



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02 02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Ernesto Alonso Gutiérrez Sánchez, identificado con DNI N° 46477968
egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y
comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
" Campaña de concientización Come Mejor para reducir los malos hábitos alimentarios en los
en los estudiantes del colegio Miguel Grau de Salsipueda 2018
(<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822,
Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

FIRMA

DNI: 46477968

FECHA: 16 de Julio del 2018.



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	<u></u> Responsable del SGC	<u></u> Vice Rectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------------------	--



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.**

“Campaña de concientización “Come Mejor” para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes del colegio Miguel Grau del distrito de Salaverry - 2018”.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

AUTOR

Gutiérrez Sánchez, Ernesto Alonso.

ASESORES

Dr. Díaz Arias, Alfieri.

Dra. Gálvez Carrillo, Rosa Patricia

Mg. Prado Morales, William.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Relacionales y Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

Trujillo - Perú

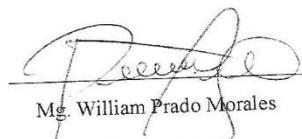
2018

JURADO EVALUADOR

JURADO EVALUADOR



Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo



Mg. William Prado Morales



Dr. Alfieri Diaz Arias.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Alberto Gutierrez Esquivel e Irma Sanchez Carbajal por el gran apoyo que incondicionalmente me brindaron acompañado de valores que me permitieron ser una persona de bien, junto con mis hermanos Alexander Gutierrez Sanchez y Jackeline Gutierrez Sanchez por su estima, apoyo y comprension.

A mi Dios por saber guiarme por el camino del bien, lograr darme fuerza para continuar adelante y no decaer en problemas que constantemente se presentaban, llenandome de sabiduria y enseñandome a superar las adversidades sin enseñándome a encarar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento.

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradecer a Dios por guiarme y darme la fuerza necesaria para seguir adelante.

Agradecer a mi familia por el esfuerzo y el apoyo incondicional y la motivación brindada para seguir adelante.

Un agradecimiento sincero y especial a nuestros profesores que contribuyeron en nuestra formación universitaria, así como en la orientación y aliento en la realización del presente trabajo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Ernesto Alonso Gutiérrez Sánchez, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con **DNI 46477968**; autor de la tesis titulada: “*Campaña de concientización “Come Mejor” para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes del colegio Miguel Grau del distrito de Salaverry - 2018*”; con la finalidad de obtener el título profesional universitario de Licenciado en Ciencias de la Comunicación,

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis presentada es de mi autoría y se rige por estándares éticos internacionales de referencia intelectual, para consulta y cita de fuentes, lo que avala que esta investigación no atenta contra la propiedad intelectual de los autores puesto que se ha citado correctamente.

Los datos recogidos para la investigación son reales, en consecuencia, los resultados tienen el mismo carácter.

De hallarse prueba de falsedad en lo juramentado asumo las consecuencias de mis actos respecto al contenido, que se pueda verificar de esta investigación, y asumiré la sanción de acuerdo a la normativa vigente de la UCV.

Adjunto a esta declaración, como evidencia, los resultados proyectados por la herramienta anti plagio *turnitin*.

Trujillo, Mayo del 2018

Ernesto Alonso Gutiérrez Sánchez.

46477968

PRESENTACIÓN

Presento ante los jurados la tesis de tipo cualitativo “Campaña de concientización “Come Mejor” para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes del colegio Miguel Grau del distrito de Salaverry – 2018”, con el propósito de obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo principal del estudio es la reducción de los malos hábitos alimenticios a través de la campaña de concientización “Come Mejor” en los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry, Para alcanzar el objetivo se utilizaron un tipo de instrumento de recolección de datos: La Guía de Observación, que fue aplicado a los estudiantes de dicha institución educativa el cual nos brindara información y un panorama claro sobre los hábitos alimenticios.

Finalmente, dejo a su disposición el presente trabajo de investigación para que lo evalúen según su juicio crítico.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos Previos.....	12
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	15
1.4. Formulación de problemas.....	33
1.5. Justificación del estudio.....	33
1.6. Hipotesis.....	34
1.7. Objetivos.....	34
II. MÉTODO	35
2.1. Diseño de investigación.....	35
2.2. Variables Operacionalización.....	35
2.3. Población y muestra.....	38
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y Confiability.....	38
2.5. Métodos de análisis de datos.....	38
2.6. Aspectos éticos.....	38

III. RESULTADOS	39
IV. DISCUSIÓN.....	47
V. CONCLUSIÓN.....	50
VI. RECOMENDACIONES.....	52
VII. REFERENCIAS	53
ANEXOS.....	54

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo final, crear una Campaña de Concientización para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes en los estudiantes del colegio Miguel Grau del distrito de Salaverry – 2018. De esta manera, mediante instrumentos de medición como encuestas y guía de observación, se logró obtener datos relevantes para la elaboración de una campaña de concientización, la cual fue planificada coherentemente y dinámica, para poder lograr los resultados deseados por medio de la misma. Como conclusión, la campaña de concientización “Come Mejor”, se efectuó teniendo en cuenta, el primer lugar, un diagnóstico situacional de la realidad problemática. Seguidamente se establecieron con claridad los objetivos de la campaña de concientización, y los mensajes a emitir al público objetivo, en este caso los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry. Después se elaboró con creatividad y dinamismo la campaña de concientización, la cual fue evaluada a juicio de expertos. Es así, que se logró diseñar la campaña de concientización respondiendo a los datos obtenidos a través de los diferentes instrumentos utilizados para la investigación, reuniendo las pautas necesarias para que esta sea eficaz, llamativa y por supuesto concientizadora.

Palabras claves: Campaña, concientización, hábitos, alimentación, piezas.

ABSTRACT

The present work has as final objective, to create an Awareness Campaign to reduce the bad eating habits in the students in the Miguel Grau school of the district of Salaverry - 2018. In this way, by means of measurement instruments such as surveys and observation guide, it was possible to obtain relevant data for the elaboration of an awareness campaign, which was planned coherently and dynamically, in order to achieve the desired results through it. In conclusion, the "Come Better" awareness campaign was carried out taking into account, first of all, a situational diagnosis of problematic reality. The objectives of the awareness campaign and the messages to be issued to the target audience were clearly established, in this case the 10-year-old students of the Miguel Grau Seminario School of the Salaverry district. Then, the awareness campaign was developed with creativity and dynamism, which was evaluated by experts. Thus, it was possible to design the awareness campaign responding to the data obtained through the different instruments used for research, gathering the necessary guidelines so that it is effective, striking and of course conscientizing.

Keywords: Campaign, awareness, habits, food, pieces.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En el colegio público Miguel Grau Seminario del Distrito de Salaverry, los escolares que cursan el 4º grado del nivel primario, que en su gran mayoría, son de familias de bajos recursos económicos, son consumidores frecuentes de productos chatarras, que se venden tanto dentro, como fuera del centro educativo por personas irresponsables, que con el fin de conseguir dinero, comercializan estos productos que dañan la salud, ya que los niños están en una edad, en donde compran cualquier tipo de productos alimenticios, que son coloridos, llamativos y baratos, sin pensar el daño que les pueda desencadenar en su salud, según refiere La Facultad de Medicina de Colombia(2016).

Visto desde esta manera, estos factores alimenticios están contribuyendo a la formación de malos hábitos de alimentación en los estudiantes salaverryños, ya que los niños se encuentran en la mayor parte de tiempo en la escuela. Otra forma de influencia es a través de los medios de comunicación, que con frecuencia enseñan y publicitan el consumo de alimentos con alto contenido calórico.

Según la Organización Mundial de la Salud (2016), indica que las enfermedades relacionadas a los malos hábitos alimenticios, han aumentado de una manera preocupante, se calcula que más más de 41 millones de niños menores de cinco años en todo el mundo tienen sobrepeso y la causa principal es el desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas.

Es por ello, que estos malos hábitos, están formando en los estudiantes del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry unas formas inadecuadas de elecciones en lo que concierne a alimentos sanos, llevando como consecuencia enfermedades tales como el exceso de peso a lo largo de los años

Es por ello, que los alimentos con escaso valor nutricional, como son los alimentos chatarra, causan en los niños malos hábitos alimenticios, en la cual generan desequilibrios en su organismo y por ende en su salud, desencadenando enfermedades perjudiciales, entre las cuales están: la obesidad, la anemia, la falta de desarrollo, y problemas en su aprendizaje.

La OMS (2016), también señala, que la venta de alimentos y bebidas no saludables, son los principales responsables, de los altos índices de sobrepeso en los niños.

Es así entonces, que los alimentos chatarras son un problema latente en la sociedad de Salaverry, ya que es casi imposible controlar a los niños, en las compras que realizan tanto dentro de sus centros de estudios como fuera de ellas, ya que ello genera, efectos negativos, las cuales afectarán notoriamente en su salud, alterando su régimen alimenticio, teniendo en cuenta que los niños aún no tienen un raciocinio desarrollado propia por su edad, y consumen este tipo de productos sin sospechar algún peligro que esto puede desencadenar en su salud, según nos refiere la Unicef (2015).

El Centro Nacional de Nutrición (2015), alertó, que el excesivo consumo de "comida chatarra", está causando el incremento de sobrepeso, obesidad, entre otras enfermedades como la hipertensión arterial, diabetes y el cáncer, especialmente de colon.

Es por ello, que es necesario concientizar a los niños de una manera creativa y responsable, ya que ellos están en una edad en donde se les puede guiar por el camino de los buenos hábitos alimenticios, realizando campañas de concientización como el del "comer sano", y a su vez orientándolos e ilustrándolos con piezas gráficas sobre alimentos saludables, lo cual conllevarán a una rutina y consumo de alimentos de gran valor nutricional y principalmente saludables, con el único propósito de lograr el bienestar en los estudiantes.

1.2 Trabajos Previos

INTERNACIONAL

Medina y Melo (2014), en su proyecto de investigación "*Campaña de concientización sobre los malos hábitos alimenticios*", indicaron que la alimentación es uno de las mayores prioridades en sus habitantes, en los países desarrollados de primer mundo, existen grandes empresas que brindan el servicio de comida rápida, la exportación de estos productos chatarras va en aumento, debido a su gran influencia, esto es el caso de Ecuador, que un futuro próximo ,tanto los adultos, los jóvenes y los niños, llegarán a tener un desequilibrio nutricional, y a su vez contraerán enfermedades, que serán heredadas, sin dar opción a revertirlas. Por otro lado las empresas transnacionales serán

las únicas beneficiadas, ya que al globalizar estos productos chatarras, generan un gran monopolio económico con el único propósito de obtener ganancias.

Huerta, Sánchez y Soto (2016), en su estudio descriptivo de *“Hábitos alimentarios en el desayuno y almuerzo de los preadolescentes de Viladecans – Barcelona”*. Los autores propusieron conocer los hábitos alimentarios como lo es en el desayuno, y también en sus almuerzos en la pre-adolescencia.

Llegaron a la conclusión que es importante tomar desayuno a diario, para así lograr un buen rendimiento tanto intelectual como físico en la escuela. Por otra parte el consumo de alimentos lácteos en el desayuno es importante, pero totalmente lo contrario fue consumo de frutas, ya que fueron minoritariamente los niños que lo consumen, y menos aún estos niños se alimentan con el desayuno ideal (cereales, leche y fruta).

Belalcázar (2011), en su tesis *“Determinantes sociales de la alimentación y percepción de alimentación saludable en familias de estratos 4, 5 y 6 de la localidad de chapinero de Bogotá d.c.”*. Nos dice que los sectores sociales, económicos y educativos son determinantes en lo que concierne sobre inseguridad nutricional, ya que se asocian con los estratos sociales más bajos, porque los de estrato social alto muestran una dieta variada y saludable.

Macías, Gordillo y Camacho (2012), en su artículo sobre *“Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud”*, nos indican que la alimentación y la nutrición son sucesiones continuas, en donde están influidos principalmente por aspectos socioculturales desde su niñez, logrando un rendimiento bueno. Es por ello, la real necesidad de que ellos, realicen desde la etapa de su niñez unos hábitos saludables de alimentación es fundamental. Por otra parte hay influencias negativas que perjudican su comportamiento alimenticio, y por ende su salud, tales como la publicidad televisiva, lo cual genera el cambio de sus hábitos alimentarios, ya que ellos están en una edad factible de poder persuadirlos y manipularlos, en lo que respecta al consumo de alimentos chatarras que son mostrados en este medio.

NACIONAL

Tello (2016), en su tesis sobre *“Publicidad televisiva alimentaria asociada al consumo de alimentos no saludables y sus motivos en escolares de nivel primario en una institución educativa privada”*, propuso determinar la publicidad televisiva alimentaria, asociada al consumo de alimentos no saludables y sus motivos en escolares de nivel primario, en una institución educativa privada en el distrito de Los Olivos.

Llegando a la conclusión que la publicidad televisiva alimentaria es un medio participe directo, hacia el consumo de alimentos chatarras, y por ende el principal motivo del consumo, en colegiales de primaria del colegio privado, perteneciente a distrito de Los Olivos en el año 2015, y también se logró apreciar, que en su mayoría, los niños consumieron alimentos poco saludables a raíz de haber mirado estos alimentos chatarras, presentados en espacios de programas juveniles.

Machaca y Paredes (2016), en su tesis cuantitativa *“Hábitos alimenticios y actividad física como factores asociados a obesidad en niños de 6 a 12 años”*, los autores propusieron determinar como son los hábitos alimenticios y la actividad física en niños de 6 a 12 años de la institución educativa cruce chilina de alto selva alegre de Arequipa. Concluyeron, que más de las tres cuartas partes de los niños de 6 a 12 años con diagnóstico de obesidad, poseen malos hábitos en su alimentación y en lo que concierne a actividades físicas son totalmente escasas. Además, más de la mitad de los niños de seis a doce años con diagnóstico de obesidad son de tipo masculino y la edad concisa es de 8 años.

Según **Marino y Ovidio (2014)**, en su Tesis de los *“Hábitos Alimenticios y Estado Nutricional en Adolescentes de los Colegios Secundarios. Chuyabamba y Chota, 2013”*, allí indica que los malos hábitos alimenticios hacen referencia hacia el consumo inapropiado de frituras, hamburguesas, caramelos, bebidas gaseosas y productos alimenticios con elevados índices de calorías, lo cual generan enfermedades crónicas, tales como la hipertensión arterial, la obesidad y diabetes, lo que genera un prominente periodo de enfermedades cardiovasculares y cerebro vasculares, y con ello, el aumento de muertes, por el poco consumo de frutas y verduras.

LOCAL

Vásquez (2016), en su Tesis, *“Efecto de una Intervención Educativa en el nivel de conocimiento de las madres y el valor nutritivo de las loncheras en los niños de 6 a 7 años de la Institución Educativa “Fe y Alegría n°63” – Alto Trujillo. 2016”*, indicaron que una buena educación que concierne sobre los buenos hábitos alimenticios surgieron con efectos positivos para el nivel de aprendizaje en los padres de familia de los estudiantes de primero y segundo grado del colegio Fe y Alegría del Alto Trujillo. Por otra parte también concluyeron en que la intervención en la educación consiguió un efecto positivo sobre la información de nutrición de las loncheras en los estudiantes del colegio Fe y Alegría del Alto Trujillo.

Gómez y Grados (2012), en su tesis sobre el *“Estado nutricional y su influencia en el rendimiento escolar, en la institución educativa cesar vallejo en Huamachuco”*, propusieron identificar el estado nutricional de los niños de la institución educativa cesar vallejo de Huamachuco, así también para poder saber el rendimiento escolar de los niños de la institución educativa cesar vallejo de Huamachuco.

Concluyeron que el 82 % de niños escolares, se encuentran con edad y talla normal, el 13 % presenta obesidad y el 4 % tienen delgadez. En la talla-edad, el 62% están con talla pequeña y el 37 % tienen talla normal. Además en lo que respecta al estado nutricional, el IMC-edad tiene una influencia elocuente en el rendimiento de la escuela, y en la talla-edad el panorama es preocupante.

1.3 Teorías relacionadas.

- **Teoría de la persuasión (Carl Hovland, 1961).**

Esta teoría dice para que un mensaje pueda ser persuasivo y pueda cambiar la actitud y la conducta del individuo, se tiene que permutar previamente el tipo de pensamientos o creencias de quien recibirá el mensaje.

La persuasión se refiere al proceso de un cambio de comportamiento de una persona o de un grupo determinado, imponiendo una idea, persona u objeto, a través de las palabras, logrando transmitir un tipo de información, razón o sentimientos. Logrando persuadir a las personas, hacia la aceptación de una idea, una actitud, o un acto, todo ellos realizado por significados utilizando razones y símbolos.

Carl Hovland, analizó el cambio de actitudes e indagó el nivel de influencia que la memoria pueda tener a largo o corto plazo acerca de comportamiento y creencias de la persona.

Para ello existe dos tipos, la primera es de la memoria a largo plazo, es en donde la persona almacena recuerdos en un periodo de seis meses, sin tener un límite de duración.

También está la memoria a corto plazo, que se refiere al acto de mantener en la mente del individuo el mensaje de manera activa, solo una pequeña parte de información, estará disponible en un tiempo corto.

•Teoría de la Aguja Hipodérmica (Harold Lasswell, 1927)

En esta teoría, Lasswell demostró que toda forma de estímulo, que va dirigido hacia una persona, genera una respuesta. Se explica en la psicología conductista, que si fuese posible tener el control y dirigir el estímulo, se lograría obtener una respuesta con el efecto deseado. Es decir la persona atomizada debería ser manipulada por la propaganda.

La Teoría de la Aguja Hipodérmica, refiere en que los mensaje enviados por diversos medios de comunicación, influyen de una forma eficaz en el receptor, “inyectando” información que es recibida automáticamente y dada por cierta, es decir, sin que los receptores discutan la información brindada, generando una reacción de todos de forma similar.

Estos medios “inyectan” mensajes, que a su vez estos tipos de mensajes generan reacciones.

La característica de la teoría hipodérmica es en base a la comunicación que es como una aguja hipodérmica, su mensaje se inyecta directo a un receptor, así en donde el receptor aceptara el mensaje y contestará en un patrón predecible. En conclusión esta teoría busca inyectar el mensaje por debajo de la piel tal cual su nombre lo dice Hipo (debajo), Dérmica (piel).

Marco Teórico

CAPITULO I: Campaña

Álvarez (2008) en su libro *“La Campaña Publicitaria Perfecta”*, nos dice que la campaña es un conjunto de estrategias, y están creadas para lograr conseguir objetivos determinados derivados desde marketing, La campaña tiene la capacidad suficiente de transmitir información la cual educará e influirá a miles de individuos de una manera simultánea.

Wells, Burnett y Miortary (1996), en su libro *“Publicidad, Principios y prácticas”* nos dice que la palabra campaña tiene procedencia belicosa, la cual destinaba funciones de procedencia militar constantemente. Este término se adoptó por la industria de la publicidad con el concepto de, un plan prolongado para una serie de anuncios distintos, la cual aparecen en diferentes medios durante un periodo definido.

Taboada (2009), en su proyecto *“Tipologías de Campañas”*, nos dice que se entiende por campaña a un compuesto de eventos trazados y programados para llegar a una objetivo concreto.

Lamb (1997), en su libro *The Good Campaigns Guide* (La buena guía de campañas), define una campaña como un acto de iniciación estructurada para actuar con empuje público sobre instituciones e individuos con el propósito de influir en sus acciones. En una campaña se logra diseñarlo, para alcanzar objetivos, con el fin de poder resolver problemas específicos en la sociedad, es por ello que la campaña es parte de una estrategia.

Según el diccionario manual de la Lengua Española (2007), el termino campaña se refiere como un conjunto de funciones que se logran realizar en un tiempo determinado y estas están destinados a un fin por ejemplo, campaña contra los malos hábitos de alimentación, campaña electoral, etc.

- Importancia de la Campaña.

Fernández (2011), en su publicación de *“Conocimiento y documentación en el desarrollo de una campaña publicitaria”*, explica que la importancia de una campaña recae sobre el plan , en el cual el proceso de creación y diseño sea el adecuado para realizarlo con éxito, en ella participan el

proceso de elaboración, difundiendo los a través de medios convencionales y no convencionales, o mezcladas ambas que es lo más habitual, para ello deben estar inmersos profesionales con ramas diferentes, para así lograr aportaciones adecuadas sobre el tema a realizar.

- **Características**

Wells, Burnett y Moriarty (1996), en su libro “*Publicidad. Principios y prácticas*”, nos indica las características de la campaña tales como unidad, similitud y continuidad temporal en los mensajes y en lo que concierne a su contenido:

- ✓ **Unidad:** Para que a lo largo de la campaña el mensaje creado sea más entendible y fácil de identificar.
- ✓ **Similitud:** Puede haber similitudes verbales, visuales, sonoras, por ello esta unidad de un mensaje y otro mensaje.
- ✓ **Continuidad:** Los mensajes deben repetirse constantemente a través de un periodo largo, ya que ello permitirá retener en la memoria el objetivo de comunicación trazado, algunos autores indican ello como norma.

- **Tipos de Campañas**

Larssón (1986), en su libro “*Mercadeo y Publicidad*”, refiere que las campañas de comunicación se dividen según su contenido: Comerciales, Políticas y de Acción Social.

a. Por su Contenido.

- **Comerciales:** Las campañas comerciales es donde hay un interés económico, explícito y son dedicadas a la comercialización de bienes y servicios al mismo tiempo se clasifican en: Campañas de Marca - Campañas Cooperativas- Campañas Cooperativas.
- **Políticas:** Este tipo de campaña promueve las religiones, especialmente las ideologías. Por lo que toman el nombre de propagandas.

- **De Acción Social**

Estas están designadas como cívicas o de bien público, se les denomina así a este tipo de campañas porque se realizadas por instituciones y entidades sin fines lucrativos. Con asiduidad las entidades al servicio de la sociedad, llámense caritativas o asociaciones similares se enfocan en el cambio de actitudes.

Esto es conllevado por fines altruistas, que impulsan a realizar campañas para mitigar causas importantes que afectan a la sociedad, por ejemplo: combatir el tabaquismo, las drogas, el cuidado de nuestro planeta, también están inmersas dentro de las campañas sociales, las de la salud (preventivas, curativas), y también las educativas.

Gutiérrez (2013), en su tesis *“Propuesta de campaña social para la concientización del virus del papiloma humano (vph) en mujeres”*, nos dice que Las campañas de acción social, es de suma importancia ya que da a saber problemas existentes dentro de la sociedad, y que tienen que ver con temas como la, violencia familiar, temas concernientes a salud, y de injusticia, con el propósito de dar vías de solución contribuyendo a la sociedad.

El objetivo principal de las campañas de acción social es el vehículo por el cual se pueden dar a conocer problemas latentes en la sociedad, y esto permite conlleva a la unión, motivación y sensibilización del individuo, logrando una concientización.

b. Por su Metodología

Se puede hablar de diversos tipos de campañas, según su objetivo tales como:

Campaña de Expectativa: Permite en esta campaña, crear intriga en lo que respecta al cambio tajante de un servicio o producto. Para este fin se necesita que la campaña sea sencillo de recordar.

Campaña de Lanzamiento: Su real propósito es la de informar sobre la partida de un servicio o producto novedoso, para ello es necesario iniciarse con el impulso adecuado.

Campaña de Sostenimiento: Estarán presentes acompañando el curso normal de un producto o servicio, cuando se logre mantener en los niveles revistos, para

ello se debe soportar el posicionamiento estable, entorno a los cambios en el mercado.

Campaña de Reactivación: El objetivo es fortalecer el posicionamiento en circunstancias dificultosas en el mercado.

Campaña de Relanzamiento: El objetivo es relanzar el producto o servicio con un valor agregado, ya que a veces los cambios son tan fuertes que la imagen que el cliente tiene en su mente deja de relacionarlo con el producto.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Álvarez (2008), dice que la campaña publicitaria es una construcción estratégica. Se gestiona para lograr alcanza objetivos, y tiene la capacidad de enviar y transmitir información relevante, y con ella educar e influir a un sinfín de personas de manera simultánea.

Elementos de una Campaña Publicitaria

Álvarez (2008), también nos refiere sobre los elementos de una campaña publicitaria, allí se analizan los objetivos de: Comunicación, Creativos y Medios. El fracaso de una campaña publicitaria tiene su origen en la ausencia de objetivos claros y precisos. Y en la nula elaboración de estrategias y mensajes de la campaña. A continuación se desarrollan diferentes aspectos de los objetivos de comunicación, de medios, y creativos para verificar si se han tenido presentes en las campañas y bajo qué condiciones.

- **Comunicación:**

Aquí el objetivo de comunicación de la publicidad, es proponer un nexo creativo que llega desde el mensaje, que motive al entorno del público objetivo al cual va dirigido. Vista desde los objetivos comunicacionales es un la salida de difusión, información y educación sobre los productos o servicios. Objetivos de Comunicación - Difusión - Información - Educación.

- **Difusión:**

El objetivo es difundir de manera efectiva el mensaje publicitario creado. A través de diversos medios de comunicación. Dicha difusión de la información sobre productos o servicios va de acorde a los objetivos generales de nuestra campaña en curso, siendo considerados en las estrategias y tácticas del plan de medios. La exhibición del producto en el diseño del mensaje a difundir, conlleva desde el texto, y las imágenes, estas son valorizadas entre sí, siempre y cuando se tenga la intensidad necesaria, en lo que concierne a difusión mediática, la cual conlleva a una llegada efectiva al público al cual va dirigida.

- **Información**

La información incluye contenido vasto y específico, que crece como argumentación sobre el servicio o producto, es por ello que la publicidad lo adquiere para informar al público. Si los argumentos son sólidos y de calidad sobresale en comparación a la competencia, posicionándolo en el pensamiento y mente del probable consumidor.

Charaudeau (2006), refiere que, la información se refiere a que el individuo que tiene un cierto saber lo brinda apoyado con un lenguaje adecuado, a alguien que probablemente no lo posee. Es allí donde se realizara un acto de transmisión, que hará posible convertir al individuo de un estado de ignorancia al del saber.

- **Educación**

La campaña publicitaria forma un canal de comunicación, a través de su aparición en los soportes, conociendo que los clientes pueden ser educados sobre las cualidades que tienen el producto o servicio. Para ello es necesario realizar una publicidad honesta, con principios y ética.

- **Creativos**

El objetivo creativo, se basa en el enfoque a respetar, seguido de una manera de interpretarlo y pactarlo, que es propia en una creación del mensaje. Los resultados son los principales propósitos que se esperan lograr a través de la creación y difusión de las piezas creativas, del producto, marca o empresa, o si corresponde a la acción institucional o corporativa. Para ello se debe proteger la

creación narrativa de los mensajes, el contenido también se debe cuidar para así poder cumplir los objetivos fijados. (Objetivos creativos- enfoque-reason why-mensaje).

- **Enfoque**

Constituye a definir el concepto que exponga la idea creativa, basándose en la captación de la atención de las piezas publicitarias, durante el prolongado tiempo en que conlleva la campaña. Para ello el enfoque puede presentarse novedoso, y que sea percibido por un público heterogéneo. Llegar a impactar desde el principio del contenido es la meta.

- **Anuncio**

Aquí se encierra los diversos mensajes de la campaña, las cuales ya han sido creadas, guiándose del objetivo creativo inicial, lo cual permite vincular de manera efectiva con el público. Es por ello que el anuncio si es subordinado al creativo logrará mayor impacto, persuasión y motivación. Despertando la captación de la audiencia, lo cual conlleva a memorizar el mensaje, motivando a la acción prevista, que es el cambio de conducta en los destinatarios.

- **Conceptos**

El contenido característico de ciertas palabras puede ser el concepto, es por ello que las palabras son símbolos de las significaciones.

- **Tácticas**

No hay estrategia exitosa, si falla la aplicación de la táctica pertinente, cuando la unión es adecuada se valoriza la acción en el transcurso del plan de medios.

Las tácticas de medios disponibles son las que posibilitan que se concrete el objetivo buscado:

- ✓ De onda u ola.
- ✓ Medios Opresores.
- ✓ Conglomeración de Medios.
- ✓ Dispersión de Medios.
- ✓ Mezcla de Tácticas.
- ✓ Lineales.

- **Estrategias**

Comprende la planificación de las acciones previas, para lograr la difusión efectiva del mensaje publicitario, con una dirección preevaluada y resuelta.

- ✓ Planificación del ataque (Es el lanzamiento o relanzamiento de la campaña).
- ✓ Defensa (Es la campaña de mantenimiento y confrontación).
- ✓ Resistencia (Es la campaña correspondiente a la continuidad).

Guzmán (2003), en su división de estudios de Postgrado "*Desarrollo de Campañas Publicitarias*", indica que existen diversas formas para obtener publicidad para un objetivo.

1. Publicidad Racional: Está basada en la razón, un mensaje coherente que contenga información, esta se sobre todo en la publicidad gráfica.

2. Publicidad Motivacional: Recurre al sentimiento y emoción del público objetivo. El mayor porcentaje de esta publicidad es de este tipo. Lo que conlleva a que un individuo adquiera el producto por el hecho de la motivación que la razón.

3. Publicidad Subliminal: Se centra en el inconsciente de las personas, la cual hace tomar decisiones sin opción a decidir. Esto permite que al observar el aviso, el consiente no note lo que inconsciente si percibe.

4. Publicidad Comparativa: Es el nombramiento de la competencia directa en una publicidad sin su permiso o consentimiento.

5. Publicidad Cooperativa: Es la unión de una o más empresas para la gestión de un comercial, la cual resultara beneficiosa para ambas.

6. Publicidad Directa: Se refiere a las tandas de publicidad.

Publicidad Indirecta: Es la no tradicional

Julián Guzmán también nos dice, en su división de estudios de Postgrado "*Desarrollo de Campañas Publicitarias*", nos refiere que existen otras clasificaciones para las campañas tales como:

- **Emocionales o racionales:** Es el tono en el que se da hacia los mensajes y piezas gráficas, que van hacia una orientación lógica, a través de mucha

información, con argumentos racionales, también se atraen con estilo de vida, prevaleciendo las emociones ante todo.

• **Denominaciones mixtas:** Se encuentra la denominación o mezcla de ellas, por ejemplo las cooperativas, que están realizadas por el fabricante y el distribuidor.

Normas que rigen las Campañas Publicitarias

Guzmán (2003), indica al mismo tiempo, que las normas que rigen las campañas publicitarias son:

- ✓ **Unidad de campaña.** Cuando las piezas para la realización de una campaña sean varias, deben contar con características similares y que destaquen a las comunes, siendo identificables y coherentes, se sabe que el concepto empleado en casi todos los medios es el de siempre ó sea el mismo, un afiche, un spot de tv, una cuña radial, etc.
- ✓ **Continuidad temporal.** Están generadas por una serie de piezas, que logran actuar mediante reiteraciones en periodos prolongados. El tiempo de duración del efecto estimulado es cambiante y limitada, de manera que se debe actuar de manera insistente sobre la mente de las personas para lograr la captación y penetración deseada y su subsiguiente respuesta.
- ✓ **Factores que desaconsejan el cambio.** - Una excelente campaña es dificultosa de conseguir, y sobre todo de aprobar. Educar, cambiar las actitudes, hábitos, es muy difícil. Para lograrlo, se requiere de estar en constante insistencia en la exhibición de resultados favorables del producto o servicio, y repetirlo una y otra vez, hasta que las personas modifiquen sus costumbres.
- ✓ **Dificultades para mantener la continuidad en los temas.** Los anunciadores y publicistas están expuestos de manera constante al mensaje que los propios consumidores, por el hecho que ellos realizaron la planificación, la realización y el pulido del mismo. Es por ello que se debe pensar bien antes de remplazar al personal creativo de una empresa o agencia, ya que los nuevos tratan de anular las huellas de los antecesores imponiendo nuevas sabidurías lo cual podría ser perjudicial para la empresa o agencia.

- ✓ **Cobertura con todos los medios necesarios.** Cada medio como parte del mensaje, tiene la misión concreta de contribuir cualidades de estimulación que se diferencien respecto a su lenguaje. Es por ello que existen medios al comienzo que generen una vía efectiva para ingresar en la mente de los receptores destinados.

Crear una Campaña

A fin de lograr un diseño consistente de la campaña se fusionará la propuesta de Caporale sobre el “*Taller ecologista sobre la realización de una campaña*”, y Fonseca y Herrera (2002) en su libro “*Diseño de Campanas Persuasivas*”.

Etapas de la Campañas Publicitarias

1. Realización del Diagnóstico:

2. Implantar los Objetivos

- #### **3. Identificación de la Campaña:**
- Aquí la identificación es un punto muy importante y principal en la creación de una campaña, es la que nos lleva a la creación y realización del lema, color, bandera, etc. Para ello tienen que ir de acorde con las ideas y con los objetivos que se han trazado.

4. Legalización o legitimación:

El Público Objetivo: Es primordial que se permita dar a saber la cantidad y el número de personas alcanzadas, y por ello propagar de conocimiento con relación a la campaña, en esta etapa se necesita de gasto monetario.

Participación o Participación:

Identificación de los actores que se relaciona con la campaña El objetivo principal es que más personas se incorporen. Son personas que colaboran y están pendientes y dispuestos en ayudar, participar y apoyar a la campaña. Este propósito corresponde en obtener coparticipantes que ayuden captar a otros para conseguir las metas. El objetivo primordial consiste en que más individuos se sumen.

5. Penetración:

Planificar y poner en marcha la campaña:

Este se logra cuando la campaña está en actividad, ósea en marcha, la persona o la idea genera significados, actos y tipos de reacciones al público.

6. Distribución:

El Sistema de control y de la evaluación de Campaña

. Aquí se entiende en que es la etapa de la consolidación, en donde se define que el cambio deseado se ha logrado. Es decir los objetivos planteados de las campañas se han ido realizando y cumpliendo de manera favorable y los individuos reaccionan de manera positiva lo cual nos dice que esto está sucediendo de una manera correcta.

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN

Tras haber realizado la investigación correspondiente a la primera variable (campaña de concientización), y no haberse encontrado una definición clara al respecto, se cree conveniente construir, en base a lo investigado, la siguiente definición de Campaña de Concientización:

Álvarez (2008), como nos refiere que la campaña de concientización nos permite trazar objetivos, la cual tiene la misión de transmitir información, educar y lograr un cambio en el comportamiento de las personas designadas. La cual permitirá al individuo tener una mirada más crítica de la realidad existente, permitiendo ampliar la percepción que este tiene del mundo, logrando así que una o varias personas realicen actos positivos para la sociedad, generando una toma de conciencia sobre los efectos negativos que esos actos generen sobre una problemática existen

CAPITULO II: Hábitos alimenticios

Macías, Gordillo y Camacho (2012), en su tesis "*Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud*", se refiere a los hábitos alimentarios como actitudes referentes a su comportamientos de cada persona o grupo de personas, refiriendo al qué, dónde, para qué, cómo y quién consume estos alimentos, y que se adhieren de una forma directa e indirecta en las practicas socioculturales. Para lograr adoptar hábitos alimentarios, existen tres principales agentes: la familia, los medios de comunicación y el colegio. Con respecto a la familia, es el inicio del primer contacto con la forma de comportarse en lo que concierne a hábitos de alimentos, ya que cada miembro de

la familia ejecutan una influencia grande en la dieta de los pequeños y en las conductas referente al consumo de alimentos (p.41).

En el proyecto de investigación de la Unicef sobre la “*Formación de hábitos alimentarios y estilos de vida saludables*”, nos dice que los beneficios que conlleva la formación de los buenos hábitos alimentarios y estilos de vida sana, contribuyen de manera óptima nuestro organismo, y logran estos beneficios tales como:

- Prevención desde muy temprana edad la aparición de enfermedades y trastornos relacionados a la alimentación, para que así no se logren poner de manifiesto desde pequeños en edad escolar, adolescencia e inclusive en la adultez.
- Establecen conocimientos en lo que concierne a salud, estilos de vida, nutrición, para que con ello se adapten en el aprendizaje escolar, de los niños y niñas, como también a los profesores y adultos relacionados al tema, para se pueda aplicar en el día a día en los colegios, en los hogares y en la comunidad.
- Establecer rutinas que beneficien su régimen alimenticios de manera sana, y a su vez estimular actitudes en los niños y niñas de forma positiva en lo que respecta a la alimentación saludable.

Macías, Gordillo y Camacho (2012), hace referencia también, sobre los pasos a seguir para poder lograr unos hábitos de alimentación saludables: Lograr un diagnóstico sobre el cómo se encuentran de salud y de estado nutricional de los pequeños, para luego promover la enseñanza de los buenos hábitos alimenticios, y trabajar en conjunto con la población, comunidad y los centros educativos. Para ellos también es necesario saber, que tipo de alimentos prefieren consumir, y que rutina alimenticia llevan a diario.,

Este tipo de resultados se puede lograr a través de diferentes estrategias tales como: observación a los pequeños sobre sus hábitos alimenticios, al momento del recreo u observando lo que llevan en la lonchera.

Hábitos alimenticios saludables.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), dice que una alimentación saludable, permite preservarnos sobre la malnutrición en cualquier circunstancia, también si como enfermedades no transmisibles, tales como el cáncer, diabetes, cardiopatías y accidentes cardiovasculares. Los hábitos de alimentación saludables, tienen su inicio desde los primeros años de vida, es muy importante para todo bebe iniciar su crecimiento con la lactancia materna beneficiando el desarrollo sano, y contribuya a la mejora del desarrollo cognitivo, además provee beneficios dentro de un periodo largo, tales como la disminución el riesgo de contraer sobrepeso y obesidad, y de padecer enfermedades en etapas subsiguientes en la vida.

Velázquez (2013), en su proyecto de investigación de “*Salud física y emocional*”, nos indica que llamamos hábitos saludables a todo comportamiento o conducta que tenemos adheridas en nuestros estilos de vida en el día a día, y que incurren de manera positiva en nuestro estado físico, social y mental. Estos hábitos son primordialmente de alimentación, de realización física planificada

Según establece la OMS (2004), en su proyecto de investigación sobre “*estrategia mundial sobre alimentación saludable, actividad física y salud*”, nos indica las recomendaciones a seguir en lo que concierne a una dieta balanceada:

- Consumir alimentos nutritivos variados.
- Incremente el consumo de legumbres, frutas y verduras
- Elija preferentemente carnes tales como el pescado, pollo o pavo.
- Consuma en gran mayoría leche con un bajo contenido en grasa.
- En lo que respecta al consumo de alimentos de origen animal, se debe incitar al consumo de: pescados, carnes y productos lácteos con un nivel de grasa bajo.
- Reduzca considerablemente el consumo de la sal.
- Baje el uso de azúcar, libre o refinado.

Malos hábitos alimenticios

Los malos hábitos alimenticios se forman a raíz del consumo de alimentos altos en grasas, sal, condimentos o azúcares y numerosos aditivos alimentarios (escaso valor nutritivo), agregado al sedentarismo, derivan en males cardiovasculares, de obesidad, problemas de aprendizaje, hipertensión, diabetes e indigestión, responsables de más de 36 millones de muertes al año, según la OMS, (2017).

Ruiz y Martínez (2012), en su artículo de “*Hábitos de alimentación en niños con sobrepeso y obesidad*”, nos indica que en nuestra sociedad existen factores que colaboran a la formación de hábitos alimenticios negativos, tales como en la casa, en el trabajo, en los centros educativos, en la calle e incluso en instituciones pertenecientes a la salud, y el principal medio de llegada, son los medios de comunicación, desde allí se bombardean sucesivamente día a día, productos de alimentación carentes de valor nutricional para que sean consumidas sin importar que esto conlleve a una serie de daños en el organismo.

Romero (2008), nos dice indica, que tanto el sobrepeso y la obesidad, generan consigo enfermedades de nivel crónico y degenerativas, y estas serán presenciadas y notorias recién en la etapa adulta del pequeño. Es por ello, que es indispensable el tener una dieta saludable, a la par de una actividad física constante, para con ello el estilo de vida saludable genere un organismo y cuerpo sano.

Patiño (s.f), con relación a los modos de consumo, es importante recalcar que los hábitos de alimentación han tenido cambios significativos en los últimos tiempos, ya que se formó de consumir alimentos caseros, a ingerir alimentos refrigerados, o de “supermercados”, lo cual tienen un alto índice de grasas saturadas y carbohidratos.

Baur (2004), en su libro “*Obesidad en niños y jóvenes: una crisis en la salud pública*”. Nos indica, que en los últimos años se ha incrementado estilos de vidas sedentarias, y al consumo de productos con altos índices de azúcar y grasas, pobres en nutrientes. De tal modo se ha variado a condiciones de alta prevalencia de bajo peso y déficit decrecimiento hacia un escenario marcado por un incremento de sobrepeso y obesidad que son provocadas por la práctica de malos hábitos en la alimentación.

Según la Ensin (2010) “*Encuesta Nacional de Situación Nutricional en Colombia*”, nos dice que el modelo de alimentación en niños menores de doce años, se basó por un alto consumo de grasas saturadas, y una ingesta de forma moderada en lo que respecta a proteínas, y un pobre consumo de verduras y frutas, cabe precisar que este régimen alimenticio, no presento modificación alguna en el último quinquenio, reportando la ENSIN, que la población de Colombia entre 5 a 64 años, no realiza unos hábitos alimenticios sanos, lo cual refleja el poco consumo de frutas y verduras.

Tener unos malos hábitos alimenticios, no brindan al organismo del ser humano los nutrientes y energías requeridas para que funcionen de manera correcta, y a su vez disminuye considerablemente el poder realizar nuestras actividades cotidianas de manera correcta. En definitiva la práctica de unos hábitos alimenticios poco saludables trae consecuencias negativas en la salud, deficiencias de aprendizaje y aparición de dolencias.

Chamorro (2007), en su tesis sobre “*Hábitos, comportamientos y actitudes de los adolescentes sobre nutrición. Recomendaciones educativas*”, afirma lo siguiente, los hábitos nacen en el lazo familiar, se solidifica en el ámbito escolar y en contacto con el medio social.

Consecuencias de la práctica de malos hábitos alimenticios

Según la Organización Mundial de la Salud, nos indica las consecuencias negativas que genera la mala alimentación en las personas, siendo de alto riesgo casi todas que conllevan a enfermedades realmente graves. Para poder evitar estos efectos negativos, es indispensable tener una educación y la información correcta para conocer los aspectos de una buena nutrición, es decir que una alimentación saludable es importante para estar plenamente en lo físico y en lo mental. Para ello es necesario erradicar los malos hábitos alimenticios adoptados desde la infancia, sin comer más de lo debido, evitando consumir alimentos chatarras.

Según la OMS, el desequilibrio alimenticio, genera acumulación de grasas siendo nocivo para la salud, a su vez generando graves consecuencias tales como.

a. **Obesidad:**

La Organización Mundial de la Salud (OMS), nos dice que la obesidad en niños es en la actualidad como la epidemia del siglo XXI, si estos hábitos y estilos de vida no logran erradicarlas. Por otra parte los especialistas relacionados a temas de obesidad, los cambios en la alimentación y las formas de vida sedentarias, son los responsables directos en el ascenso de la obesidad en los niños. Es por ello que lo primordial, es que un pequeño ingiera unas 2,000 calorías a diario, y que la mitad este cubierto en hidratos de carbono, un porcentaje en grasas y las demás en proteínas.

b. **Problemas de Aprendizaje:**

Según estudios en diferentes orígenes lo demuestran así, en la Universidad de Harvard y Hospital de Massachusetts de los Estados Unidos, definieron que los pequeños que tienen una mala alimentación son proclives a tener inconvenientes en el aprendizaje y problemas de la actitud, que son reflejados en irritabilidad, dificultad de comprensión, y falta de interés.

Esto se debe porque en la etapa de desarrollo, las neuronas requieren una gran cantidad de proteínas y nutrientes que se encuentran en los alimentos, las cuales ayudan a edificar sustancias neurotransmisoras que logran la conexión entre células nerviosas del cerebro.

c. **Diabetes:**

La alimentación de los pequeños es un aspecto primordial, que si no se atiende debidamente puede acarrear diabetes infantil, esto debió a los malos hábitos de los padres, que envían al colegio loncheras poco nutritivas o propinas para comprar alimentos chatarras en los quioscos, esto se debe a que son aspectos que a la larga generan complicaciones en la salud.

Cada año se registran miles de casos de diabetes en niños, pues el exceso de alimentos chatarras y azúcares, hacen que treinta mil niños en nuestro país, sufran de esta enfermedad.

En el planeta, existen más de 300 millones de personas con diabetes.

□ Se pronostica que la enfermedad de la diabetes, se convertirá en el año dos mil treinta, en la séptima razón de muerte a nivel mundial.

La Organización Mundial de la Salud, indica que por lo menos se debe realizar 30 minutos de actividad física a diario, y a su vez una dieta saludable, para que ello reduzca el riesgo de producir diabetes en nuestro cuerpo de tipo 2, ya que la diabetes de tipo 1 es inevitable prevenir.

d. Alta presión arterial (hipertensión)

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), las complicaciones de la hipertensión, indican que cada año causan la muerte de un total de 9,4 millones de personas. A su vez la hipertensión es la causante de por lo menos el 45% de muertes por cardiopatías, y el 51% por accidente cerebrovascular.

e. Enfermedades cardiovasculares

Según la Organización Mundial de la Salud:

□ 17 millones murieron por enfermedades relacionados a problemas cardiovasculares en el año 2008.

□ Aproximadamente 23 millones de personas, podrían morir por Enfermedades cardiovasculares en el año 2030.

Para ello es necesario e indispensable, consumir por lo menos, cinco raciones de frutas y hortalizas a diario, y equilibrar el consumo de sal, por lo menos una cucharadita a diario ayuda a prevenir infartos, y accidentes cerebrovasculares.

f. Mal funcionamiento cerebral

Las dietas con un gran índice en contenido B, C, D Y E y en Omegas3 son importantes para el correcto funcionamiento del cerebro. En especial, las dietas con elevado contenido de azúcar son tóxicas, reducen el nivel de la vitamina E, en la sangre que provocan somnolencia, irritabilidad, o problemas al concentrarse.

g. Problemas de indigestión

La indigestión, es el sentir incomodo que se da en la parte baja de la barriga tras comer, esto se debe por consumir alimentos con altos contenido en grasa, bebidas con gas, alcohol o café.

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera la campaña de concientización “Come mejor” influye en la reducción de los malos hábitos alimenticios en los estudiantes del colegio Miguel Grau del distrito de Salaverry -2018?

1.5 Justificación del estudio

El presente proyecto tiene la finalidad de concientizar de manera gráfica e interactiva, a los escolares del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry, con el propósito de reducir los malos hábitos alimenticios, todo ello a través de la campaña de concientización “come mejor”, que permitirá que los escolares entiendan y concienticen los peligros de unos hábitos alimenticios poco saludables permitiendo a su vez consumir alimentos saludables, para lograr que su organismo funcionen correctamente, sin ningún tipo de dolencias.

Utilizando las herramientas necesarias, se intentará, reducir el consumo de alimentos chatarras en los escolares, entre los más consumidos se encuentran los chisitos, galletas, dulces, gaseosas y chocolates.

Como estudiante de la facultad de ciencias de la comunicación de la universidad César Vallejo, se quiere demostrar, mediante esta campaña de concientización, los efectos positivos que causarán en los escolares, para lograr así, tener un rendimiento favorable en lo que respecta en sus calificaciones, como en las actividades físicas, que realicen a diario en su centro de estudios.

Lo que podemos realizar con esta acción, es mejorar, cambiar y moldear sus malos hábitos alimenticios que tienen implantados dentro de su día a día. Es por ello que con esta iniciativa se espera cambiar los comportamientos de los escolares, en lo que respecta a su alimentación, de manera que puedan entender y aplicar la información transmitida en la campaña “come mejor”, para el bien y mejora de su estado físico y mental.

1.6 Hipótesis

h1: La aplicación de la campaña de concientización “Come Mejor” reducirá los malos hábitos alimenticios en los niños de 10 años del Colegio Público Miguel Grau del Distrito de Salaverry – 2017.

h0: La aplicación de la campaña de concientización “Come Mejor” no reducirá los malos hábitos alimenticios en los niños de 10 años del Colegio Público Miguel Grau del Distrito de Salaverry – 2017.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Reducir los malos hábitos alimenticios a través de la campaña de concientización “Come Mejor” en los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry -2018.

Objetivos Específicos

- Identificar los hábitos alimenticios que tienen los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry – 2018.
- Diseñar la campaña de concientización para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry– 2018.
- Ejecutar la campaña de concientización “Come Mejor”, en el colegio Miguel Grau de Salaverry– 2018.
- Evaluar la efectividad de la campaña “Come Mejor”, en la reducción de los malos hábitos alimenticios en los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry– 2018.

VARIABLES	DEFIN. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Campaña de Concientización	Es una construcción estratégica que se gestiona para lograr alcanza un objetivo, cumpliendo con la misión de transmitir información educativa, y concientizadora, y a su vez logra r un cambio en el comportamiento de las personas Álvarez (2008).	Esta variable será medida a través de la técnica de la observación, sobre el comportamiento de los estudiantes del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry.	Diagnóstico	Análisis del Entorno	Nominal
			Objetivos	Metas	
			Identificación	Estrategias	
			Legitimación	Presupuesto	
			Participación	Actores relacionados a la campaña	
			Penetración	Planificación	
Distribución	Ejecución				

Malos Hábitos Alimenticios	Los malos hábitos alimenticios se forman a raíz del consumo de alimentos altos en grasa, sal, condimentos o azúcares y numerosos aditivos alimentarios, agregado al sedentarismo, derivan en males cardiovasculares, de obesidad, problemas de aprendizaje, hipertensión, diabetes e indigestión los cuales son los responsables de 36 millones de muertes al año. Organización Mundial de la Salud (OMS,2017)	Estas variables serán medidas a través de la técnica de la observación, del comportamiento de los estudiantes del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry.	CONSECUENCIAS	Obesidad	Nominal
				Problemas de indigestión	
				Diabetes	
				Alta presión arterial	
				Enfermedades cardiovasculares	
				Mal funcionamiento cerebral	
				Problemas de Aprendizaje	

2.3 Población y Muestra

Población: 90 estudiantes del nivel primario del colegio “Miguel Grau Seminario” de Salaverry.

Muestra: 90 estudiantes del 4 grado del nivel primario del colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry.

Unidad de Análisis: Un estudiante del 4 grado de primaria de las secciones “A, B y C”, del colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry.

Tipo de Muestreo: Muestreo no –probabilístico.

2.4 Técnica e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para esta investigación se harán uso de los instrumentos tales como:

Técnica:

- Observación
- Cuestionario

Instrumento

- Guía de observación
- Encuesta

2.5 Método de análisis de datos

Para el procesamiento de los datos se utilizará la prueba T-STUDENT, en el programa SPSS Versión 21, para ver si la campaña de concientización come mejor reducen de manera significativa los malos hábitos alimenticios en los niños de 10 años de la I.E.P “Miguel Grau Seminario” de distrito de Salaverry.

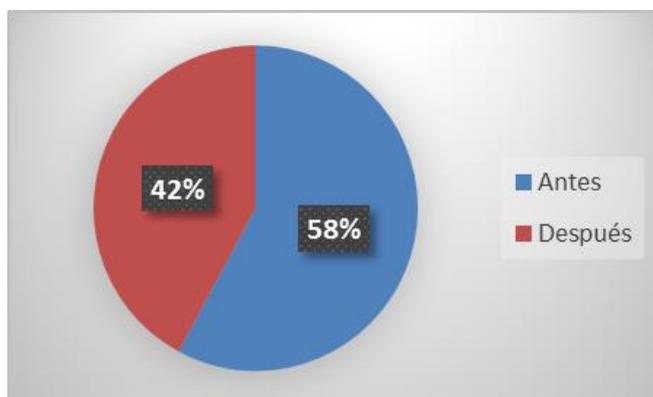
2.6 Aspectos Éticos

- La investigación es original, no ha sido plagiado ni inventado.
- La información empleada y por utilizar será debidamente citada (derechos de autor).
- Los resultados serán reales (no inventados o plagiados de otras investigaciones)
- Se comprobará la veracidad de los datos de la investigación.

III.RESULTADOS

PRETEST Y POSTEST

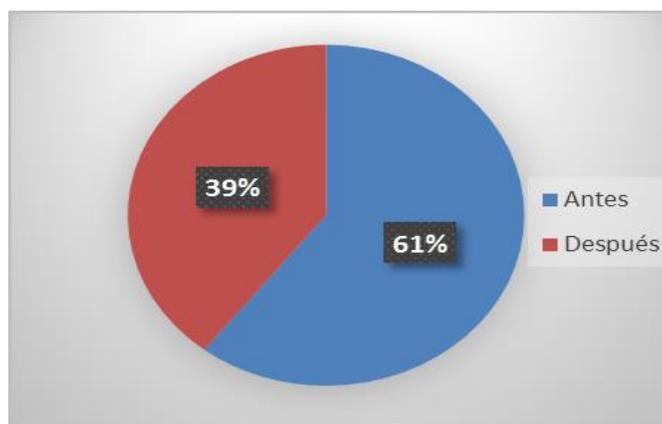
Gráfico 1.



CONSIDERAS A LAS GOLOSINAS COMO UN ALIMENTO SALUDABLE

Interpretación: En el presente gráfico podemos observar que de los 90 estudiantes encuestados en el colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry el 58% antes de la campaña consideraba a las golosinas como un alimento saludable, y después de aplicar la campaña solo el 42% de los encuestados consideró, que las golosinas como un alimento saludable. Por lo tanto, comparando, de los resultados decimos que el porcentaje obtenido es favorable, concientizando así a los estudiantes sobre el error que tenían, respecto a que las golosinas eran un alimento sano.

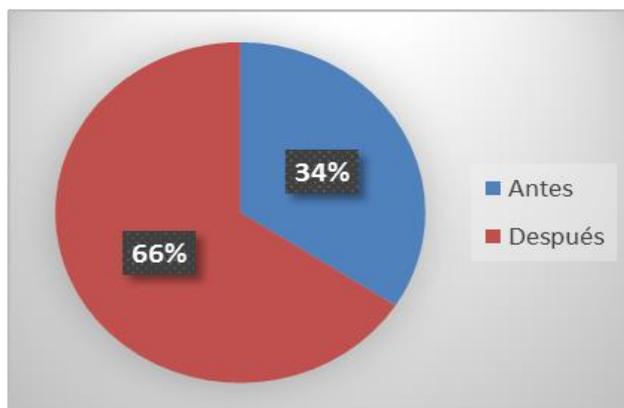
GRÁFICO 2



CONSUMES A DIARIO GOLOSINAS

Interpretación: Según los datos recogidos en la encuesta aplicada antes de la campaña de concientización a los estudiantes del 4^a de nivel primario indicaban que el 61% eran consumidores a diario de golosinas, pero luego de la campaña los estudiantes indicaron con un 39% que consumen a diario golosinas. Por lo tanto comparando, los resultados podemos decir que el porcentaje obtenido es positivo en lo que concierne al consumo a diario que tenían los estudiantes hacia las golosinas.

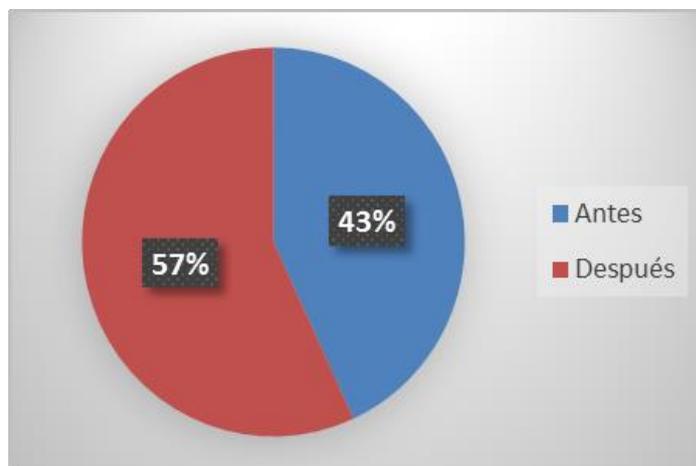
GRÁFICO 3



SUELES CONSUMIR FRUTAS

Interpretación: Como podemos apreciar en el gráfico, antes de la aplicación de la campaña de concientización el 34% de estudiantes encuestados indicaron que solían consumir frutas, y después de la ejecución de la campaña un 66% indicó que suelen consumir frutas, Por lo tanto este contraste resulta favorable en cuestión de consumo de alimentos sanos por parte de los estudiantes del 4º grado del nivel primario.

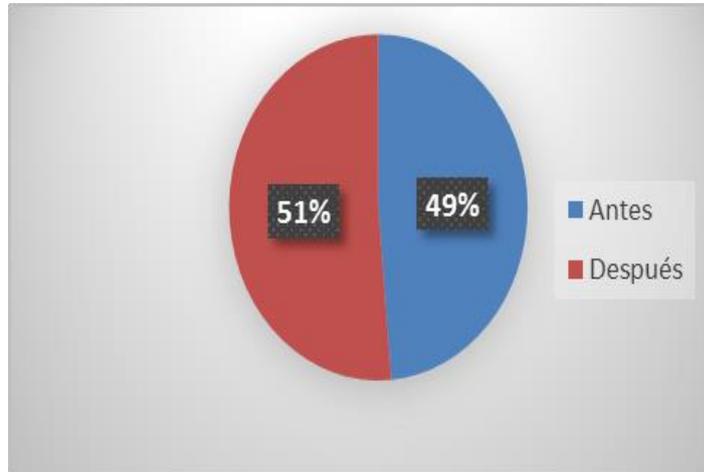
GRÁFICO 4



CREE QUE ES DAÑINO TOMAR GASEOSA EN VEZ DE TOMAR AGUA

Interpretación: En el presente gráfico podemos observar que de los 90 estudiantes de 10 años encuestados el 43% antes de la aplicación de la campaña creían que es dañino tomar gaseosas en vez de tomar agua, pero luego de realizada la campaña de concientización el porcentaje arrojó que un 57% de estudiantes ahora cree que es dañino tomar gaseosas en vez de tomar agua.

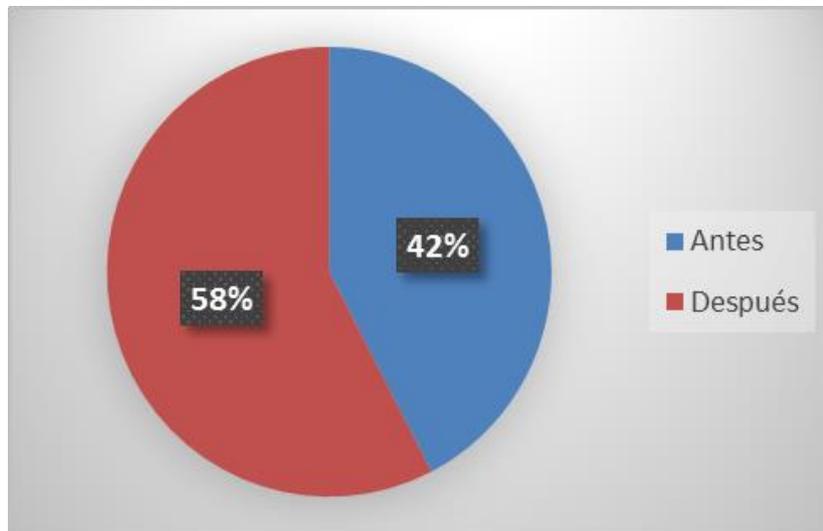
GRÁFICO 5



TE SIENTES CONTENTO CON TU PESO

Interpretación: Como podemos observar el presente gráfico los niños de 10 años del colegio Miguel Grau Seminario antes de ser realizada la campaña se sentían con un 49% contentos con su peso, y después de ser aplicada la campaña el 51% indicó que se siente contento con su peso actual.

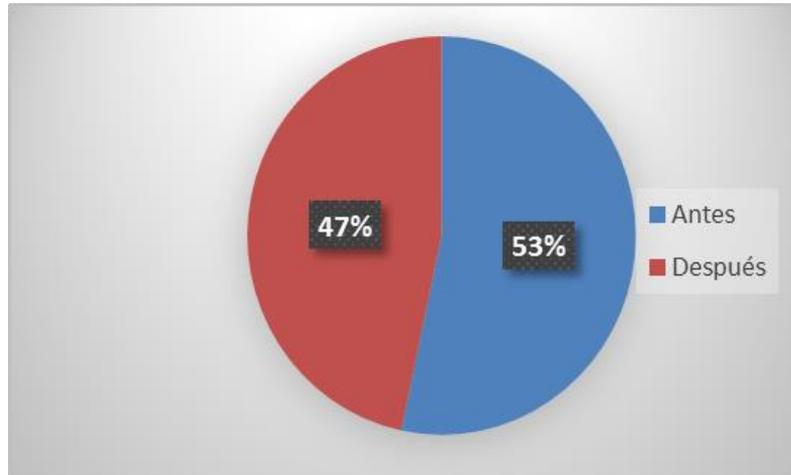
GRÁFICO 6



CONSIDERAS QUE CONSUMIR FRUTAS Y AGUA AYUDAN A MANTENER SANO TU ORGANISMO

Interpretación: En el presente gráfico podemos observar que de los 90 estudiantes encuestados del 4º grado del nivel primario del colegio Miguel Grau antes de la campaña de concientización el 42% consideraban que el consumo de frutas y agua ayudan a mantener sano tu organismo, pero luego de haberse aplicado la misma el 58% considera que el consumo de frutas y agua ayudan a mantener sano el organismo.

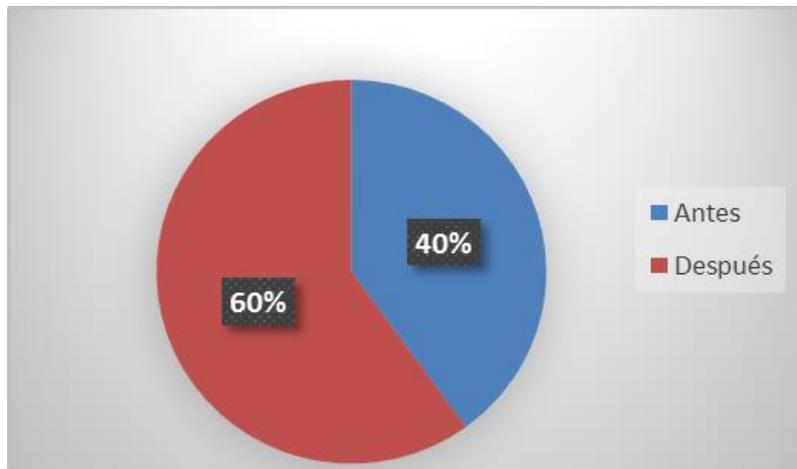
GRÁFICO 7



TU FAMILIA TE PROHÍBE COMPRAR ALIMENTOS POCO NUTRITIVOS

Interpretación: Como se observa en el gráfico antes de la aplicación de la campaña el 47% de un total de 90 estudiantes encuestados respondió que su familia le prohíbe comprar alimentos poco nutritivos, pero luego de haberse aplicado la campaña un 53% respondió que su familia le prohíbe comprar alimentos poco nutritivos.

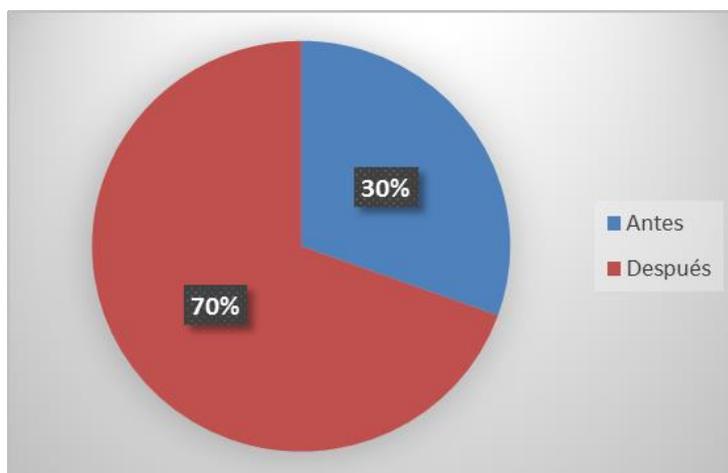
GRÁFICO 8



TE GUSTARÍA RECIBIR CHARLAS RESPECTO AL CUIDADO DEL ORGANISMO

Interpretación: Como podemos apreciar en el presente gráfico antes de ser ejecutada la campaña los niños respondieron que les gustaría recibir charlas respecto al cuidado del organismo con un 40%, pero luego de haberse ejecutado la campaña de concientización el porcentaje subió considerablemente con un 60%.

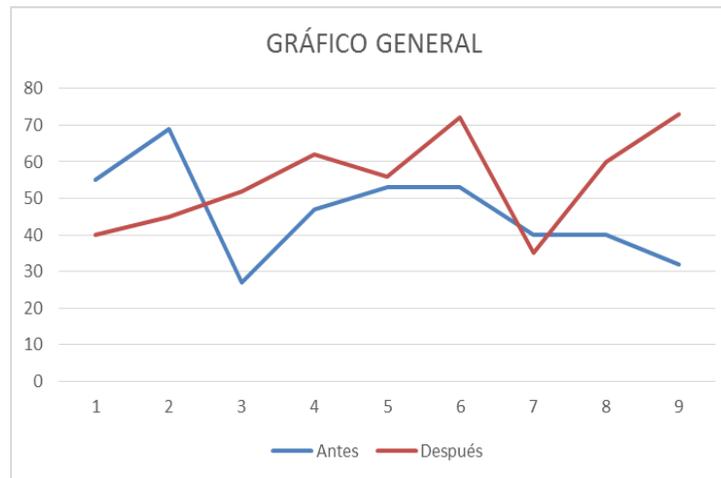
GRÁFICO 9



CONSIDERAS AL PESCADO COMO UN ALIMENTO NUTRITIVO PARA TU SALUD

Interpretación: Como se observa en el presente gráfico los estudiantes encuestados indicaron antes de la campaña con un 30% al pescado como un alimento importante para su salud, pero luego de haberse realizado la campaña los encuestados indicaron con un importante 70% al pescado como un alimento importante para su salud.

ID	Antes	Después
1	55	40
2	69	45
3	27	52
4	47	62
5	53	56
6	53	72
7	40	35
8	40	60
9	32	73



	Variable 1	Variable 2
Media	46.22222222	55
Varianza	167.1944444	177.75
Observaciones	9	9
Coefficiente de correlación de Pearson	-0.244356664	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	8	
Estadístico t	-1.271097284	
P(T<=t) una cola	0.119702712	
Valor crítico de t (una cola)	1.859548038	
Nivel de significancia	0.039405423	
Valor crítico de t (dos colas)	2.306004135	

¡Cuando el valor de significancia es menor a 0.05 quiere decir que tu hipótesis H1 es aceptada!

Resultados de Guía de Observación

	Nº Observados	%
Observados	90	
Alimentos Nutritivos	58	65
Alimentos Chatarras	32	35
TOTAL	90	100

Tabla Nº 1

Hábitos Alimenticios

Tabla Nº 1 Descripción: Los estudiantes observados en las 3 secciones “A, B y C” del 4º grado de primaria del colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry, suman un total de 90 estudiantes. El 65% de estudiantes eligieron alimentos nutritivos, mientras que el 35% optaron por elegir alimentos chatarras.

Tabla Nº 2

Alimentos Nutritivos	Nº Observados	%
Manzanas	28	31
Mandarinas	30	33
TOTAL	58	64

Alimentos Sanos

Tabla Nº 2 Descripción: El cuadro número 2 nos grafica que el 31% de los estudiantes observados eligieron manzanas, y el 33% optaron por elegir mandarinas.

Tabla N° 3

Alimentos Chatarras	Nº Observados	%
Galletas	15	17
Dulces	17	19
TOTAL	32	36

Alimentos Dañinos

Tabla N° 3 Descripción: En lo que respecta a alimentos chatarras los estudiantes de un total de 90, eligieron con un 17% las galletas, mientras que con un 19% optaron por elegir los dulces.

IV. DISCUSIÓN

Objetivo Específico: Identificar los hábitos alimenticios que tienen los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry – 2018.

Para Macías, Gordillo y Camacho (2012), hábitos alimenticios se refiere a los hábitos alimentarios que tienen cada persona o grupo de personas, refiriendo al qué, dónde, para qué, cómo y quién consumen alimentos, y que se adhieren de una forma directa e indirecta en las prácticas de alimentación en su día a día.

Según el cuestionario aplicado para evaluar los hábitos alimenticios que tienen los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry -2018. en el gráfico 1, se puede apreciar que los encuestados antes de la campaña de concientización con un 58% consideraba a la golosina como un alimento saludable, pero después de aplicada la campaña los estudiantes indicaron con un 42% que este producto es un alimento saludable, como se puede observar aun las golosinas tienen un grado de porcentaje considerable, es por ello que así se halla bajado su porcentaje aún no es categórico su impacto como alimento dañino para la salud, es por ello que estos productos aún son alimentos que los estudiantes consideran como un alimento saludable. Al igual que en la investigación de Medina y Melo (2014) donde se manifiesta que los habitantes de Ecuador son consumidores frecuentes de alimentos chatarras y que un futuro próximo, tanto los adultos, los jóvenes y los niños, llegarán a tener un desequilibrio nutricional, y a su vez contraerán enfermedades, que serán heredadas, sin dar opción a revertirlas, así como también nos refiere la OMS (2016), donde nos dice que la venta de alimentos y bebidas no saludables, son los principales responsables, de los altos índices de sobrepeso en los niños, es por ello que es muy importante las campañas de concientización sobre los hábitos de alimentación que se deben realizar periódicamente en los colegios para seguir disminuyendo estos malos hábitos de alimentación ya que las futuras generaciones deben crecer con una cultura de alimentación saludable.

Por otro lado en el gráfico 3, se puede apreciar que el consumo de frutas por parte de los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry se logró realizar de manera ascendente lo cual se ve reflejado con un 66 % en donde los estudiantes lo consumen este alimento nutritivo como lo es las fruta después de la campaña, ya que antes de ella solo el 34% lo consumía, lo cual quiere decir que los estudiantes se

encuentran en un nivel aceptable con respecto a hábitos alimenticios saludables. Y para esto La Organización Mundial de la Salud (2004), nos dice que una alimentación saludable, permite preservarnos sobre la malnutrición en cualquier circunstancia, también así librarnos o prevenirnos de enfermedades no transmisibles, tales como el cáncer, diabetes, cardiopatías y accidentes cardiovasculares.

Objetivo Específico: Crear Campaña de concientización para reducir los malos hábitos alimenticios en los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau de Salaverry– 2018.

Según Álvarez (2008), nos dice que la campaña es un conjunto de estrategias, y están creadas para lograr conseguir objetivos determinados y que la campaña tiene la capacidad suficiente de transmitir información la cual educará e influirá a miles de individuos de una manera simultánea.

Según lo que se manifiesta en el gráfico número 4, los estudiantes del 4° den nivel primario del colegio Miguel Grau Seminario nos indican que antes de la campaña de concientización con un 43% que los encuestados creían que es dañino tomar gaseosa en vez de tomar agua, y después de aplicada la campaña de concientización el porcentaje subió al 57% que cree que tomar gaseosa es dañino en vez de tomar agua, es decir la campaña de concientización “Come Mejor” permitió orientar y en otros casos reforzar la idea que tenían los estudiantes sobre ciertos alimentos que ellos consumían en su centro de estudios, de tal manera Lamb (1997), nos indica que una campaña se logra diseñarlo para alcanzar objetivos, con el fin de poder resolver problemas específicos en la sociedad, es por ello que la campaña es parte de una estrategia, como es en este caso el de concientizar sobre los alimentos que pueden consumir sanamente los estudiantes sin perjudicar su salud en un tiempo cercano.

Del gráfico 7 se puede apreciar que el 43% de encuestados indicó que antes que sea aplicada la campaña, los padres les prohíban a sus hijos comprar alimentos poco nutritivos, caso contrario después de la campaña de concientización los mismos padres con un ascendente porcentaje de 57% indican que prohíben a sus hijos comprar alimentos chatarras, es por ello que la campaña de concientización “Come Mejor” si bien es cierto está destinado directamente hacia los estudiantes del 4° grado de nivel primario, de una u otra forma indirectamente se relaciona la orientación a los padres ya que los estudiantes informan de dicha campaña brindada a sus progenitores pudiendo así tener ellos un conocimiento más amplio de la informaciones brindadas en la campaña

concerniente a los hábitos de alimentación, que de cierta manera aún no se logra disminuir considerablemente la prohibición hacia la compra de los alimentos poco saludables ya que un porcentaje considerable de padres aun no prohíben consumir alimentos chatarras a sus hijos, y he ahí como nos dice ,Gutiérrez (2013), que las campañas concientización , son de suma importancia, ya que da a conocer problemas existentes dentro de la sociedad, y que a raíz de ello permiten brindar medidas idóneas en temas importantes que tienen que ver la población como temas de violencia familiar, temas concernientes a salud, hábitos de alimentación, de injusticia, con el propósito de dar vías de solución que permitan contribuir a la sociedad de una manera positiva.

El grafico número 10, podemos decir que los estudiantes del 4° grado de primaria con un 50 % indicaban antes de la campaña con un 30% que el pescado era un alimento nutritivo para su salud, pero luego de aplicada la campaña de concientización este porcentaje tuvo un alza considerable ya que se pudo informar y orientar satisfactoriamente y este porcentaje se elevó al 70%, lo cual nos dice que más de la mitad de los estudiantes encuestados son conscientes que la alimentación saludable no consiste solo en un tipo de alimentación específico y única, si no que esta debe consistir en una alimentación y dieta variada y balanceada, tal como lo establece la OMS (2004),nos refiere que una buena alimentación consiste en una buena dieta balanceada y para ellos es de suma importancia consumir alimentos variados y nutritivos tales como, el consumo de legumbres, frutas y, verduras, y también carnes tales como el pescado, pollo o pavo.

Cuando el valor de significancia es menor a 0.05 quiere decir que tu hipótesis H1 es aceptada.

V. CONCLUSIONES

- ✓ Con la campaña de concientización “Come Mejor”, se logró reducir significativamente, los malos hábitos alimenticios de los estudiantes de 10 años del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry.
- ✓ Antes de la aplicación de la campaña, los estudiantes del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry, consumían mayormente productos poco saludables que ponían en riesgo su bienestar.
- ✓ Durante el proceso del pretest se observó que el 61% de los estudiantes consumieron mayor cantidad de alimentos pocos nutritivos (golosinas). Luego de haber aplicado el postest esta cifra se redujo a un 39%.
- ✓ En el pretest se conoció que solo 34% de los estudiantes consumieron frutas. Luego de haber aplicado la campaña el porcentaje de estudiantes que consumieron se duplicó llegando a 66%.
- ✓ El 53% de los padres prohibían a sus hijos consumir alimentos poco nutritivos, pero luego de haber aplicado la campaña y haber dado a conocer los padres la información a través de los trípticos entregados a sus hijos que llevaron a su casa, los mismos estudiantes reconocieron que sus padres les prohíben consumir alimentos poco nutritivos en un 77%.
- ✓ Luego de haber concluido la campaña el 60% de los estudiantes encuestados asevero que le gustaría recibir charlas para conocer acerca de los buenos hábitos alimenticios.
- ✓ Las piezas gráficas aplicadas en la campaña permitieron los escolares de 10 años del 4º grado de nivel primario del colegio Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry captar la información sobre los hábitos alimenticios de una manera entusiasta, emotiva, educadora y concientizadora, ya que después de la aplicación de dicha campaña “Come Mejor”, realizados a las secciones “A,B y C, los porcentajes en los resultados graficaron positivamente el propósito de la campaña que fue el de reducir los malos hábitos de alimentación.

- ✓ Los estudiantes nos indican con un porcentaje importante, que ellos están dispuestos a dejar ser orientados, por profesionales que les transmitan conocimientos e información en lo que concierne a hábitos alimentación saludable, lo cual es una iniciativa interesante en lo que respecta a estrategias que se deben aplicar en el colegio Miguel Grau de Salaverry para dejar una cultura alimenticia saludable a las futuras generaciones.

- ✓ Luego de haber concluido la campaña el 60% de los estudiantes encuestados asevero que le gustaría recibir charlas en lo que concierne a alimentación, lo cual es un paso importante para generar una cultura de alimentación saludable.

- ✓ El centro educativo Miguel Grau Seminario del distrito de Salaverry no tiene un aliado profesional en lo que corresponde a orientación profesional que visite e informe constantemente a los estudiantes sobre el tipo de alimentación que deben consumir para desarrollar y fortalecer su organismo.

- ✓ La campaña de concientización “Come Mejor” influyó de manera positiva en los alumnos del 4º grado del nivel primario del colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry porque se informó y se dio la campaña con piezas graficas dinámicas e ilustrativas que llamaron la atención y captación del estudiante ya que estaban complementadas con dibujos infantiles del momento lo cual hizo que el mensaje llegue de forma rápida y eficaz.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ A los docentes el cual deben de guiar, orientar de manera constante, sobre los hábitos alimenticios para así lograr concientizar a los estudiantes sobre los pro y contras que consiste todo lo que relaciona a la alimentación, permitiendo de esta manera un conocimiento amplio y claro que favorezcan de manera positiva a los estudiantes de 10 años del 4º grado “A, B y C” del colegio Miguel Grau Seminario de Salaverry.
- ✓ Los docentes deben crear e implementar talleres en el colegio Miguel Grau Seminario, en conjunto con padres de familias y profesionales expertos en el tema de alimentación, dos veces al mes para así poder orientarlos y vigilar que tipo de alimentos están consumiendo sus hijos dentro o fuera del colegio.
- ✓ Podemos decir que al no implementar nuevas dietas para los escolares que reciben alimentos por parte del estado, los niños buscan otras alternativas de consumo el quiosco es por ello que se debe incluir una dieta variada en el desayuno escolar, que sean ricos en carbohidratos y proteínas para que de esta forma sea más fácil cubrir necesidades en nutrientes que ellos necesitan..
- ✓ A los padres de familia involucrarse seriamente, en lo que concierne a los hábitos de alimentación saludable para que puedan impartir una cultura de alimentación sana, muy importante en esta edad del estudiante en el que se encuentra en la etapa de desarrollo.
- ✓ Los padres de familia deben tener en cuenta que la práctica de ejercicio físico de sus hijos deben ir complementada con una alimentación saludable, ya que ello es indispensable para poder lograr prevenir enfermedades y promover unos hábitos de alimentación y estilos de vida sanos.
- ✓ A los comunicadores sociales, involucrarse seriamente en lo que concierne a informar y orientar temas tan primordiales como lo es la alimentación de los niños en la etapa escolar, ya que son un medio que tiene el deber de transmitir mensajes adecuados concernientes a contribuir positivamente a la sociedad.

VII. REFERENCIAS:

- ✓ Belalcázar, D (2011) “Determinantes sociales de la alimentación y percepción de alimentación saludable en familias de estratos 4, 5 y 6 de la localidad de chapinero de Bogotá d.c.”.
- ✓ Chamorro, L (2007) “Hábitos, comportamientos y actitudes de los adolescentes sobre nutrición. Recomendaciones educativas”.
- ✓ Cialdini, R (2008) en su libro de “Science and Practice”.
- ✓ Ensin (2010) “Encuesta Nacional de Situación Nutricional en Colombia”.
- ✓ Fonseca, Y y Herrera, M (2002) en su publicación del libro “Campaña de Comunicación Social”.
- ✓ Gómez, A y Grados, J (2012) “Estado nutricional y su influencia en el rendimiento escolar, en la institución educativa cesar vallejo en Huamachuco”.
- ✓ Guzman, J (2003) en su división de estudios de Postgrado “Desarrollo de Campañas Publicitarias”.
- ✓ Huerta A, Sánchez, V y Soto, J (2016) “Hábitos alimentarios en el desayuno y almuerzo de los preadolescentes de Viladecans – Barcelona”.
- ✓ Larson, Ch (1986) en su libro de “Mercadeo y Publicidad”.
- ✓ Llano, R (2008) “la campaña publicitaria perfecta”.
- ✓ Machaca, M y Paredes, C (2016) “Hábitos alimenticios y actividad física como factores asociados a obesidad en niños de 6 a 12 años”.
- ✓ Macías, A, Gordillo, L y Camacho, J (2012) “Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud”.
- ✓ Marino, A y Ovidio, W (2013) “Hábitos Alimenticios y Estado Nutricional en Adolescentes de los Colegios Secundarios. Chuyabamba y Chota, 2013”.
- ✓ Medina, J y Melo, G (2014) “Campaña de concientización sobre los malos hábitos alimenticios”.
- ✓ Ruiz, E y Martínez, I (2012) “Hábitos de alimentación en niños con sobrepeso y obesidad”.
- ✓ Taboada, C (2009) en su libro “Tipologías de Campañas”.
- ✓ Tello, M (2016) “Publicidad televisiva alimentaria asociada al consumo de alimentos no saludables y sus motivos en escolares de nivel primario en una institución educativa privada”.

- ✓ Unicef s.f."Formación de hábitos alimentarios y estilos de vida saludables".

ANEXO 1

Brief Campaña de Concientización “Come Mejor” para reducir los malos hábitos alimenticios

✓ **Datos de Identificación**

Cliente: Institución Educativa Miguel Grau Seminario- Salaverry

Fecha: Del 4 de Junio al 15 de Junio del 2018

Campaña: “*Vive una aventura sana, Come mejor*”

Título: Campaña de concientización “Come mejor”, para reducir los malos hábitos alimenticios.

✓ **Público Objetivo**

La campaña de concientización, se dirige plenamente a los estudiantes de 10 años del nivel primario de todas las secciones de 4° grado, de la institución educativa Miguel Grau Seminario, ya que existe en ellos unos malos hábitos alimenticios que van a causar serios daños en su organismo.

- **Hábitos:**

La realidad existente en los estudiantes del 4° grado de nivel primario, nos dice que están priorizando el consumo de alimentos chatarras, y eso se da, debido a la formación de valores y hábitos desde el hogar inclusive también por la poca información que brinda la escuela sobre este delicado tema, lo cuales están formando en los niños hábitos alimenticios dañinos para su salud.

- **Estilos de vida:**

Estudiantes con escasos recursos económicos, lo cual tienen un estilo de vida, poco responsable propia por su edad, aun sabiendo que los productos chatarras con escaso valor nutricional son dañinos, el motivo de su consumo en el mayor de los casos es porque son “baratos”, y esto conlleva, a que se vuelvan los estudiantes unos consumidores frecuentes.

✓ **Actitudes:**

En el aspecto negativo; los estudiantes sentirán una opresión al mostrarles los efectos negativos que causan los malos hábitos alimenticios, ya que ellos se están acostumbrando a llevar esta rutina negativa alimenticia de la forma más normal, creyendo que el consumir cualquier producto chatarra no signifique algún daño en su salud, pero para ello se informará de forma dinámica, responsable y clara los males que causan estos malos hábitos.

En el aspecto positivo, como lo ya mencionado líneas arriba, se brindará charlas educativas e ilustrativas sobre los beneficios que conlleva una alimentación equilibrada en los estudiantes del nivel primario, para ello se realizara a través de piezas gráficas mensajes con sus personajes favoritos, haciendo alusión sobre el consumo de alimentos saludables, lo cual motivará al estudiantes y por ende permitirán cambiar su comportamiento , de manera paulatina en lo que concierne a unos buenos hábitos alimenticios.

✓ **Posicionamiento:**

Actual: Los estudiantes tienen una rutina formada hacia el consumo de productos chatarras, puesto que los hogares son de bajos recursos económicos y familias sin un nivel de educación completo, y allí será vital la información que conlleve a la concientización del estudiante y al cambio de comportamientos.

✓ **Ideal o Buscado:**

A través de la campaña de concientización “Come mejor”, se espera cambiar sus pensamientos, comportamientos y actitudes en lo que respecta al consumos de alimentos chatarras, ya que los estudiantes se encuentran en una edad ideal en donde se les puede guiar por el camino correcto del consumo de alimentos saludables y nutritivos, además que ellos, niño no tiene un raciocinio desarrollado, y es allí en donde se le puede transmitir estas informaciones positivas que logren generar cambios de actitudes a través de charlas educativas con piezas graficas de sus personajes favoritos o que más les llame la atención.

✓ **Promesa o Beneficio:**

La campaña de concientización “Come mejor”, pretende el cambio de comportamientos hacia el consumo de productos saludables, realizando de una forma interactiva que impacte y concientice visualmente a los estudiantes, por ellos se contará con piezas graficas proyectadas en lo que más les gusta a los niños, para que así ellos adopten un estilo de vida y unos buenos hábitos alimenticios.

✓ **Argumentación de la Promesa:**

La mejor forma de concientizar y lograr un cambio de actitud en un niño, es visualmente, y que mejor forma de realizarlo que a través de charlas educativas sobre lo que genera los buenos hábitos alimenticios para ellos se realizaran a través de sus personajes favoritos o preferidos, y esto conllevará a una imitación positiva por parte del estudiante.

✓ **Tono de la Comunicación**

Esto es importante porque nos ayudará crear una imagen favorable sobre los beneficios que conllevan a las prácticas del consumo de productos con un gran valor nutricional. Es por ello que se trabajará con el tono de comunicación argumental, ya que se mostrará con información veraz y objetiva las causas, consecuencias y efectos que genera estos malos hábitos, y además las soluciones reales y satisfactorias que provocará en nuestro organismo desde el momento del cambio de estos hábitos.

✓ **Eje de la Campaña**

Se realizará la campaña de concientización “come mejor”, a través de videos, charlas y piezas gráficas relacionadas a personajes preferidos del estudiante, en el cuál, permitirá una familiarización y por ende una imitación sobre la información que ofrezca estos personajes, en este caso sobre las ventajas que ofrece consumir y tener unos hábitos alimenticios saludables.

✓ **Concepto de la campaña**

La campaña de concientización “comer mejor”, permitirá reducir el consumo de alimentos chatarra de una manera positiva, logrando el cambio de actitud en lo que concierne hacia el al consumo de alimentos saludables, para ello se brindará información acompañado de piezas gráficas de una manera didáctica, para lograr motivarlos a los estudiantes hacia una rutina de buenos hábitos alimenticios.

Medios a Utilizar

- ✓ Tríptico
- ✓ Afiche
- ✓ Banner
- ✓ Infografía
- ✓ Juego
- ✓ Calendario
- ✓ Frutas y Agua
- ✓ Material informativo sobre alimentación saludable y de los riesgos de consumir alimentos chatarras.

✓ **Slogan: “Vive una aventura sana, Come mejor”**

El slogan tiene relación sobre la información de los buenos hábitos alimenticios, que de manera original, se espera lograr la aceptación de este mensaje a través de personajes que ellos visualizarán, e imitarán, sabiendo que llegarán a ser fuertes y sanos como ellos.

ANEXO 2

GUÍA DE OBSERVACIÓN	Tipo de Alimento				Observación
Nombre y Apellido del Alumno	Alimentos Nutritivos		Alimentos Chatarras		
	Manzana	Mandarina	Dulce	Galleta	
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					
12.					
13.					
14.					
15.					
25.					
26.					
27.					
28.					
29.					
30.					

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN PRETEST



¡COME
MEJOR!



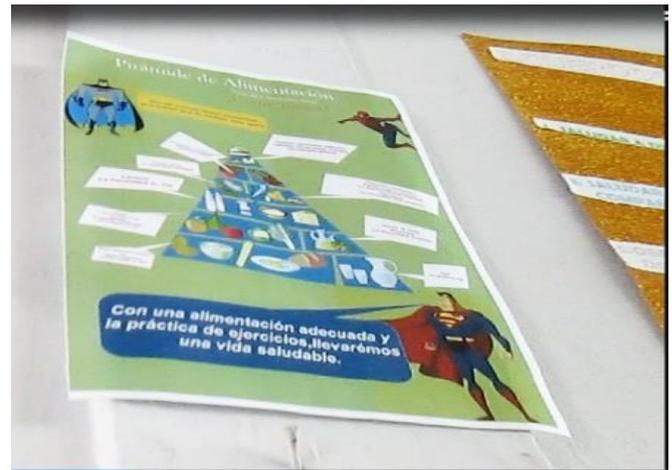
¡Vive una Aventura Sana!



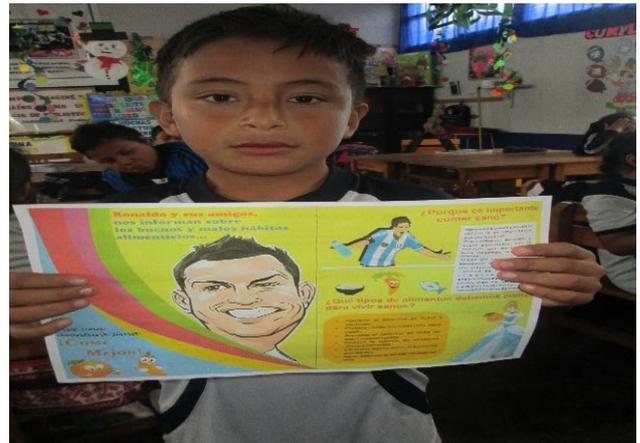
CAMPAÑA DEL 27 DE DICIEMBRE AL 1 DE DICIEMBRE DEL 2017 EN LA INSTITUCION EDUCATIVA MIGUEL GRAU SEMINARIO DE SALAVERRY

PRETEST - "COME MEJOR"

- Charla Informativa de la Campaña.

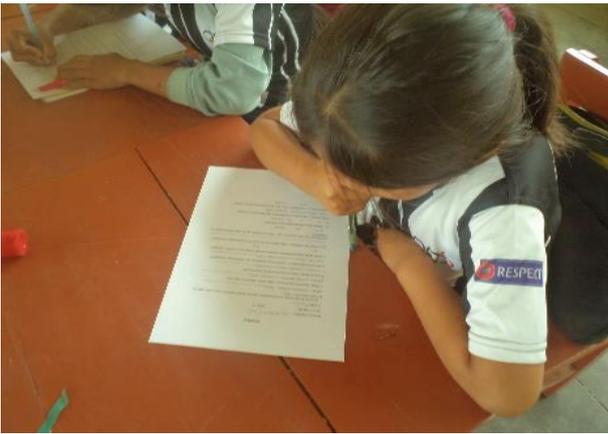


- Entrega de dípticos y pegado de piezas gráficas sobre la campaña.



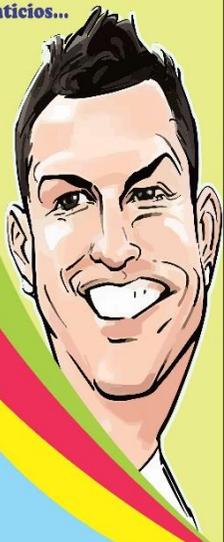


- Aplicación de los instrumentos de recolección de datos (Encuesta).



PIEZAS GRAFICAS UTILIZADAS – PRE-TEST

Ronaldo y sus amigos, nos informan sobre los buenos y malos hábitos alimenticios...



Vive sano
¡COME MEJOR!



¿Porque es importante comer sano?



Aprender a comer sano en la infancia es importante porque ayuda al: Crecimiento, desarrollo y vivir saludable, con la energía que necesitamos para nuestras actividades diarias. Tener un estilo de vida saludable desde pequeños nos prepara para una mejor calidad de vida adulta, reduciendo las probabilidades de tener problemas de salud, de comportamiento, de atención e incluso de sueño.

¿Qué tipos de alimentos debemos comer para vivir sanos?

- ✓ Aumente el consumo de frutas y verduras
- ✓ Prefiera carnes como pescado, pavo y pollo.
- ✓ Aumente el consumo de leche de bajo contenido grasoso.
- ✓ Reducir la ingesta de azúcares "libres o refinados"
- ✓ Cereales: pasta, arroz, legumbres son ideales.
- ✓ Agua: debe ser la bebida habitual del niño.



¡Vive Sano!

¿Qué son los malos hábitos alimenticios?

¿Consecuencias que produce la comida chatarra en nuestro organismo?



- Aumento de peso y posibilidades de desarrollar obesidad.
- Colesterol alto.
- Riesgo de enfermedades cardiovasculares.
- Deficiencia cardíaca
- Diabetes .

¿Qué producen los malos hábitos alimenticios?

Tener unos malos hábitos alimenticios, no brindan al organismo del ser humano los nutrientes y energías requeridas para que funcionen de manera correcta, y a su vez disminuye considerablemente el poder realizar nuestras actividades cotidianas de manera correcta. En definitiva la práctica de unos hábitos alimenticios poco saludables trae consecuencias negativas en la salud, deficiencias de aprendizaje y aparición de dolencias.



¡COME MEJOR!

Vive Saludable

Ejercitate a diario, camina, corre pero siempre hidratandote con agua.

Practica tu deporte favorito, tu cuerpo te lo agradecerá.

Come pescado porque aporta vitaminas tan importantes como la vitamina A y el Omega 3.

El plátano contiene un gran contenido de hidratos de carbono, es lo que es ideal para el estudiante.

La proteína que está en la leche ayuda a fortalecer los huesos, más limpia y sana.

Toma leche dos vasos al día para obtener los nutrientes necesarios - calcio sano y crecer sano y fuerte.

"Mejora tus Hábitos Alimenticios"

Pirámide de Alimentación

¡Come mejor!
Vive Saludable

Ten en cuenta estos alimentos, que harán que tu cuerpo este sano.

Dulces, caramelos, pasteles, bebidas refrescantes, helados. OCASIONALMENTE.

Comer grasas, embutidos grasos (Mortadela, morcilla, etc.) OCASIONALMENTE.

Pescados y mariscos, Carnes magras, Huevos, legumbres 2-4 RACIONES POR SEMANA

Frutos secos 3-7 RACIONES SEMANA

Lácteos 2-4 RACIONES AL DÍA

Frutas > 3 RACIONES AL DÍA (AL MENOS 1 ENSALADA) > RACIONES 2 AL DÍA

Aceto de oliva (Cocinar) 3-6 RACIONES DIARIAS

Agua 6-8 VASOS AL DÍA

Arroz, pasta, pan, patata. (Mejor integrales) 4-6 RACIONES AL DÍA

Una alimentación balanceada, acompañado de ejercicios, te harán crecer sano y fuerte como yo.

REGLAS DE HÁBITOS SALUDABLES

- 1 Las 3 comidas principales del día y la noche.** El desayuno, la comida y la cena es lo primordial.
- 2 Procura beber 8-10 vasos de agua al día.** Elige agua, zumos naturales de frutas y leche, en lugar de bebidas con gas.
- 3 Come de todo.** Una dieta variada, en cantidades adecuadas, es la base de una buena alimentación.
- 4 Realiza una hora de actividad física todos los días y actividades de fuerza y flexibilidad dos a tres días por semana.**
- 5 Aprovecha tu tiempo libre para hacer ejercicio y jugar con familiares y amigos.**
- 6 Dedicar menos de dos horas diarias a los juegos de ordenador, a internet y a la televisión.**
- 7 Protege tu espalda.** Siéntate bien y lleva correctamente la mochila.
- 8 Acuéstate temprano y procura dormir de 8 a 10 horas.**
- 9 Recuerda ducharte diariamente, cepillarte los dientes y lavarte las manos antes de comer y después de ir al servicio.**
- 10 Cuida tu salud para estar sano y fuerte.**

¡Come Mejor!
Vive Saludable

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN POSTEST



CAMPAÑA DEL 12 DE JUNIO AL 16 DE JUNIO DEL 2018 EN LA INSTITUCION EDUCATIVA MIGUEL GRAU SEMINARIO DE SALAVERRY

POSTEST - "COME MEJOR"

- Aplicación de instrumentos (Encuesta).











FOTOS DE GUÌA DE OBSERVACIÒN



PIEZA GRÁFICA 1: Banner
UTILIZADAS POS-TEST

ALIMENTOS SALUDABLES QUE DEBES CONSUMIR

Se recomienda consumir una variedad de alimentos todos los días, porque nuestro cuerpo necesita diversos nutrientes y energías, que un solo alimento no es capaz de cubrir.

PAN ,CEREALES Y LEGUMBRES

Bajos en grasas
Ideales dentro de una dieta equilibrada

250 gramos de pan al día.
Equivalentes a 2 panes.

FRUTAS

0 % Colesterol

1 al día facilita la digestión de alimentos ricos en grasas.

109 mg de Potasio facilitador transporte de oxígeno al cerebro.

LECHE, QUESO O YOGURT

250 ml equivalente a un vaso al día de leche.

125 g de yogurt equivalente 1 envase pequeño.

"COME MEJOR"

¡Vive una Aventura Sana!

AGUA

1 1/2 de Agua
Equivalente de 4 a 6 vasos a diario.

VEGETALES

A Rica en vitamina fundamental para el correcto desarrollo de los niños.

P reviene la anemia.El brócoli posee hierro y proteínas.

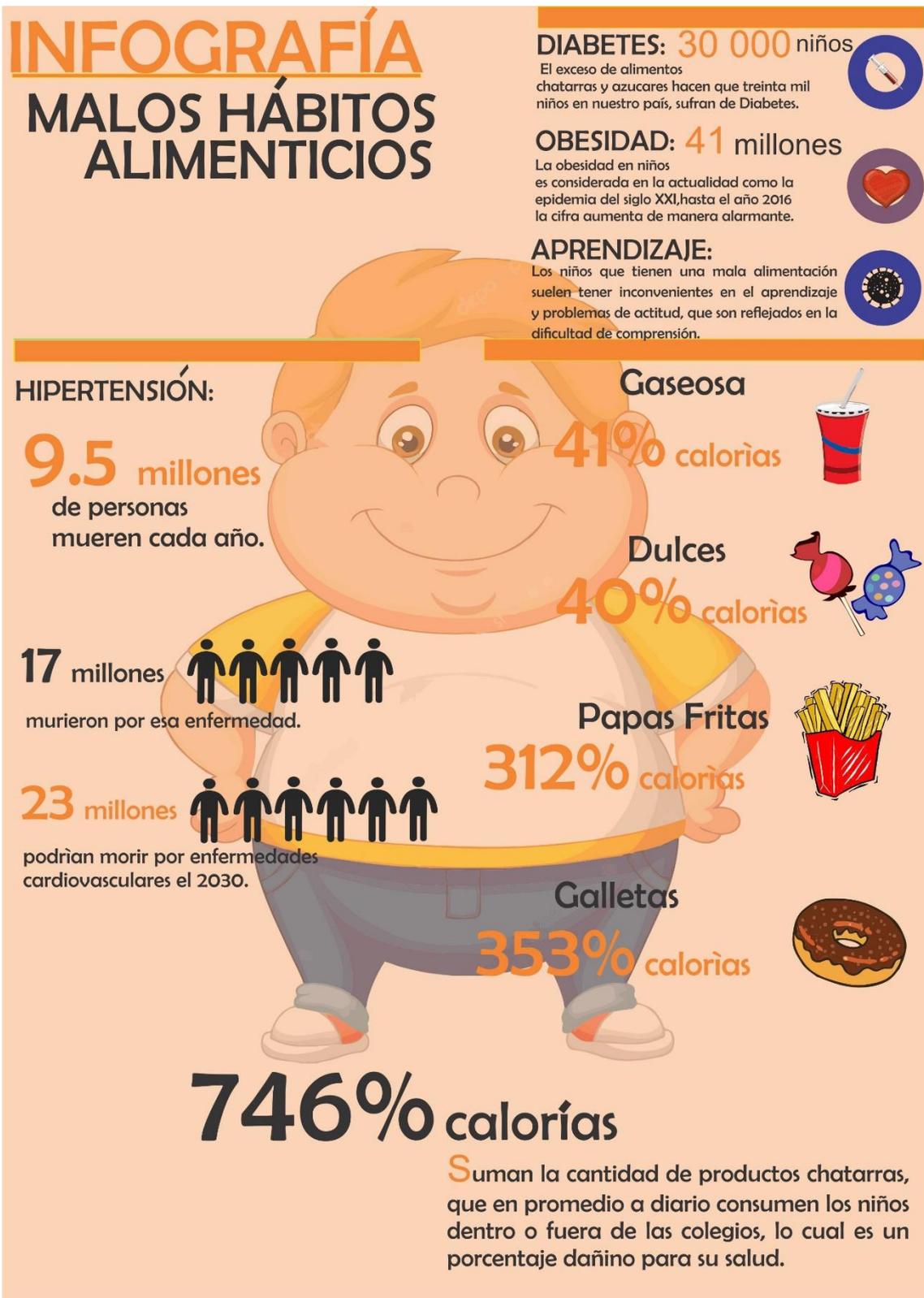
M antiene el intestino sano el sistema digestivo saludable y previene contra el estreñimiento y la diarrea.

CARNES

143 Calorías
Proteínas **26** g

Como se encuentran en una etapa de crecimiento, los niños y las niñas pueden comer excepto si hay obesidad o sobrepeso, cualquier variedad de carnes, incluso aquellas que tienen grasas, porque estas aportarán las energías necesarias debido que ellos se encuentran siempre en constante actividad .

PIEZA GRÁFICA 2: Afiche



PIEZA GRÁFICA 3: Afiche

¡COME MEJOR!

VIVE UNA AVENTURA SANA

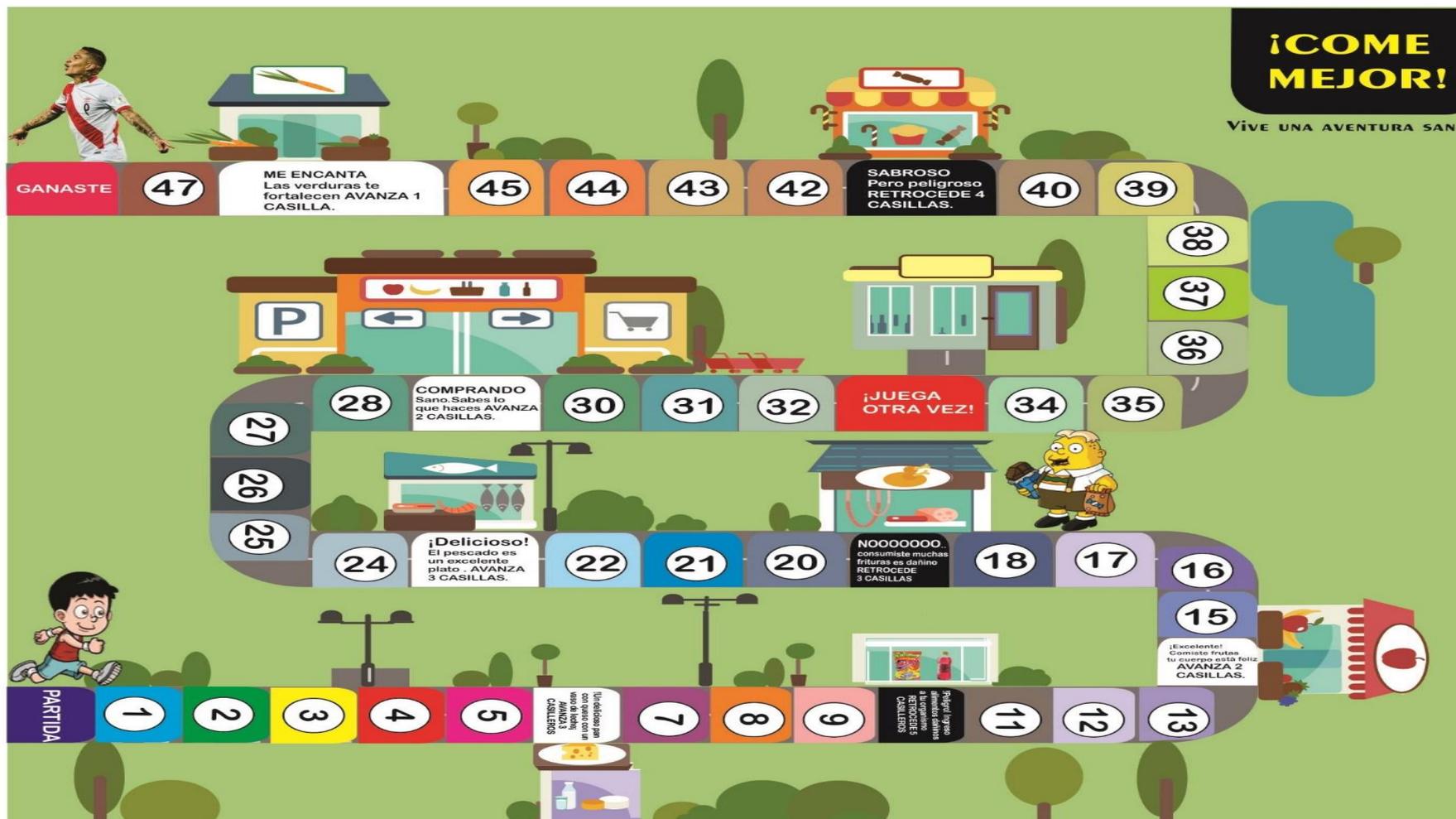


TU ELECCIÓN

TU SALUD



PIEZA GRÀFICA 4: Juego ludo de los hábitos alimenticios.



PIEZA GRÀFICA 5: Banner.

Hábitos Diarios

que mejoran tu vida

-  1 Hora de Actividad Física
-  2 Litros de Agua
-  3 Tazas de Tè
-  4 Frutas
-  5 Comidas
-  6 Canciones que te Inspiren
-  7 Minutos de Risa
-  8 Horas de Sueño
-  9 Pàginas de un buen Libro
-  10 Minutos de Meditaciòn



¡COME MEJOR!
VIVE UNA AVENTURA SANA

PIEZA GRÁFICA 6: Tríptico.

VIVE UNA



COMIDA BAJA EN GRASA

El pollo, si descartamos la piel, es una de las carnes con menos contenido en grasas. Los quesos tienen menos carbohidratos que otros alimentos. El calamar es rico y bajo en grasa, lo cual es una razón por la que todavía puede tener un lugar en una dieta saludable para el corazón.

AVENTURA

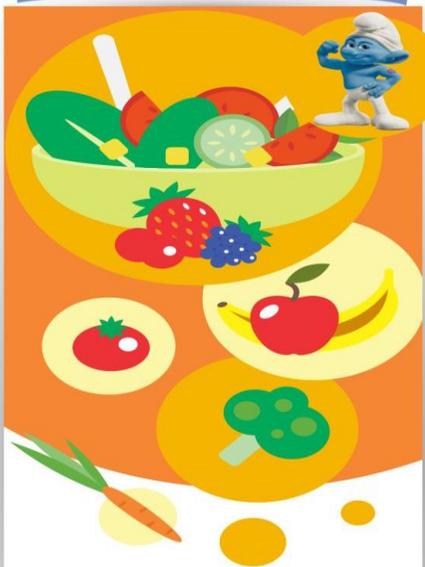


BEBIDAS SALUDABLES

La principal bebida sana es el agua, no es necesario tener sed para beber agua. Los zumos o jugos de frutas y verduras frescas, los tés y las infusiones permiten tener una mayor variedad en la ingesta de líquidos sanos. La leche permite el mantenimiento de una buena salud cardiovascular y un correcto desarrollo del sistema nervioso y cognitivo.

¡COME MEJOR!

SANA



FRUTAS Y VEGETALES

Las frutas y verduras son importantes componentes de una dieta saludable y su consumo ayuda a prevenir diversas enfermedades, como las cardiopatías, el cáncer, la diabetes y la obesidad. Las vitaminas, los minerales y otros componentes de las frutas y las verduras son esenciales para la salud humana.

PIEZA GRÀFICA 7: Banner.

REGLAS DE HÁBITOS SALUDABLES

1 Las 3 comidas principales del día y la noche. El desayuno, la comida y la cena es lo primordial.



2 Procura beber 8-10 vasos de agua al día. Elige agua, zumos naturales de frutas y leche, en lugar de bebidas con gas.



6 Dedica menos de dos horas diarias a los juegos de play station, a internet y a la televisión.

7 Protege tu espalda. Sientate bien y lleva correctamente la mochila.



4 Realiza una hora de actividad física todos los días y actividades de fuerza y flexibilidad dos a tres días por semana.



3 Come de todo. Una dieta variada, en cantidades adecuadas, es la base de una buena alimentación.

8 Acuéstate temprano y procura dormir de 8 a 10 horas.

9 Recuerda ducharte diariamente, cepillarte los dientes y lavarte las manos antes de comer y después de ir al servicio.

5 Aprovecha tu tiempo libre para hacer ejercicio y jugar con familiares y amigos.

10 Cuida tu salud para estar sano y fuerte.

¡Come Mejor!
Vive Saludable