumo de alimentos.

Esto se debe, al menos en parte, a la escasez de fibras, ya que se ha observado que los alimentos ricos en fibras producen mayor saciedad y sensación de llenado gástrico.



**Comiendo sano,
 nos sentimos BIEN**

Evita la comida rápida



¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las frutas?

Todas las frutas o los jugos de fruta 100%, naturales forman parte del grupo de frutas. Las frutas pueden ser frescas, en lata, congeladas o secas, y pueden encontrarse enteras, cortadas o procesadas.

¿Qué son los aceites?

Los aceites son grasas en estado líquido a temperatura de ambiente, como los aceites vegetales que se utilizan para cocinar. Los aceites provienen de diferentes plantas y de pescados. Los aceites de origen vegetal (aceites vegetales y de nueces) no contienen colesterol.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las verduras?

Todas las verduras y los jugos 100% naturales de verdura forman parte del grupo de verduras. Las verduras pueden ser crudas o cocidas; frescas, congeladas, enlatadas o secas/deshidratadas, y pueden ser enteras, trozadas o en puré.

¿Qué alimentos se incluyen el grupo de productos lácteos, el yogurt y el queso?

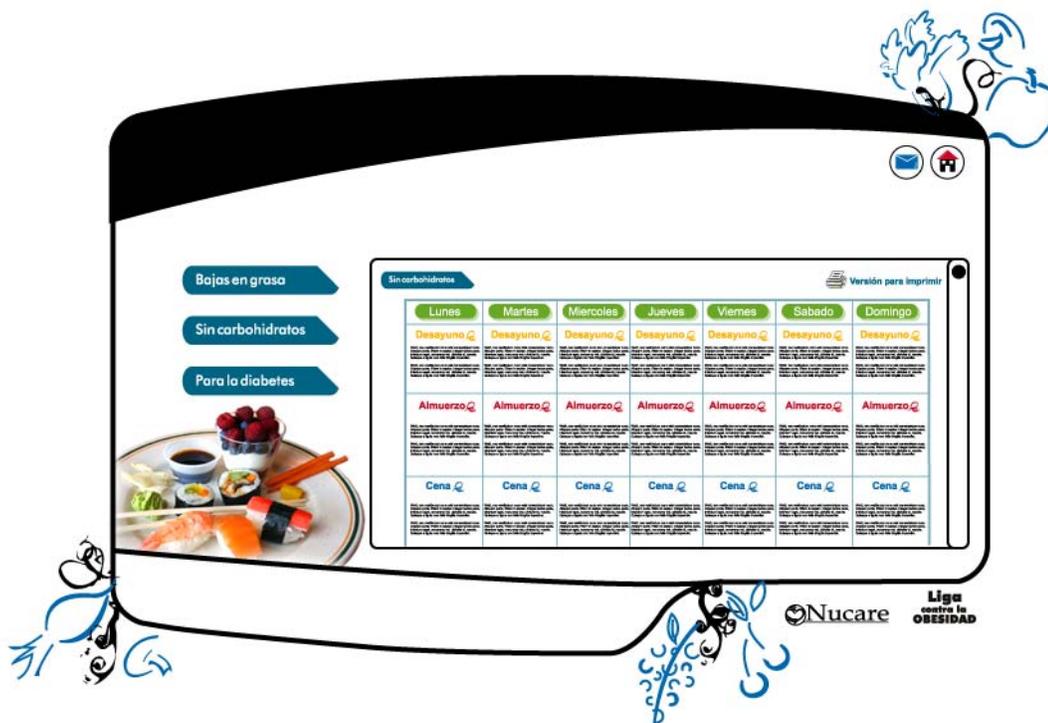
Todos los productos lácteos líquidos y muchos alimentos hechos con leche forman parte de este grupo de alimentos. Los alimentos hechos con leche que no tienen calcio o que tienen poco calcio, como el queso crema, la crema y la manteca quedan excluidos. La mayoría de las elecciones del grupo de productos lácteos deben ser productos descremados o de bajo contenido graso.

¿Qué alimentos están incluidos en los grupos de carnes, aves, pescados, frijoles secos, nueces y nueces?

Todos los alimentos hechos con carne, aves, pescados, frijoles o guisantes secos, nueces, nueces y semillas se consideran parte de este grupo.

La mayoría de las elecciones de carne y aves deben ser magras o de bajo.

Sitio web



Layout presentación power point



Banner animado



Promocionales

Block de notas



T-shirt



5.6.5 Resultados. Según las encuestas realizadas durante 10 días a 10 jóvenes, 5 profesionales en publicidad y diseño y 2 expertos en nutrición, del material hecho para la campaña de “come sano”, con el tipo de validación dividido de la siguiente manera:

Jóvenes = de campo

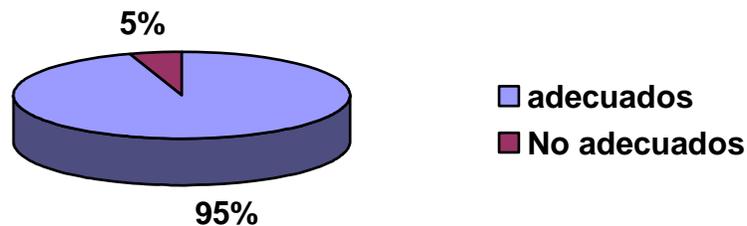
Profesionales y publicistas = técnica

RESULTADOS

Grupo Objetivo

1. El 95% de las personas entrevistadas pensó que los colores utilizados en todos los materiales son adecuados para el grupo objetivo.

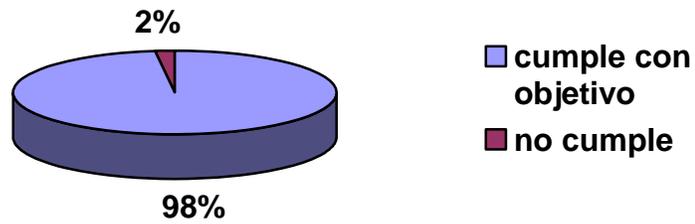
Gráfica 7



Fuente propia

2. 98 % de los encuestados si cree que la campaña logra dar consejos e informar.

Gráfica 8

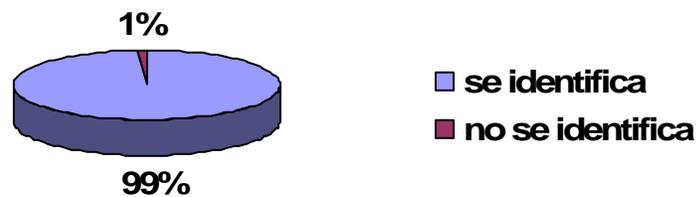


Fuente propia

Diseñadores y publicistas.

1. El 99% se sintió identificado con la campaña.

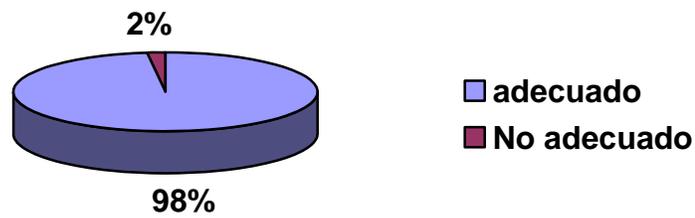
Gráfica 9



Fuente propia

2. El 98% de las personas entrevistadas pensó que los colores utilizados en todos los materiales son adecuados para el grupo objetivo.

Gráfica 10



Fuente propia

3. El 95% de las personas entendió el mensaje principal "comiendo saludable te sientes bien".
4. El 95% respondieron que el material es impactante.
5. El 94 % dijo que sería bueno agregarle mas promocionales y hacer algunos medios alternos.

Especialistas en el tema.

1. El 87% de las personas respondieron que el texto o información era suficiente, y se adecua el lenguaje para el grupo objetivo.
2. Un 93% respondieron que el diseño y los colores que se utilizaron van de acuerdo al grupo objetivo.

5.6.6 PROPUESTA FINAL

Listado de piezas finales

PIEZA	DESCRIPCIÓN	CONTENIDO	OBJETIVO
Sitio web	Será una página juvenil, con muchas graficas, fotografías o ilustraciones, colores calidos y fríos pero en su mayoría cálidos.	Tendrá información sobre las enfermedades que produce el exceso de comida rápida, que es la obesidad, dietas balanceadas, un link a la página web de www.piramid.gob , reportajes y testimoniales.	Informar, que sea una página que los jóvenes visiten una y otra vez, incentivar a los jóvenes que coman saludable. Hacer promociones, con restaurantes de comida saludable.
Layout para presentación Power Point	Diseño para presentación, dinámico, con color.	Texto de la dirección de la página web.	Que las presentaciones que realizarán los profesionales en nutrición, tenga unidad de diseño con toda la campaña que se sacará.
Muppies	Fotografías, mensaje claro y directo, No mucho texto ya que es muy poco tiempo se tiene para leer. Se estarán colocando como mínimo dos circuitos, en cada zona.	Titular y slogan. Siempre promocionar la página web.	Dar a conocer la campaña, promocionar el sitio web.
Promocionales	Objetos que se puedan utilizar en una oficina, o en tiempos libres.	Mensajes con consejos, dirección con sitio web.	Incentivar, aconsejar, que sirva como recordatorio día a día.
Trifoliar	Pequeño, tamaño bolsillo. 3 x11". Full color, Fotografías de alimentos saludables. Para el primer tiraje se estarán imprimiendo 5,000 unidades.	Información sobre los daños de la comida rápida. Contenido de la nueva tabla nutricional.	Informar, ampliar conocimientos sobre una dieta balanceada.
Publireportaje	Fotografías. Diagramación juvenil, full page de revista, full color.	Información impactante, Contenido informativo sobre la buena salud, la dieta balanceada.	Informar, culturizar sobre le tema. Otro medio para promocionar el sitio web.
Recetas	De 4x6", a full color, con recubrimiento uv. Se estarán colocando en el interior de la marca de productos empacados al vacío go fresh . Se imprimirán de cada receta un mínimo de 1,000 unidades.	Recetas bajas en grasa y fáciles de hacer.	Por medio de productos empacados al vacío naturales (frutas y verduras), se estarán colocando recetas fáciles de hacer y bajas en grasa, para dar a conocer nuevas maneras de cocinar fácil y rápido.
Banner animado	100 % flash, colores cálidos. Tamaños según medio.	Link a página web, call to action.	Crear posicionamiento de la página web en sitios o portales que frecuenta el grupo objetivo.

5.6.7 BOCETOS FINALES

MUPPIES:



*Por nuestro bienestar
evitamos comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com

 Nuicare

**Liga
contra la
OBESIDAD**



*Por mi bienestar
evito comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com

 Nuicare

**Liga
contra la
OBESIDAD**



**Comiendo sano,
nos sentimos BIEN**

*Por nuestro bienestar
evitamos comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



Descripción:

Objetivo, el objetivo de este material es llamar la atención del grupo objetivo, incentivar que coman sano, llamar la atención al grupo objetivo, para que lleguen a visitar la página web, en donde en el mismo sitio encontrarán toda la información necesaria para aclarar dudas.

Uso y función, material para captar la atención del grupo objetivo. Se estarán colocando estos muppies en las zonas 9 y 10 de la ciudad capital de Guatemala, comprando como un mínimo 2 circuitos por zona.

Colores, se manda a los medios con una resolución de 100 dpi y debido a que estos materiales se imprimen en impresoras digitales todos los archivos se manejan en RGB full color.



**Comiendo sano,
me siento BIEN**

*Por mi bienestar
evito comida rápida*

Encuentra más información en:

www.comesaludable.com



PROMOCIONALES:

Objetivo, Hacer presencia de marca, en este caso del sitio web, dar consejos por medio de los mensajes, incentivar.

Uso y función, Para el uso del grupo objetivo, se estarán regalando y dando en los puntos estratégicos. En donde promotores los estarán entregando.

Colores, Textos en negro, los grafismos a colores para que lleve un conjunto con la imagen de toda la campaña, y el sitio web, en rojo para remarcar y que resalte para que el grupo objetivo ingrese.

Tshirt



METRO



PACHÓN



REPORTAJE:

24 Hrs de SANA COMIDA



Una persona que no consume los alimentos adecuados padecerá de una serie de dolencias que se complicarán si sus hábitos no cambian.

Los problemas que pueden presentarse con deficiencias de hipertensión, diabetes, hipercolesterolemia, obesidad y algunos tipos de cáncer.

En la actualidad hay dietas que ofrecen recetas para todo público. Sin embargo, es importante destacar que si una persona está interesada en tener una buena nutrición, primero debe hacerse una serie de evaluaciones físicas, y luego, determinar qué tipo de alimentos le hacen bien a su organismo.

Por ejemplo, hay regímenes que recomiendan una ingesta menor de 1200 calorías, pues aseguran que durante el día "se quemarán más calorías de las que se consumen y que así lograrán una reducción de peso". Lo que no le dicen es que este tipo de planes hacen que le deshidraten o desnutran, y que presentes problemas de irritabilidad, mareos, apatía a todas horas y pesadón, entre otros.



Los beneficios de una dieta adecuada se pueden apuntar a: buena postura, firmeza muscular, agilidad mental, mayor energía y vitalidad.

En resumen, esto identifica a una persona bien alimentada. También hay otros beneficios que son menos aparentes, como no sentir malestar ni dolores físicos, así como no percatarse de la actividad de los mecanismos vitales. Todo esto es debido al buen funcionamiento físico.

Además, la ingesta adecuada de nutrientes beneficia el sistema inmunológico y, con esto, es más resistente a infecciones y enfermedades. Para los deportistas, una alimentación basada en sus requerimientos diarios pueden ser la diferencia entre la fatiga temprana o la culminación exitosa del ejercicio.



www.comesaludable.com

Objetivo, el objetivo de este reportaje es llegarle a los jóvenes por medio de un contenido de interés, dar datos y cifras de impacto para hacer conciencia de los daños que causa la comida rápida. Hablar sobre las ventajas que tiene una dieta balanceada y el hacer ejercicios.

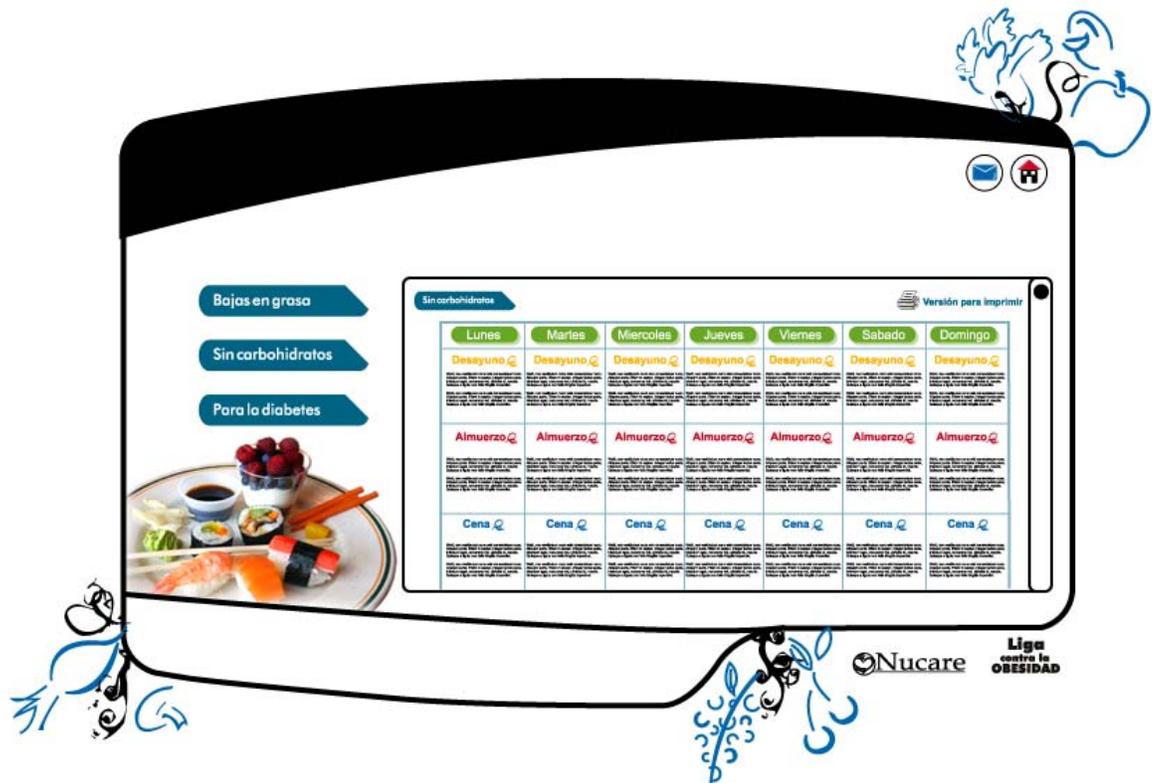
Uso y función, se estará publicando en un suplemento llamado "VIA LIBRE", publicado los días viernes de cada semana en el periódico PRENSA LIBRE. Este reportaje, debido a que los medios necesitan información lo estarán haciendo de una manera gratuita.

Colores, el material se entregará a full color CMYK, con una resolución de 266 dpi, todas las fotografías de verán ir en formato TIFF, CMYK, con una resolución de 266 dpi.

PAGINA WEB:

Home page





Objetivo, es el de informar lo mejor y mayor posible. La página contendrá información sobre: las enfermedades que puede producir el exceso de comida rápida, recetas baja en grasa, ejercicios que se pueden hacer en corto tiempo, promociones, información de las empresas que están realizando la campaña, consejos y dietas. Todo este material se estará actualizando cada mes o incluso en ocasiones cada semana, dependiendo el movimiento de la misma.

Uso y función, por medio de la web, será un sitio fácil de navegar, con mucha información y fotografías. Su función es ampliar el conocimiento y poder llegar a ser un lugar interesante y de visita diaria.

Colores, su programación será una mezcla de html y flash, colores RGB y con imágenes optimizadas para que la página baje sin ninguna dificultad.

BANNER ANIMADO:



Objetivo, llegar por medio de otras páginas web al grupo objetivo. Capta la atención.

Uso y función, se colocará en sitios web frecuentados por los jóvenes adultos, como hi5, msn, zonagallo, etc.

Colores, RGB, programación en flash.

LAYOUT PRESENTACIÓN POWER POINT:





Objetivo, ser un material de apoyo para los profesionales en nutrición.

Uso y función, se utilizará para las charlas o conferencias que tendrán los profesionales en el tema, su función es expandir la información y la campaña a donde se vaya.

RECETAS

Pan mediterraneo

Ingredientes

- 2 rodajas de pan con semillas
- 2 onz de alfalfa
- 1 tomate
- 2 pepinillos
- 1/2 taza de yogurt natural
- 3 cucharaditas de queso mascarpone
- sal y pimienta al gusto
- 3 rodajas de jamón sin grasa



Preparación

Se cortan los pepinillos en cuadros pequeños, luego se le agrega el yogurt natural se mezcla bien y por ultimo se le agrega la sal y pimienta al gusto.

Luego se le coloca la salsa al pan, y se le colocan el resto de ingredientes.


WWW.COMESALUDABLE.COM

Yogurt Tropical

Ingredientes

- 1 bote pequeño de yogurt (sabor al gusto).
- 1/2 manzana
- 1/2 pera
- 1/2 melocoton
- 2 fresas
- 5 moras
- 3 cucharaditas de miel



Preparación

Se corta toda la fruta en cuadros pequeños, se le agrega el yogurt y por último se le esparce la miel por encima a la fruta con el yogurt.


WWW.COMESALUDABLE.COM

Objetivo, Llegar a otro grupo objetivo por medio de un producto conocido en supermercados, colocando otro tipo de comida, fácil y rápidas.

Uso y función, Para dar a conocer otro tipo de recetas baja en grasa y rápidas de hacer. Se estarán colocando en el interior de estos productos.

Colores, Full color, con barniz UV y troquel en la parte superior. Tamaño 4x6"

TRIFOLIAR

Tiro



Informate más en

www.comesaludable.com



COMIDA CHATARRA: Principal causante de la obesidad

Se define la comida chatarra como aquella "adquirida en autoservicios al paso", y desde su aparición, su popularidad ha crecido enormemente.

Una comida rápida típica contiene 1,400 calorías, que significan un 85 por ciento del aporte de grasa diaria recomendada, un 73 por ciento de la grasa saturada recomendada, pero sólo el 40 por ciento de fibras diarias recomendadas y el 30 por ciento del calcio recomendado.

Esta elevada densidad energética se vincula a la obesidad mediante diversos mecanismos, ya que estos alimentos interfieren con los sistemas del control del apetito.

Si bien se a reducir la ingesta inmediata de alimentos tras el aporte de la comida chatarra, no se logra compensar totalmente la sensación de hambre y se produce un exceso de consumo de alimentos.

Esto se debe, al menos en parte, a la escasez de fibras, ya que se ha observado que los alimentos ricos en fibras producen mayor saciedad y sensación de llenado gástrico.



Comiendo sano,
nos sentimos BIEN

Evita la comida rápida

Retiro

Pirámide Nutricional

La nueva pirámide simboliza un enfoque personalizado hacia la alimentación saludable y actividad física. El símbolo a sido diseñado para que sea simple.

Ha sido desarrollado con el fin de recordar a los consumidores que deben elegir alimentos más saludables y estar activos todos los días.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de los granos?

Los alimentos hechos con trigo, arroz, avena, maíz, cebada o cualquier otro grano de cereal son un producto de granos. El pan, la pasta, la harina de avena, los cereales del desayuno, las tortillas y la sémola son ejemplos de productos de granos.



¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las verduras?

Todas las verduras y los jugos 100% naturales de verdura forman parte del grupo de verduras. Las verduras pueden ser crudas o cocidas; frescas, congeladas, enlatadas o secas/deshidratadas; y pueden ser enteras, trozadas o en puré.

¿Qué alimentos se encuentran en el grupo de las frutas?

Todas las frutas o los jugos de fruta 100% naturales forman parte del grupo de frutas. Las frutas pueden ser frescas, en lata, congeladas o secas, y pueden encontrarse enteras, cortadas o procesadas.

¿Qué son los aceites?

Los aceites son grasas en estado líquido a temperatura de ambiente, como los aceites vegetales que se utilizan para cocinar. Los aceites provienen de diferentes plantas y de pescados.

Los aceites de origen vegetal (aceites vegetales y de nueces) no contienen colesterol.

¿Qué alimentos se incluyen el grupo de productos lácteos, el yogurt y el queso?

Todos los productos lácteos líquidos y muchos alimentos hechos con leche forman parte de este grupo de alimentos. Los alimentos hechos con leche que no tienen calcio o que tienen poco calcio, como el queso crema, la crema y la mantequilla quedan excluidos. La mayoría de las elecciones del grupo de productos lácteos deben ser productos descremados o de bajo contenido graso.

¿Qué alimentos están incluidos en los grupos de carnes, aves, pescados, frijoles secos, huevos y nueces?

Todos los alimentos hechos con carne, aves, pescados, frijoles o guisantes secos, huevos, nueces y semillas se consideran parte de este grupo.

La mayoría de las elecciones de carne y aves deben ser magras o de bajo.

Objetivo, Informar

Uso y función, se estará colocando como: - Volantes
- Insertos

Colores, Full color CMYK, Tiro y retiro, doblado en 3. Tamaño 9x11", cantidad para imprimir 2500 unidades.

5.6.8 implementación

5.6.9 Formas de reproducción y distribución del material

- Sitio web. La página web se dará a conocer por medio de los materiales impresos y por medio de banners animados en otros portales como

guate2night.com, zonagallo.com, gee.com, prensalibre.com.

- Layout para presentación power point. Este layout servirá para tener una misma línea de diseño con todo el material impreso que se realizará. Lo utilizarán los profesionales en nutrición, al impartir sus conferencias anuales.

- Trifoliar. Será un tamaño de bolsillo, servirá para informar.

- Publireportaje. Se recopilará toda la información sobre los datos mas importantes que se recaudaron en la investigación, para entregárselo a uno de los a los medios de prensa de la ciudad capital y que ellos con esta información saquen un reportaje sobre el problema.

- Banners animados. Se realizarán en flash, la información será nada mas un titular y un link a la página para mayor información. Se pautaran en sitios web como guate2night.com, zonagallo.com, gee.com, amiga.com, prensalibre.com.

- Promocionales. Se estarán dando en puntos estratégicos, como zona viva, semáforos, calles con una fuerte afluencia de transito de personas. Servirán para aconsejar, frases claves para recordar acciones importantes que se debe hacer para llevar una dieta sana.

- Muppies. Servirá para dar a conocer la campaña y para crear un tráfico alto en el sitio web.
- Recetas. Se colocarán en el interior de estos productos (frutas y verduras), para dar un plus a los consumidores de estos productos y ayudar a promover el sitio web y a llevar al grupo objetivo a consuman estos productos.

5.7 Timing.

Color verde comiendo de la implementación del material y actualizaciones.

Color naranja otras versiones del material.

PIEZA	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
MUPPIE	█	█				█	█							█																		
TRIFO			█				█				█				█			█							█			█			█	
PROMOCIO	█				█																											
WEB	█				█				█				█				█				█				█				█			
BANNER			█			█				█				█				█				█				█				█		
REPORTAJE				█																												
LAYOUT					█																											

La estrategia de esta campaña, comenzará dando a conocer el producto en este caso "el comer saludable", por medio de el lanzamiento de muppies alrededor de las zonas estudiadas, al mismo tiempo se estará lanzando el sitio web, ya que es uno de los medios principales para que el grupo objetivo pueda informarse con mayor amplitud sobre todo el contenido. Con el pasar de las semanas, se estará utilizando la campaña solo como recordatorio y reforzando las ideas principales de la misma.

5.8 Recursos para desarrollar el proyecto

a) Humanos

- Se requerirá un ingeniero en sistemas para que realice la programación del sitio y la actualización del mismo.
- Un diseñador gráfico para que realice todo el material y las animaciones flash.
- 2 o 3 conferencistas especializados en nutrición y cardiología.
- Un proveedor de base de datos para enviar al grupo objetivo el correo físico y digital.
- Un periodista o columnista para que realice el reportaje.
- 3 promotores o edecanes para repartir los promocionales y trifoliales.

b) Materiales

- Dominio y hosting para página web.
- Programa de flash para animaciones.
- Proveedor de promocionales.
- Papel couche con recubrimiento UV.
- Papel backlight.
- Pachones.
- Tshirt blancas.
- Papel bond.

A través de la investigación documental y de campo, se pudo comprobar que, en efecto, el exceso de comida rápida es dañino para la salud. Una de las principales consecuencias de consumir pollo frito o hamburguesas todos los días es el de aumentar los riesgos de padecer de enfermedades cardiovasculares tales como la obesidad, hipertensión, diabetes tipo 2, hipercolesterolemia.

CONCLUSIONES

Estos hábitos alimenticios son propios de los adultos jóvenes de la ciudad capital, que trabajan en oficinas localizadas en las zonas 9 y 10. El 26% de los jóvenes encuestados respondió que ingiere comida rápida 6 o más veces por semana. Esto se debe a:

- La falta de tiempo para hacerse o que le realicen en su casa una comida saludable.
 - La necesidad de salir del lugar de trabajo, para poder despejar la mente y salir del ambiente.
 - La influencia publicitaria: que ofrece bastante comida a un precio accesible al público joven.
 - La falta de un lugar adecuado (comedor), para almorzar en sus oficinas.
-
- Se necesita llevar a cabo una campaña de información para hacer conciencia a los jóvenes para que se disminuya el consumo en exceso de comida rápida. Por medio de esta campaña se logre cambio de conducta en el grupo objetivo: Ingerir menos comida rápida y más comida nutritiva y balanceada.

Parte de la responsabilidad del incremento en el consumo de comida rápida está en los medios de comunicación y la falta de compromiso de empresas que se dedican a la venta de comida chatarra por promover hábitos alimenticios saludables. Es necesario, también, un compromiso gubernamental, donde, a través del Ministerio de Salud se generen campañas de comunicación social informando acerca de los alimentos que ayudan a mantener una dieta balanceada.

- Un gran porcentaje de personas no saben exactamente los daños o enfermedades que causa no tener una alimentación saludable. La mayoría de personas saben que el exceso de comida rápida es malo para la salud, pero aun así lo siguen ingiriendo. Por esta razón, es de suma importancia hacer conciencia e informar los daños y las enfermedades que causa el exceso de comida rápida en una dieta diaria.
- El saber alimentarse y hacer ejercicio diariamente es vital para una vida saludable.
- Una campaña puede ayudar a lograr hacer conciencia y a informar con mayor precisión al grupo objetivo.

RECOMENDACIONES

- Que las instituciones se involucren el 100% para poder ayudar a todas estas personas que necesitan de una dieta balanceada y guianza en su estilo de vida.
- Que consigan otros patrocinadores para que se pueda pagar todos los materiales con mayor facilidad.
- Algunos de los posibles patrocinadores pueden ser:
 - Go Green (restaurante de venta de ensaladas)
 - Bagel Factory (restaurantes de sándwiches saludables)
 - Go fresh (empresa dedicada a la venta en supermercado de verduras y frutas empacadas).
 - NutrAce (empresa que se dedica a hacer comida casera y llevársela al consumidor a su oficina o casa. Todas las comidas son supervisadas por una nutricionista.)

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

AMAYA Jairo. *Planeación y estrategia*. Editorial casa del libro.

COLL NURTR J Am. *The salt step test: Its usage in the diagnosis of salt sensitive hipertension and in the detection of the salt hypertension threshold*.EE.UU: Espinel, 1992.

Diabetes Control and Complications National Diabetes Information ed. Clearinghouse, 1994.

Grupo de Seguridad. Alimentaria Nutricional. Guatemala, septiembre 2003

GAGNETEN Silvia. *Pierda peso sin perder su salud*: Argentina, 2001.

HACHFELD Linda. *Cooking Á la Heart*, EE.UU; 1991.

INESTROSA GONZÁLEZ Sergio. *Diversidad, tecnología y comunicación*

LUTHER William. *Plan de Mercadeo*. México: ed. CAD,S.A, 1994.

LUNA SAGASTUME, Maria Virginia, *Tesis. Comunicación visual al servicio del hombre* Guatemala : Universidad del Istmo, Facultad de Arquitectura, 2004.

LEWIS EJ, Hunsicker LG; BAIN RP "y" ROHDE RD. *The effect of angiotensin-converting-enzyme inhibition on diabetic nephropathy*. New England Journal of 1993.

MacGraw-Hill. *Goodman and Gillman`s the pharmacological basic of therapeutics*. EE.UU: 9th ed. 1996.

MILES John s, M.D. *Diabetes mellitus*. EE.UU: 1997.

M.D Hensrud; Donald D. Mayo Clinic on healthy weight. EE.UU: 2000.

NETTLETON Joyce. *What causes obesity?*. EE.UU: ed. Beckley-Cardins, 1987.

POLIC William. *Dietary recommendations*. 1987.

RAMIREZ Manuel. *La obesidad y sus factores*. España, 2002.

ROBERTS Christine. *Simply delicious recipes for diabetics*. 1996.

SAHLOSSER Eric. *Fast Food Nation*. EEUU, 1ra ed. 2005.

Sistema de Naciones Unidas. *Situación de la Seguridad Alimentaria y Nutricional de Guatemala*. Guatemala, 2004.

STAMBL. *Primary prevention of hipertensión by nutritional -hygienic mea*. Primera ed. 1989.

SANCHEZ Ruben. *Por qué engordamos* MacGraw Hill, 1999.

SANTESMASES Mestre Miguel. *Promoción conceptos y estrategias*. España: 4ta ed. Ed. Pirámide, 2004.

UNICEF, OMS, UNESCO, FNUAP, PNUD, ONUSIDA, PMA. *Banco Mundial Para la Vida, 3ra Edición.2004.*

UNICEF. *Nutrición. Comunicación para la Acción.* Lima, Perú: 1995.

VAN WAY Charles W. *Secretos de la nutrición.* 1999.

VAN WAY III, M.D Charles W. *Getting motivated, Estados Unidos de América:* 1era ed. 1993.

VAN WAY III, M.D Charles W. *Hipertensión.* Traducido al español, 1992.

William SR. *Nutricion and diet therapy.* St. Louis, Mosby, 8va ed 1997.

Yepes, Ricardo, *Fundamentos de Antropología. Español;* 1999.

Karen Carpenter , *Are you a lean eating teen? Ten healthy steps,* 2004

Department of Health and Human Services | Food and Drug Administration *Controlando la diabetes,* 5600 Fishers Lane (HFI-40) Rockville, MD 20857

Folletos:

National Institut fo health, *Sugerencias saludables.*

Good Measure Meals™. *How do you measure weight loss success,* 176 Ottley Drive, Atlanta, GA 30324-3925

Dr. Lola Sánchez Burlón. *Dieta y salud.2006.*

Puleva salud, *Que son los lípidos .España: 2000.*

Ruchi Mathur, *Diabetes Mellitus*

GARCÍA Alvarez, Dr. Gerardo, *Obesida. México: 1998.*

Reportaje Lesly Véliz , Siglo XXI. Guatemala: febrero 2006.

Reportaje revista amiga, Prensa Libre, *La obesidad. Guatemala: .2005.*

SPURLOCK'S Morgan. Super size Me. DVD, 2004.

Instituto nacional de estadísticas, 2006.

Datos obtenidos de: Investigación de Mercados. Pere Soler Pujals.
Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions: 2001.

Manohla Darwin, Fast Food Nation, movie, 2006.

Revista Communication Arts anual 46. noviembre 2005.

COUDERC Jinny. Encuestas realizadas. Guatemala: marzo 2006.

Datos estadísticos PRODATOS segundo semestre 2005

Datos estadísticos PRODATOS primer semestre 2006

Referencias Electrónicas:

[Disponible en : <http://www.glucerna.com>]

[Disponible en : <http://www.tops.org>]

[Disponible en : <http://www.kelloggs.com>]

[Disponible en : <http://www.msc.es>]

[Disponible en : <http://www.zonadieta.com>]

[Disponible en : <http://www.health.com>]

[Disponible en : <http://www.encarta.com>]

[Disponible en : <http://www.diabetes.org>]

[Disponible en : <http://www.obesidad.com>]

[Disponible en : <http://www.hipertension.com>]

[Disponible en : <http://www.diabetes-help.com>]

[Disponible en : <http://www.psicoterapiaonline.net>]

[Disponible en : <http://www.nutrimais.com>]

[Disponible en : <http://www.angelfiver.com>]

[Disponible en : <http://www.umm.com>]

[Disponible en : <http://www.multired.com>]

[Disponible en : <http://www.quierete.com>]

[Disponible en : <http://www.salud.com>]

[Disponible en : <http://www.wikipedia.com>]

APENDICE

ENCUESTA 1

1. ¿Los colores utilizados en cada pieza de diseño que le reflejan o transmiten?
a. juventud b. madurez c. infantil
2. ¿Los textos que se están utilizando en todas la piezas son?
a. muy largos b. cortos c. adecuado
3. ¿La información que se está dando en los materiales, sabiendo su función está?
a. suficiente b. mucha c. poca
4. ¿Las fotografías que se utilizaron en todas la piezas van en la misma línea que el diseño?
a. si b. no ¿Por qué?_____
5. ¿En conjunto cree que la información cumple con el objetivo de la información?
a. si b. no
6. ¿Cree usted que el mensaje crea consecuencias en?
a. cambio de actitud b. cambio de hábitos c. reflexión
7. ¿El mensaje principal cree que es impactante?
a. si b. no
8. ¿cual sería su reacción al ver alguna de estas piezas en la calle?
a. visitaría el web site b. modificaría sus hábitos alimenticios

c. consultaría un nutricionista d. no haría nada

9. ¿ya que el material está dirigido a jóvenes que aspectos cree que se pueden mejorar?

a. color b. tipografía c. contraste d. fotografía e. composición

10. ¿Cuál cree que es el mensaje principal de esta campaña?

a. di no a las drogas b. la comida rápida es mala

c. no te excedas en comer comida rápida

11. ¿cree usted que la página web tiene la suficiente información, tomando en cuenta que es uno de los materiales principales?

a. si b. no

12. ¿cree que el diseño del publireportaje y el lugar donde va a ser publicado es adecuado?

a. si b. no

13. comentarios de diseño de muppie

14. comentarios de correo directo

ENCUESTA 2

1. ¿Los colores utilizados en cada pieza de diseño que le reflejan o transmiten?
 - a. juventud
 - b. madurez
 - c. infantil
2. ¿Los textos que se están utilizando en todas las piezas son?
 - a. muy largos
 - b. cortos
 - c. adecuado
3. ¿La información que se está dando en los materiales, sabiendo su función está?
 - a. suficiente
 - b. mucha
 - c. poca
4. ¿Cuál sería su reacción al ver alguna de estas piezas en la calle?
 - a. visitaría el web site
 - b. modificaría sus hábitos alimenticios
 - c. consultaría un nutricionista
 - d. no haría nada
5. ¿Cuál cree que es el mensaje principal de esta campaña?
 - a. di no a las drogas
 - b. la comida rápida es mala
 - c. no te excedas en comer comida rápida
6. ¿Entiende el significado de las dos fotografías y el titular "10 años después"?
 - a. si
 - b. no
7. ¿Las ilustraciones que se utilizaron en todas las piezas cree que son?
 - a. modernas
 - b. cool
 - c. nada que ver

7. ¿a que se dedica?

a. Trabaja

b. Estudia

8. ¿Sabe que tipo de enfermedades o malestares le pueden dar por causa del exceso de consumo con comida rápida?

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

e. _____

f. _____

g. _____

h. _____

i. _____

j. _____

9. ¿Sabe algunas consecuencias de la obesidad?

a. si

b. no

cuales _____

ENCUESTA (PUBLICISTAS)

1. ¿a que se dedica?

- a. publicista b. diseño gráfico c. otro

2. ¿Usted cree que la comida rápida de los restaurantes es una dieta balanceada?

- a. si b. no c. no se

3. ¿sabe usted si existe algún tipo de reglamento o decreto para colocar en los anuncio o publicidad que se desarrolla para los restaurantes de comida rápida?

- a. si b. no c. no se

4. ¿cree que sería necesario desarrollar un decreto o un texto que advierta al consumidor que esta comida puede hacer daño a su salud?

- a. si b. no

porqué? _____

5. ¿ El decreto ayudaría a la disminución de consumidores de comida rápida?.

- a. si b. no c. si no porque?

6. ¿Cree usted que debería hacer una campaña publicitaria que incentive a las personas a comer menos comida rápida y más comida nutritiva?

a. si b. no

Porque? _____

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Observar lo siguiente:

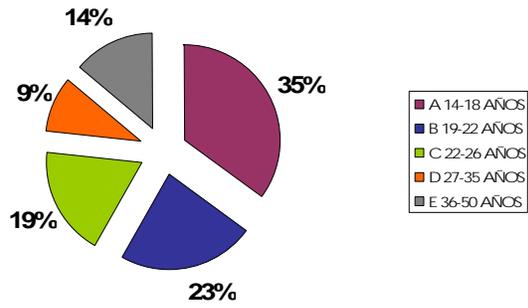
1. Personas que frecuentan en las zonas 9 y 10 los restaurantes de comida rápida
2. Observación del tipo de luz, colores, limpieza, atención al cliente.
3. Que tipo de comida compra el público.
4. Observar la manera de comer del público.
5. Reacciones o manera de cómo salen del lugar

ENTREVISTAS A PROFESIONALES

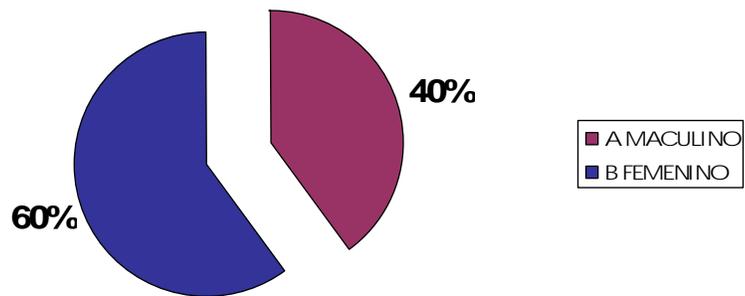
- 1.- ¿En que consiste una buena nutrición?
- 2.- ¿Que consecuencias trae una mala nutrición?
- 3.- ¿Cree que la comida rápida es mala para la salud y porque?.
- 4.- ¿Qué efectos tiene el exceso de grasa en el cuerpo?
- 5.- ¿Cómo se debe llevar una buena nutrición?, ¿Qué requerimientos o consejos le puede dar a una persona que tiene sobrepeso?
- 6.- ¿Cuales son las consecuencias de la obesidad?
- 7.- ¿Qué otras enfermedades puede causar el colesterol alto?

RESULTADOS ENCUESTAS GRUPO OBJETIVO

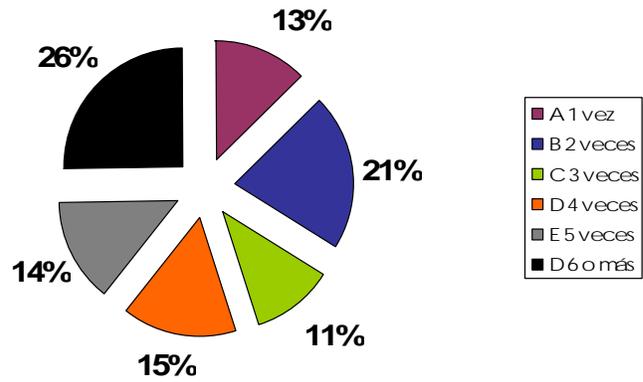
1. ¿En que rango de edad se encuentra usted?



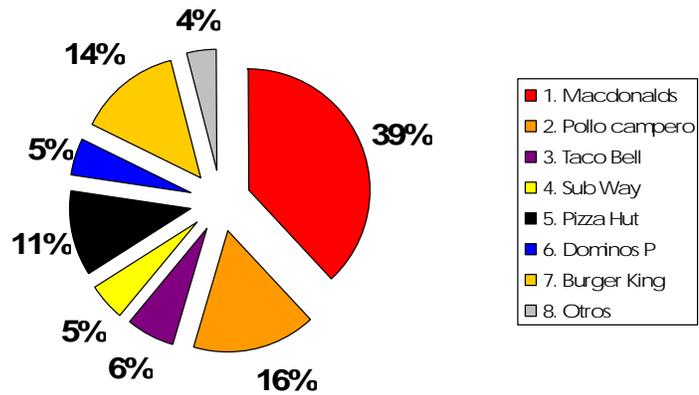
2. ¿Sexo?



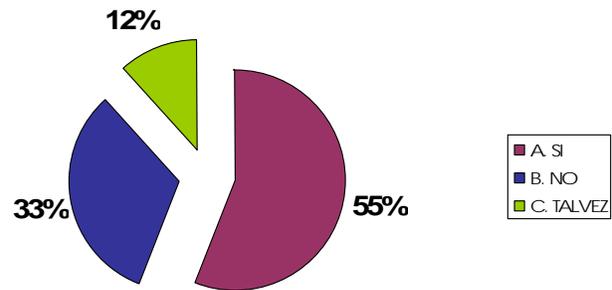
3. ¿Cuántas veces a la semana come comida rápida?



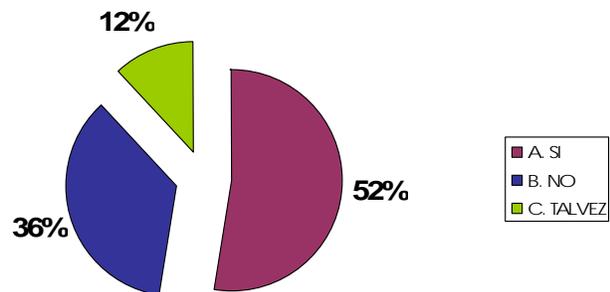
4. ¿Dentro de la lista de restaurantes de comida rápida cuales frecuenta más?



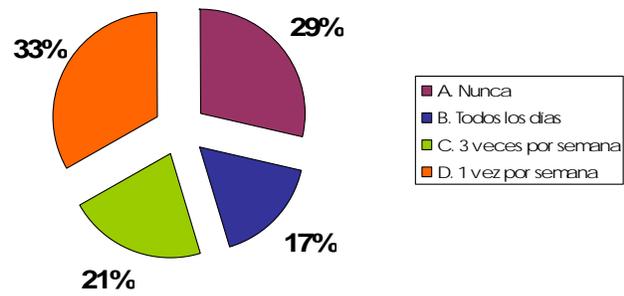
5. ¿Usted cree que la comida rápida es mala para la salud?



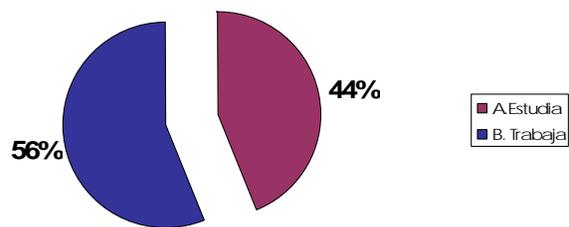
6. ¿Usted cree que la comida rápida se puede volver una adicción?



7. ¿Con que regularidad hace ejercicio físico?

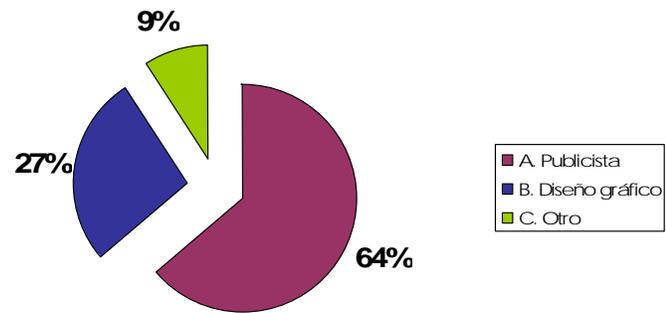


8. ¿A que se dedica?

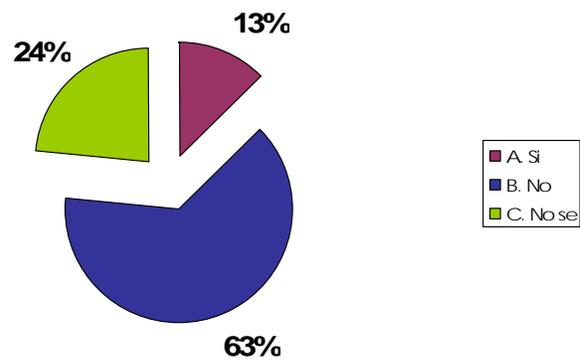


RESULTADOS ENCUESTA PROFESIONALES

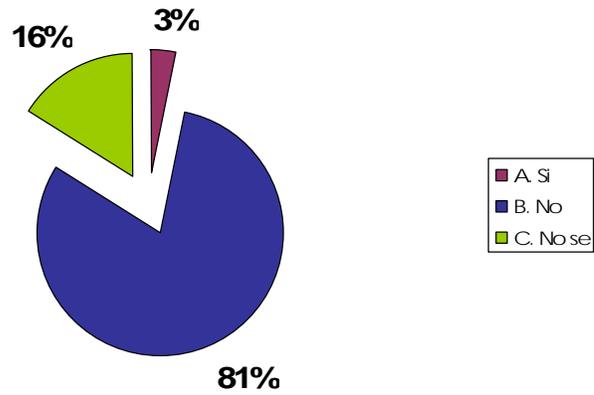
1. ¿a que se dedica?



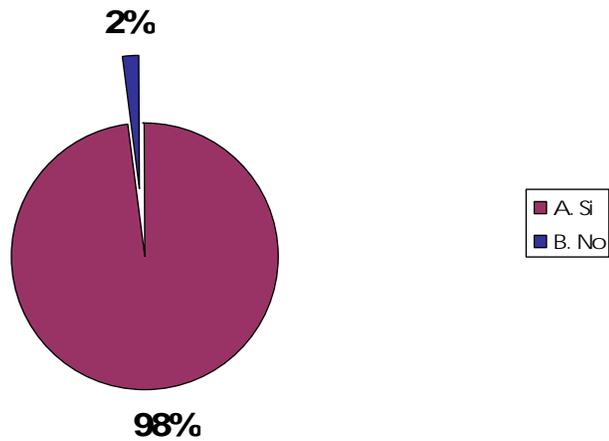
2. ¿Usted cree que la comida rápida de los restaurantes es una dieta balanceada?



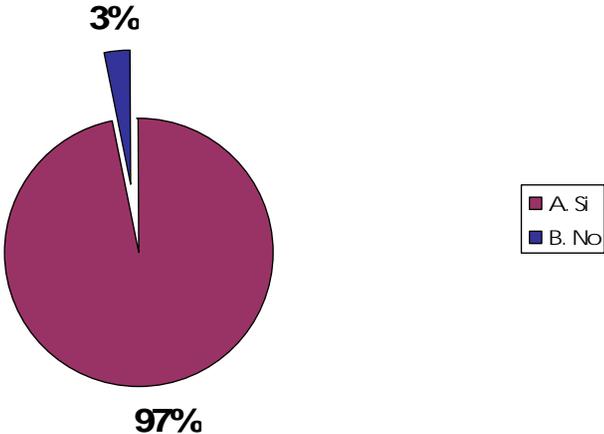
3. ¿Sabe usted si existe algún tipo de reglamento o decreto para colocar en los anuncios o publicidad que se desarrolla para los restaurantes de comida rápida?



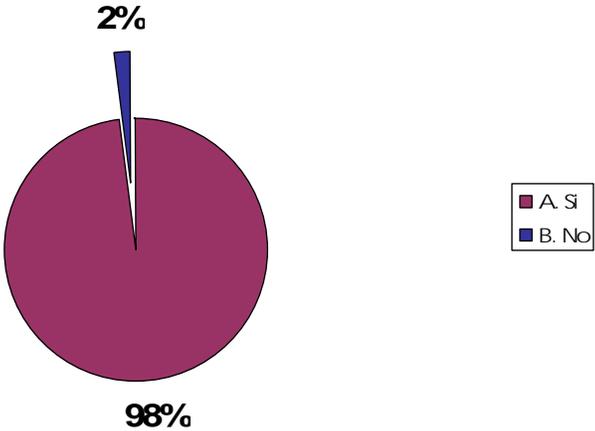
4. ¿Cree que sería necesario desarrollar un decreto o un texto que advierta al consumidor que esta comida puede hacer daño a la salud?



5. ¿El decreto ayudaría a la disminución de consumidores de comida rápida?

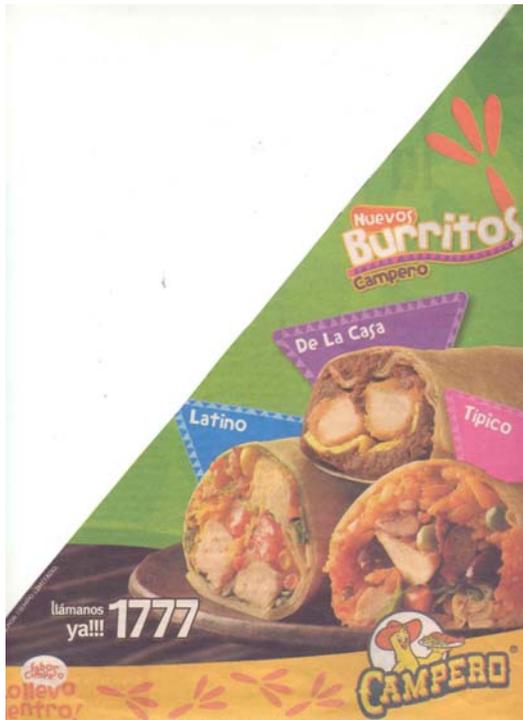


6. ¿Cree usted que debería hacer una campaña publicitaria que incentive a las personas a comer menos comida rápida y más comida nutritiva?



ANEXO

Anuncios de Revista y Periódico
Ciudad de Guatemala





Nueva
American Classic
CHEESEBURGER
PIZZA



Masa Clásica Domino's con carne molida, tocino, queso Americano, queso Cheddar, queso Provolone, cebolla y tomate fresco.

1730 **30 minutos o gratis**



Ahora Pepsi
Re-doble
a sólo Q8.00

2 litros retornable

Combo Libre

Combo
 Incluye: Gordita Crunch
 + Taco Supreme + Papas + Bebida

Q19.00

NO SOLO DE PAN VIVE EL HOMBRE

Wendy's pack

2
Q22.00
 Jr. Doble con queso

3
Q20.00
 Jr. Deluxe con queso

4
NUEVO
Q22.00
 Pollo Crispy

Q22.00
 Jr. con Termino u queso

VOLANTES

Combo de Amigos
Q199
 3 pizzas grandes 1 litro (masa clásica) + 2 doble litros

COMBO TROPICAL
Q99
 1 PIZZA GRANDE TROPICAL (MASA CLÁSICA) + 1 DOBLE LITRO

COMBO DE MESAS
Q89
 PIZZA MEDIANA DE 3 A 5 INGREDIENTES (MASA CLÁSICA) + 1 DOBLE LITRO + CHIPSY BREAD O CHURROS

Sólo disponible en pedidos para llevar y Menús Express

Con Telepizza disfrutas al máximo

Q.99
 Pizza mediana de hasta 3 ingredientes + 12 Alitas + 3 Flanes + 1.5 lbs. de Pepsi

Q.99
 3 Pizzas medianas de 1 ingrediente

Q.26
 Pizza super personal o lasagna + Flan + Lata de Pepsi

Q.75
 Pizza mediana + 9 camperitos + 1.5 lbs. de Pepsi

Recuerda 2x1 miércoles y viernes

Únicamente en entregas a domicilio. Esta oferta no puede ser combinada con ninguna otra promoción. Promoción válida hasta el 31 de marzo 2006. Válida sólo una oferta por compra.

Haz tu propia pizza con tus ingredientes favoritos.

Ingredientes
 Queso, Pepperoni, Jamón, Huevo, Salsicilla, Salami, Cordero de Mar, Olivos, Cebolla, Pasa, Tomate, Menta, Anís, Aceitunas, Champiñones, Nueces.

Tamaño	Queso	Pepperoni	Salami
Pizza de 12" (30 cm)	Q. 100	Q. 100	Q. 100
Pizza de 16" (40 cm)	Q. 150	Q. 150	Q. 150

VALLAS y POP EN COMPLEJO DEPORTIVO



Pagina web

SUPER SIZE ME
A FILM OF EPIC PORTIONS

ABOUT THE MOVIE 1.99

ABOUT THE DIRECTOR 1.99

AWARDS 39¢

BURGER MAN 49¢

Movie Stills 99¢

NEW EDUCATIONALLY ENHANCED EDITION 49¢
For Grades 6-12
New Features • PG

Reviews & PRESS 39¢

CONTACT US 49¢

MORGAN SPEAKS OUT
DON'T EAT THIS BOOK

SUPER SIZE ME BY THE LB. 49¢

FAT AUDIENCES
Some food may not be suitable for children

McDonald's

ACADEMY AWARD NOMINEE BEST DOCUMENTARY

>HELP Change the Food in our Children's Schools

>EXPLORE the Educationally Enhanced DVD (Rated PG)

WINNER BEST DOCUMENTARY INT'L PRESS ACADEMY SATELLITE AWARD 2004

WINNER WRITERS GUILD OF AMERICA DOCUMENTARY SCREENPLAY AWARD 2004

WINNER BEST DIRECTOR SUNDANCE FILM FESTIVAL 2004

PG-13 Parents Strongly Cautioned
Some Material May Be Inappropriate for Children Under 13

< REPLAY INTRO

RECENT REVIEWS & PRESS !

- Fast food film makes Oscar list (11/18/04) [Click here](#)

- Health-conscious UR students mark No Soda Day (11/18/04) [Click here](#)

DOWNLOADS **MAILING LIST** **MORGAN'S BLOG** **LINKS** **SEND SITE TO A FRIEND**

Libro

