

**La influencia que tiene la publicidad en el alto consumo de alimentos azucarados en los
niños**

Proyecto de grado publicidad

María Paula Mosquera Zapata

Isabella Zapata García

Valentina Vahos Gutiérrez

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de comunicación, publicidad y diseño,

Publicidad

11 de noviembre del 2020

Agradecimientos

En la realización de este trabajo agradecemos principalmente el esfuerzo que hemos realizado cada una de nosotras para llevar a cabo la investigación; todo el empeño y dedicación que nos permitieron disfrutarnos el proceso y hacerlo la etapa más enriquecedora de nuestra formación, también agradecemos a los familiares, educadores y personas que, con su ayuda y disposición, hicieron posible el desarrollo del estudio.

Medellín, marzo de 2021.

Resumen

La prevalencia del alto consumo de productos azucarados en los niños ha ido aumentando en los últimos años, trayendo consecuencias para la salud y desarrollo de los niños; por esta razón esta investigación se centra en el estudio de la influencia que tienen los estímulos publicitarios en los niños de edades entre los 5 y 12 años. La metodología empleada para desarrollar el estudio fue mixta ya que, para realizar la recolección de datos, se utilizaron herramientas como las entrevistas a profundidad y las encuestas; todo esto con el objetivo de observar la problemática desde diferentes puntos de vista y obtener información significativa para la investigación. Gracias a los hallazgos obtenidos con el estudio se realizará una propuesta de campaña publicitaria en la cual se busca educar a padres y niños.

Palabras clave:

Publicidad, azúcares añadidos, influencia, estímulos publicitarios, nutrición, enfermedades, investigación, marcas, consumidor, niños, empaques, anuncios.

Abstract:

The prevalence of high consumption of sugary products in children has been increasing in recent years, bringing consequences for the health and development of children, for this reason this research focuses on the study of the influence that advertising stimuli have on children ages between 5 and 12 years. The methodology used to develop the study was mixed since to carry out the data collection, tools such as in-depth interviews and surveys were used; all this with the aim of observing the problem from different points of view and obtaining meaningful information for the investigation. Thanks to the findings obtained with the study, an advertising campaign will be carried out in which it is sought to educate parents and children.

Keywords:

Advertising, added sugars, influence, advertising stimuli, nutrition, diseases, research, brands, consumer, children, packaging, advertisements.

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Productos con azúcares añadidos: La influencia que tiene la publicidad sobre el alto consumo de alimentos azucarados en los niños	2
Tema General de Investigación.....	2
Planteamiento del problema	2
Pregunta problema.....	3
Objetivos	3
Objetivo general	3
Objetivo específico.....	3
Justificación.....	3
Marcos contextual	4
Marco teórico	6
La publicidad.....	6
Influencia de la publicidad	6
Estimulos publicitarios.....	7
Regulación de productos con azúcares añadidos en Colombia.....	9
Consecuencias del consumo de azúcar añadida en niños.....	9
Azucares añadidos.....	10
Marco teórico	11
Metodología	13
Diseño metodológico.....	13
Trabajo de campo	15
Análisis y resultados.....	15
Análisis.....	15

Resultados	17
Cronograma	21
Conclusiones	22
Recomendaciones	23
Lista de referencia	24
Anexos	28
Anexo 1	28
Encuesta	28
Anexo 2	31
Entrevistas	31
Anexo 3	50
Cartas de consentimiento	50

Lista de tablas

Tabla 1 Clasificación de los edulcorantes. Fuente: García-Almeida, JM; Casado Fernández; García M; García J, una visión global y actual de los edulcorantes. Aspectos de regulación. Nutrición Hospitalaria, Vol. 28, núm. 4 julio 2013, pág. 17-31; Madrid -España.....	11
Tabla 2 Cronograma. Elaboración propia	21

Lista de gráficos

Gráfico 1 Elaboración propia	17
Gráfico 2 Elaboración propia	17
Gráfico 3 Elaboración propia	18
Gráfico 4 Elaboración propia	18
Gráfico 5 Elaboración propia	19
Gráfico 6 Elaboración propia	19
Gráfico 7 Elaboración propia	20
Gráfico 8 Elaboración propia	20
Gráfico 9 Elaboración propia	21

Introducción

Esta investigación, de enfoque mixto, tiene como propósito analizar la influencia que tiene la publicidad en el consumo de azúcar en los niños, teniendo en cuenta variables como, la regulación publicitaria, los empaques, anuncios y la educación al consumidor; planteando como prioridad la salud de los niños con el fin de generar una campaña publicitaria con enfoque social a nivel nacional; ya que en Colombia, según el ministerio de salud, uno de cada seis niños y adolescentes presentan sobrepeso u obesidad y para disminuir la incidencia de esta problemática en Colombia es necesario educar a los padres acerca de los productos que consumen diariamente sus hijos y que comprendan la influencia que tienen los anuncios publicitarios de dichos productos en la percepción de los niños y de ellos mismos. La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Medellín, para la recolección de datos se utilizarán técnicas como la entrevista a profundidad, el grupo focal y la observación.

Productos con azúcares añadidos: La influencia que tiene la publicidad sobre el alto consumo de alimentos azucarados en los niños

Tema General de Investigación

La influencia que tiene la publicidad en el consumo de azúcar en los niños.

Planteamiento del problema

El consumo de azúcar añadida y aditivos en los alimentos, ha venido incrementando en los últimos años, uno de los consumidores potenciales de estos productos, según la Revista Semana, son los niños, quienes son los que más excede la porción diaria de azúcar, que aconseja la OMS; que es de 6 cucharaditas de azúcar al día, el equivalente a 100 calorías o 25 gramos, para niños de 2 a 18 años.

En los últimos años el consumo de alimentos en los niños que no son beneficiosos para la salud se ha venido convirtiendo en un hábito arraigado, y según las cifras de la última encuesta Nacional de Salud Escolar, Colombia es uno de los países donde más se consume azúcar y donde los productos que no son para nada saludables, forman parte de la dieta diaria de los niños. Según estudios 8 de cada 10 niños consume en la mayoría de su ingesta productos de paquete y solo 1 de cada 10 consume verduras y frutas (ENSIN, 2010).

Además, según la UNICEF la influencia de la publicidad en los alimentos altos en azúcar y grasas dirigidos a los niños tienen como consecuencia directa afectaciones en la salud de los mismos, acarreando enfermedades como obesidad infantil y desarrollo de enfermedades crónicas en la adultez. Elementos como personajes, tácticas del “branding” y diseños que influyen en las elecciones alimenticias de los niños.

Pregunta problema

¿Cuál es la influencia que tiene el estímulo publicitario en el consumo de productos con azúcares añadidos en los niños?

Objetivos

Objetivo general

Evidenciar la influencia que tiene el estímulo publicitario en el consumo de productos con azúcares añadidos en los niños.

Objetivo específico

- Revisar las regulaciones publicitarias, sanitarias y nutricionales en torno a la promoción de alimentos que puedan llegar a influenciar el consumo de azúcar añadida en los niños del área metropolitana del Valle de Aburrá.
- Analizar la diferenciación de los elementos publicitarios que utilizan las marcas en el consumo de azúcar de los niños del Valle de Aburrá.
- Crear una propuesta de campaña social que promueva el consumo responsable de productos con azúcar añadida para una buena alimentación en los niños.

Justificación

La situación actual de Colombia con respecto al consumo de alimentos azucarados es alta (76,6 y 81,2% respectivamente), 1 de cada 3 niños los consume diariamente (38,8%) y 1 y medio de cada 8 niños consume bebidas azucaradas diariamente, siendo significativo para la dieta y sus hábitos (Cabezas; Hernández; Vargas, 2015). Esto es considerado un problema de salud pública, debido a que existen enfermedades y trastornos no transmisibles como la obesidad infantil,

diabetes, caries dentales, hiperactividad, etc, teniendo un impacto a corto y largo plazo, generando gran preocupación en los padres y en la sociedad.

La publicidad puede ser responsable del 15% al 40% de la prevalencia de obesidad en niños (Vallejo; Sánchez; Arciniegas; Escobar, 2019), y es que las marcas utilizan estrategias para ejercer gran influencia en los padres y niños. En la campaña póstuma a la investigación, se dará a conocer los resultados de la misma con el fin de realizar una campaña social para concientizar y educar tanto a niños como a padres sobre el consumo de azúcar añadida en aspectos como la correcta lectura de etiquetas y el criterio para elegir de manera acertada e informada productos que no afecten el metabolismo y la salud de los niños, que finalmente beneficia la buena alimentación a corta edad, reduzca la posibilidad de desarrollar enfermedades o conductas causadas por el alto consumo de azúcar y permita que los padres sientan tranquilidad y seguridad a la hora de alimentar a sus hijos con productos de calidad, que optimizan su desarrollo y brindan los valores y componentes nutricionales recomendados para sus edades.

Marcos contextual

El consumo de azúcar en América latina corresponde al doble del recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS); donde la cantidad sugerida es de menos de 5% de la ingesta calórica (OMS, 2015), lo que representa un gran problema para la salud pública de un país pues afecta directamente la calidad de vida de sus habitantes, produciendo consecuencias tanto físicas como mentales a corto y largo plazo. La publicidad es una de las principales causas que provocan dicho fenómeno, los profesionales de la publicidad y el marketing están en constante búsqueda de formas para entender la mente de padres e hijos y así por medio de diferentes estímulos publicitarios como empaques, anuncios, diseño visual y promoción en puntos de venta, se motiva

a este público a realizar la compra de productos con alto porcentaje en azúcares añadidos. Esta problemática se intensifica en países en desarrollo debido a las pocas regulaciones gubernamentales que existen para controlar la publicidad de dichos productos.

En Colombia, la situación del consumo de azúcares añadidos no es ajena a la que se presenta en América Latina pues, *“no hay una medición certera sobre el nivel de azúcar libre – adicionada –, que consumen las personas. Sin embargo, de acuerdo a la aproximación que hizo el equipo de investigadores de la Universidad de Washington en San Luis y la Universidad de Sao Paulo, este sobrepasa lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que es el 10 % de la cantidad calórica diaria, pero en promedio se ingiere el 15,1 %”*. (Revista Semana, 2016).

Con respecto a la ingesta infantil en Colombia de alimentos con azúcares añadidos, *“1 de cada 3 niños entre 5 a 9 años, consumen azúcares añadidos (Cabezas; Hernández; Vargas, 2015) y el consumo de bebidas azucaradas es del 74,0%. Tres de cada cuatro escolares en Colombia consumen bebidas azucaradas”* (Minsalud, 2018). Siendo esto una situación preocupante para la salud pública y los padres de familia, ya que el alto consumo de estos alimentos desata gran cantidad de efectos negativos en la calidad de vida del menor; la obesidad y la diabetes son enfermedades que se presentan con una alta frecuencia en la población colombiana con *“una prevalencia del exceso de peso actual en menores de 18 años de 17,53% que se traduce en alrededor de 2.7 millones de afectados”* (Vallejo; Sánchez; Arciniegas; Escobar, 2019), son diversos los factores que intervienen en el elevado consumo de alimentos azucarados, que *“es influido por el sabor de estos productos, su alta disponibilidad en el mercado, el bajo precio, el poco conocimiento que tienen los consumidores acerca de estos alimentos y el volumen y contenidos persuasivos de la publicidad”* (Vallejo; Sánchez; Arciniegas; Escobar, 2019).

La población en la cual se va a centrar el estudio es de niños entre las edades de 4 a 10 años, de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, que pertenecen a instituciones educativas tanto públicas como privadas en el área metropolitana del Valle de Aburrá. Este estudio se enfocará en dar a conocer la influencia que tiene la publicidad en el consumo de productos azucarados en esta población, con el fin de suministrar información de valor a los padres, para que de esta manera puedan tomar decisiones acertadas al momento de la compra de alimentos para los niños.

Marco teórico

La publicidad

La publicidad puede definirse como una idea de un producto o servicio que se transmite a partir de un mensaje por medio de un canal de comunicación, dichos mensajes tienen la intención de persuadir al espectador para que se transforme en un consumidor de la marca.

Actualmente los medios de comunicación forman parte importante de la sociedad, tienen una capacidad de transmitir cultura e imponer hábitos, costumbres y valores; pueden causar desequilibrios y beneficios físicos, psíquicos y culturales (Osorio, 2014).

Influencia de la publicidad

Muchos estudios referentes a la influencia de la publicidad en los niños están enfocados en la influencia específica de la televisión como medio masivo de comunicación, ya que esta juega un papel en la configuración de los hábitos perceptivos y valores sociales. Se categoriza como un medio en el cual se obtienen referencias de datos que explican y definen nuestra forma de entender el mundo y hasta a los mismos individuos (Fetal, 2018)

Por lo expuesto anteriormente, la publicidad en los niños posee gran influencia en los mismo, ya que están en una etapa de crecimiento en la cual están descubriendo como es el comportamiento de la sociedad en la que interactúan y su papel en la misma. Por esta misma razón, en los últimos años se ha desarrollado un marketing integral a fin de persuadir, informar, vender y satisfacer a los niños en todos sus aspectos, creando así una conciencia temprana de la realidad exterior (Universidad de Palermo).

Estímulos publicitarios

Para la comunicación del mensaje publicitario dirigido a los menores suele utilizarse frecuentemente colores vivos, personajes animados, canciones, e imágenes que persuaden a los espectadores y logran apelar a la creatividad e imaginación de los mismos. Además, la mayoría de los anuncios suelen ser protagonizados por niños, lo que genera una conexión y empatía con la marca o el producto ya que estos se ven reflejados y se identifican (Universidad de Palermo).

Esta influencia se ve guiada por características que poseen los niños y la publicidad toma como referencia para impactarlos, dichas características empiezan por la atención, en donde la creatividad y la imaginación de los infantes son el elemento principal; la credulidad, ya que los espectadores de edades tempranas no suelen cuestionarse de la veracidad del mensaje, y el efecto espejo, en el cual los pequeños suelen querer ser como los adultos o los personajes de fantasía y es que la publicidad va más allá de los anuncios, ya que programas, series o videojuegos se convierten en referentes publicitarios para los niños (González, 2013).

Otro estímulo publicitario que está muy presente en la influencia hacia los niños con respecto al tema alimenticio es el empaque, ya que es el envoltorio quien genera la conexión entre la marca y los consumidores que en este caso son los pequeños; el diseño del empaque es de vital

importancia para agregar valor a los productos, cumplir las expectativas y generar confianza en el consumidor además de efectuar la funcionalidad, la identidad y la fidelización para con la marca (Amerike, 2019).

Para persuadir al público infantil es necesario implementar diferentes estrategias, materiales, personajes, historias y por supuesto el empaque con formas y colores que puedan llegar a convertir a un niño en consumidor potencial, y aunque los padres tengan la decisión final de compra, los deseos de los niños son un motivador que lleva a la adquisición del producto. Para que los niños creen un vínculo emocional con la marca es necesario que se implementen estrategias en las que se realice una investigación para conocer los personajes favoritos y caricaturas que están a la moda, para que el niño sienta deseo de tenerlo, gracias al estímulo que genera ese empaque. Estudios psicológicos revelan que los niños perciben antes el color que la forma (Rojas, 2018), este elemento es uno de los factores determinantes para las marcas a la hora de crear un producto dirigido a este público, y por esto se ve con frecuencia que las zonas y anaqueles de los supermercados donde se encuentran los productos más azucarados, son los lugares más coloridos y llamativos, teniendo un mayor impacto visual y estímulo en las personas.

Después de que la marca cumple con los elementos anteriormente mencionados, se logra el propósito principal que es sobresalir e impactar frente a la competencia, obteniendo un mayor posicionamiento en la mente del público objetivo y una mayor recordación, El packaging bien aplicado se vende solo, es decir logra que el consumidor lo diferencie del resto con tan solo un vistazo (valencia, 2018).

Regulación de productos con azúcares añadidos en Colombia

Consecuencias del consumo de azúcar añadida en niños

Las consecuencias para el organismo por la ingesta desmedida de azúcar procesada pueden llegar a ser bastante graves, tanto en la salud mental, con trastornos alimenticios, hiperactividad y trastornos mentales, como en la salud física, desarrollando enfermedades a corto o largo plazo, que pueden tener consecuencias severas en la formación de un niño. “El aumento de la prevalencia de obesidad en niños y adolescentes es alarmante debido a su asociación con diversas enfermedades; este es un factor de riesgo para el desarrollo de diabetes tipo 2, hipertensión arterial, dislipidemias, enfermedades cardiovasculares, enfermedades osteoarticulares, apnea del sueño y ciertos tipos de cáncer como el de mama, próstata y colon” (Lusting, Schmidt, Brindis, 2012) (AHA, 2015) (United States Department of Agriculture, 2005).

Esto es una situación de gran preocupación para el mundo, debido a las grandes repercusiones que conlleva el consumo de azúcar añadida, generando diversas consecuencias que afectan a la sociedad y a los niños, quienes son más vulnerables ante este tipo de situaciones. “Actualmente en Colombia donde en el año 2011 se consumieron aproximadamente 65.3 litros de bebidas azucaradas por persona, lo que contribuye a diversas enfermedades en la población y al desarrollo de exceso de peso en los niños y jóvenes” (Cabezas; Hernández; Vargas, 2015). Esto es un indicador alarmante para el país, debido a que día a día aumenta la adquisición de este producto y no existen las regulaciones necesarias para reducir su consumo.

Azúcares añadidos

Los azúcares añadidos son los jarabes y azúcares que se le añaden a los alimentos durante la preparación, los productos alimenticios, a los que se le añaden estas sustancias son en su mayoría dirigidos al público infantil, debido a que este público se entra en una etapa vulnerable, en la cual no pueden comprender los riesgos de el alto consumo de dichos productos; acostumbrándolos desde edades muy tempranas a recibir esta sustancia y a crear malos hábitos alimenticios que pueden tener consecuencias a futuro.

Los azúcares adicionados se definen como los azúcares y jarabes que se añaden a los alimentos durante su procesamiento o preparación. Las fuentes principales de azúcares adicionados incluyen refrescos, gaseosas, pasteles, galletas, ponche de fruta, jugos de fruta azucarados, postres lácteos y dulces. (USDA, 2005) (USDA, 2013) (Harvard, 2014).

Además, existen diferentes tipos de edulcorantes que “son aditivos que confieren sabor dulce a los alimentos; mejoran la consistencia y la apariencia de los alimentos, además actúan como conservantes, algunos aportan menos energía. Estos pueden ser extractos naturales o sintéticos (edulcorantes artificiales), el uso de edulcorantes acalóricos como sustitutos de todo o parte del contenido de azúcar en los alimentos es común en la industria” (García-Almeida, Casado, Gracia, García; 2013).

Clasificación de los edulcorantes

Calóricos	Azúcares	Naturales	Sacarosa, glucosa, dextrosa, fructosa, lactosa, maltosa, galactosa y trehalosa, tagatosa, sucromalat
		Edulcorantes naturales calóricos	Miel, jarabe de arce, azúcar de palma o de coco y jarabe de sorgo
	Artificiales	Azúcares modificados	Jarabe de maíz de alto fructosa, caramelo, azúcar invertido
		Alcoholes del azúcar	Sorbitol, xilitol, manitol, eritritol, maltitol, isomaltulosa, lactitol, glicerol
Acalóricos	Naturales	Edulcorantes naturales sin calorías	Lou Han Guo, stevia, taumatina, pentadina, monelina, brazzeína
	Artificiales	Edulcorantes artificiales	Aspartamo, sucralosa, sacarina, neotamo, acesulfame k, ciclamato neohesperidina DC, alitamo, advantamo

Tabla 1 Clasificación de los edulcorantes. Fuente: García-Almeida, JM; Casado Fernández; García M; García J, una visión global y actual de los edulcorantes. Aspectos de regulación. Nutrición Hospitalaria, Vol. 28, núm. 4 julio 2013, pág. 17-31; Madrid -España

Marco teórico

La publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en Colombia, actualmente se rige bajo algunas regulaciones que existen para velar por la integridad y el bienestar de los menores de edad; en calidad de consumidores. La ley 1355 de 2009 “Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención.” (Congreso de Colombia, 2009) Esta ley básicamente funciona como una manera de prevenir este problema que está presente en gran medida en el país, tratando temas como estrategias para promover una alimentación balanceada y saludable, regulación en grasas trans, regulación en grasas saturadas, etiquetado, publicidad y

mercadeo de alimentos y bebidas en medios de comunicación, estrategias de información, educación y comunicación, etc. Decreto 975 de 2014 “Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.” (Ministerio de industria, comercio y turismo, 2014). Decreto mediante el cual se regula el contenido, tanto imágenes como textos de los anuncios publicitarios dirigidos a menores de edad, emitidos durante un programa de radio o televisión. La ley 1480 del 2011 bajo la cual se expide el Estatuto al consumidor que se crea con el fin de beneficiar a los colombianos en materia de sus derechos como consumidores, que decreta: “La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas, La educación del consumidor, La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten, La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia” (Superintendencia de industria y comercio, 2011). Plan Decenal de Salud Pública 2012-2021 Resolución 1841/2013, el cual se trata de estrategias para aumentar los impuestos a productos con alto porcentaje de azúcares procesados en la cual se habla del “desarrollo de regulación y control adecuado de la composición de alimentos procesados y bebidas, tendientes a disminuir los contenidos de sal-sodio, grasas, azúcares añadidos, refinados y libres, entre otros nutrientes de interés en salud pública”. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013). Resolución 333 del 2011 en la cual se tratan normativas con respecto al etiquetado de los productos de alimento consumible, la cual habla de “la presente resolución aplican a los alimentos para consumo humano envasados o empacados, en cuyos rótulos o etiquetas se declare información

nutricional, propiedades nutricionales, propiedades de salud, o cuando su descripción produzca el mismo efecto de las declaraciones de propiedades nutricionales o de salud” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2011). Código de autorregulación publicitaria, es un código donde se establecen estándares éticos con todo lo relacionado a la publicidad y anuncios en Colombia, este código destina uno de sus capítulos a los mensajes publicitarios dirigidos específicamente a niños, niñas y adolescentes del país. En el caso de esta reglamentación, “los afiliados a las asociaciones suscriptoras del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, deberán acogerse a las disposiciones del Código en cuanto que forman parte de los deberes estatutarios de afiliación” (UCEP, 2013), esto quiere decir que solo las agencias, los anunciantes y los medios de comunicación que estén vinculados en la asociación, deben cumplir con los reglamentos del código.

Estas regulaciones son fundamentadas bajo la premisa de que los anuncios se pautan en medios de comunicación tradicionales como la televisión y la radio y se omiten en las mismas los medios digitales en los que los niños pasan gran parte de su tiempo y a los que están expuestos a estímulos publicitarios, que no tienen ningún tipo de control, siendo esto un problema, debido a la influencia que tiene este medio en las decisiones y comportamientos de los niños. Además, las leyes carecen de una falta de severidad para proteger a los niños, quienes son los más susceptibles a la influencia y el estímulo que pueda ejercer la publicidad.

Metodología

Diseño metodológico

Esta investigación se abordará desde la metodología cualitativa de forma interpretativa, la cual tiene como objetivo evidenciar la influencia del estímulo publicitario de los productos con

azúcar añadida en los niños; con ese propósito en mente, se tomará una muestra poblacional de la ciudad de Medellín, Colombia, de niños entre los 5 a los 12 años de edad, ubicados en los estratos 2, 3 y 4, más específicamente en el sector de Robledo; los menores serán el foco principal de la investigación, pero también se tendrán en cuenta opiniones de padres de familia, vendedores o encargados de puntos de venta al detal, profesionales de publicidad enfocados al tema, profesionales de la salud como nutriólogos o pediatras y pacientes que sufran enfermedades causadas por la azúcar añadida.

Para tener la posibilidad de interpretar dicho estímulo, es necesario implementar como instrumento para el estudio, el grupo focal; el cual se aplicará a niños y a padres de familia con el objetivo de identificar los estímulos producidos por la publicidad y su modo de influenciar a estos dos nichos en la compra y consumo de productos con azúcar añadida. También se implementarán las entrevistas a profundidad, las cuales se van a realizar a expertos en nutrición, pediatras y profesionales en publicidad, y por último se utilizará como herramienta la observación en tiendas de barrio, para entender y evidenciar la toma de decisiones de los niños y padres al momento de la compra y la función del estímulo publicitario en cuanto a las estrategias que se implementan en torno a un producto para llamar su atención, como personajes, historias, empaques, colores, formas y anuncios, que actúan como motivadores en esta población.

Las herramientas que se implementarán para este estudio cualitativo con el fin de conocer la influencia de la publicidad de productos con azúcares añadidos, tienen como objetivo comprender a fondo el objeto de estudio, y crear una interacción con los participantes, para obtener datos de valor que apoyen la investigación; El grupo focal permite una interacción entre los asistentes captando información con base en las experiencias y opiniones de las personas que

posibilitan tener una amplia visión de la problemática por la variedad de pensamientos; las entrevistas a profundidad logra crear un ambiente ameno entre el investigador y el entrevistado, donde se obtiene información relevante de las experiencias y conocimientos frente a los temas de estudio, y por último la observación, la cual es una herramienta facilita conocer y entender la problemática desde su entorno natural.

Trabajo de campo

La recolección de la información necesaria para llevar a cabo esta investigación se realizó a partir de entrevistas a profundidad a niños entre los 5 a 12 años de edad, un nutricionista, un médico general, dos psicólogos y una madre de familia, todos habitantes de la ciudad de Medellín, en un periodo de un mes. Además, se realizaron encuestas por medio de Google Forms, a madres y padres cabeza de familia responsables de la dieta y todos los alimentos que consumen día a día sus hijos.

Análisis y resultados

Análisis

Las entrevistas se realizaron de manera virtual, debido a la contingencia del COVID-19 y las medidas de bioseguridad. En una primera etapa se realizó contacto vía telefónica para contar con la disponibilidad de los entrevistados y posteriormente se realizó una reunión vía meet para ponerlos en contexto sobre las características del estudio, después de este punto para la recolección de datos e información se definieron unas preguntas enfocadas en conocer el punto de vista de cada uno de los participantes con respecto al objetivo de la investigación, teniendo presente cada uno de los campos de acción de los mismos. Debido a que dos de los participantes de este estudio son

menores de edad se solicitó la firma del consentimiento informado por parte de los padres, además se realizó la aclaración a cada uno de los entrevistados de que su intervención era voluntaria y que podrán desistir en cualquier momento.

Esta recolección de datos se realizó vía WhatsApp, debido a que a los participantes se les facilitaba la comunicación por medio de esta herramienta y se tenía un contacto más rápido y eficiente. Seguido a esto se pasó a la codificación y transcripción de los datos obtenidos en esta etapa para tener un correcto análisis y generar las conclusiones del estudio.

Las encuestas aplicadas a madres y padres cabeza de familia se realizaron en un periodo de un mes, en el cual se lograron recolectar 90 resultados. Dichas encuestas fueron enviadas por medio de correo electrónico, además se compartió el link de esta a través de WhatsApp a grupos que integran padres de familia que hacen parte de la comunidad de interés para el estudio.

Resultados

¿Cuántos años tiene usted?

89 respuestas

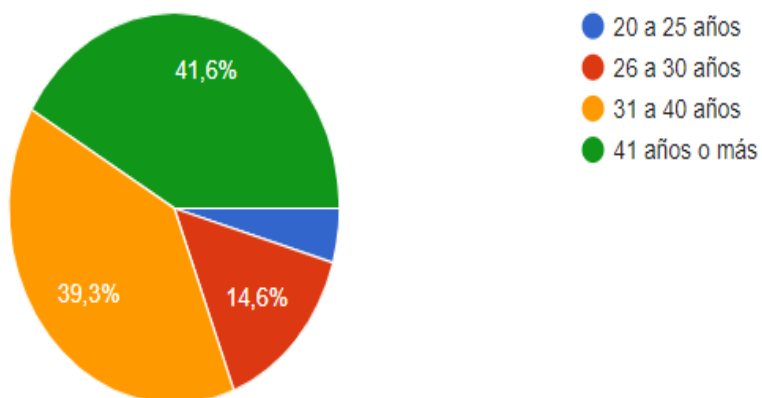


Gráfico 1 Elaboración propia

¿Con qué sexo se identifica?

89 respuestas

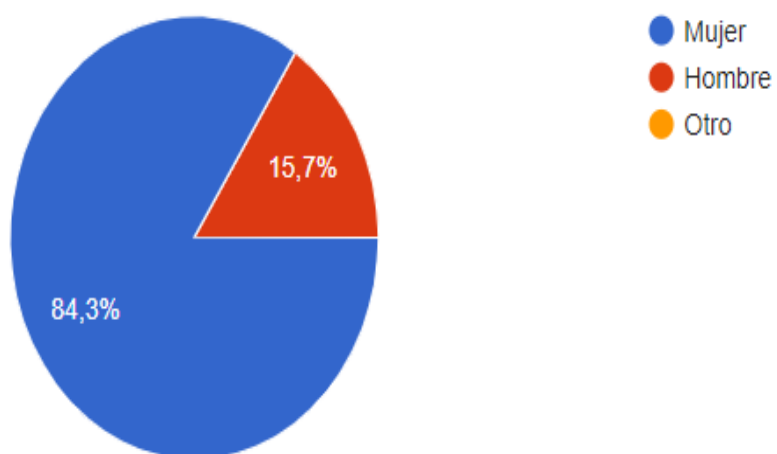


Gráfico 2 Elaboración propia

¿Cuántos hijos tiene?

89 respuestas

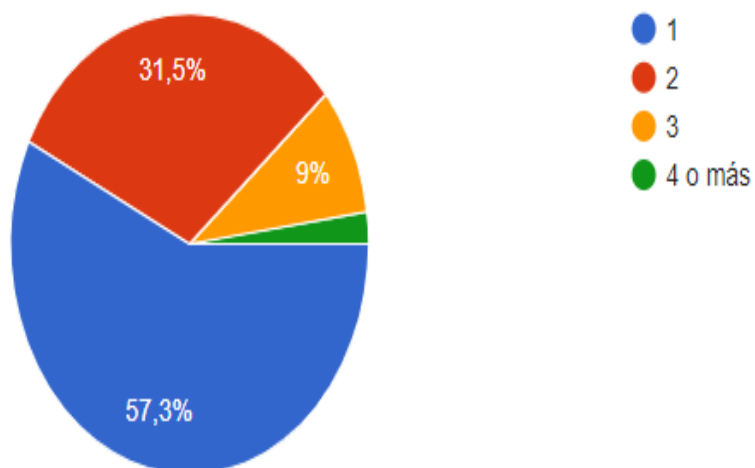


Gráfico 3 Elaboración propia

¿Que edad(es) tienen su(s) hijo(s)?

89 respuestas

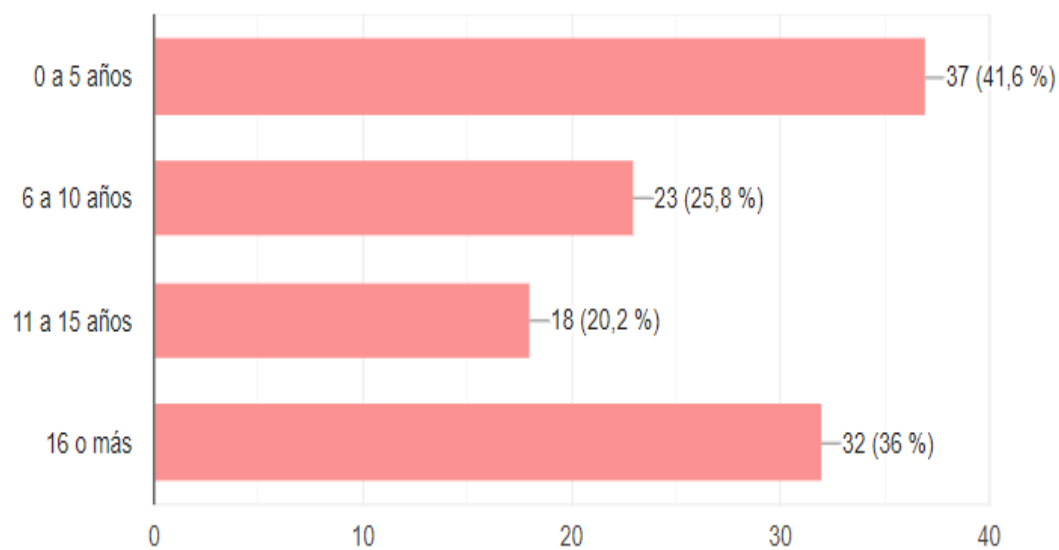


Gráfico 4 Elaboración propia

¿Usted tiene conocimiento de lo que come(n) su(s) hijo(s)?

89 respuestas

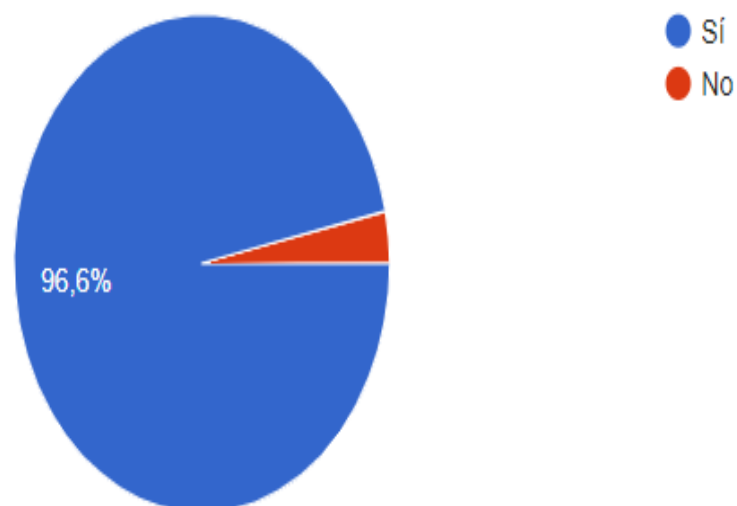


Gráfico 5 Elaboración propia

¿Conoce usted sobre los productos con azúcar añadido (jugos, gaseosas, leches saborizadas, mecate, dulces...)?

88 respuestas

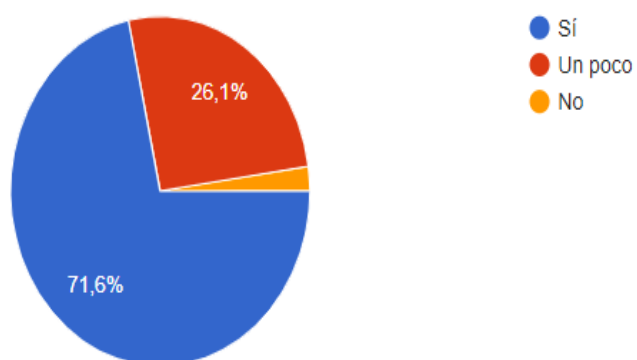


Gráfico 6 Elaboración propia

¿Le proporciona usted a su(s) hijo(s) alimentos con azúcares añadidos y aditivos?

88 respuestas

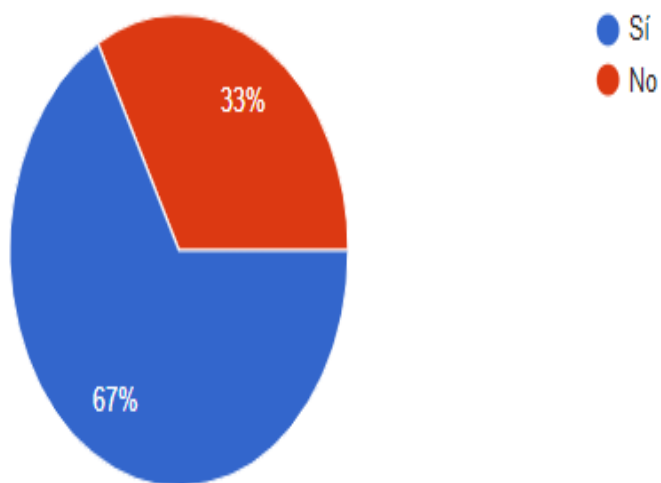


Gráfico 7 Elaboración propia

¿ Se fija usted en las tablas nutricionales a la hora de comprar un alimento?

89 respuestas

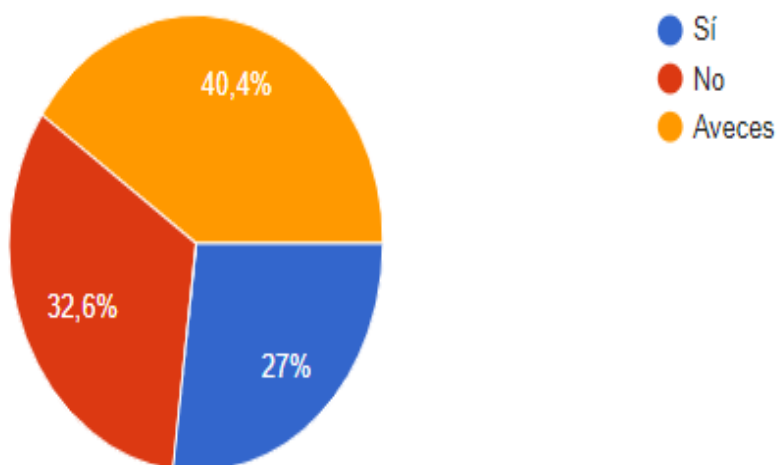


Gráfico 8 Elaboración propia

¿Que tipo de alimentos le empaca a su hijo en la lonchera?

89 respuestas

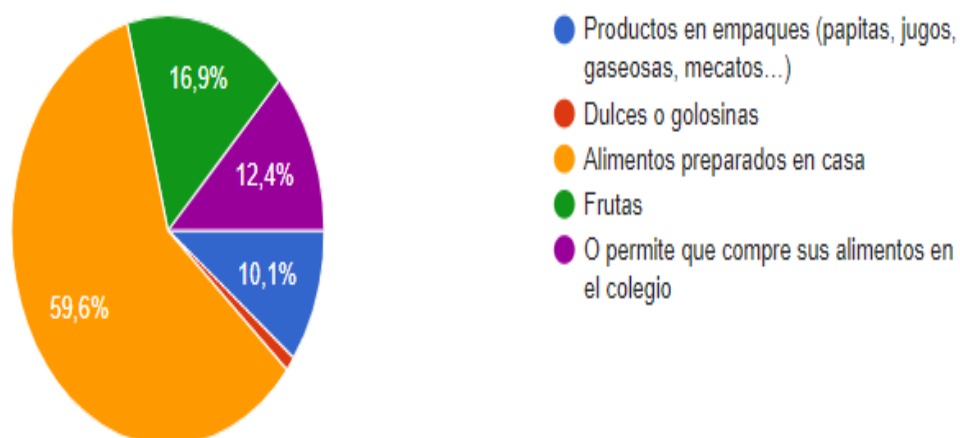


Gráfico 9 Elaboración propia

Cronograma

FECHA DE ENVÍO	FECHA DE FINALIZACIÓN	ACTIVIDAD	GRUPO DE INTERES
10 de febrero de 2021	24 de febrero de 2021	Formulación de preguntas para entrevistas y encuesta	
25 de febrero de 2021	22 de marzo de 2021	Encuesta	Madres y padres cabeza de familia
1 de marzo de 2021	19 de marzo de 2021	Entrevista	Psicóloga: Jackeline García
1 de marzo de 2021	20 de marzo de 2021	Entrevista	Médico general
5 de marzo de 2021	12 de marzo de 2021	Entrevista	Nutricionista
4 de marzo de 2021	20 de marzo de 2021	Entrevista	Menor de edad: Nicolás Rigol
4 de marzo de 2021	20 de marzo de 2021	Entrevista	Menor de edad: Daniel Vásquez
9 de marzo de 2021	21 de marzo de 2021	Entrevista	Menor de edad: Sarama Vásquez
20 de marzo de 2021	23 de marzo de 2021	Entrevista	Psicóloga: Valeria Vásquez
23 de marzo de 2021	31 de marzo de 2021	Analisis de datos	

Tabla 2 Cronograma. Elaboración propia

Conclusiones

Una de las grandes problemáticas sobre el tema del alto nivel de azúcar en los productos consumidos en mayor medida por niños, es el poco interés de los padres por leer e interpretar las tablas nutricionales de estos alimentos. En la encuesta se evidenció que el 33% de los encuestados contestaron que no leen las tablas nutricionales y el 39,8% contestó que a veces.

El alto consumo de azúcar, tiene muchos efectos a corto y largo plazo en la vida de los niños por esto es tan importante que los padres de familia, estén muy pendientes de la dieta diaria de sus hijos.

El 66,7% de los encuestados, contestó que sí le proporciona alimentos o productos con azúcares añadidos y aditivos a sus hijos. Un resultado preocupante pues se tiene conocimiento de todos los daños que esto trae a la salud, como el sobrepeso, caries dental, diabetes, entre otros.

El azúcar añadido, genera adicción en los niños, entre más se consumen el cuerpo necesita más y más, es importante que los padres de familia, les proporcionen alimentos saludables a sus hijos y les proporcionen mayor cantidad de frutas y verduras que son esenciales para el correcto crecimiento.

La constante ingesta de azúcar añadida en la dieta diaria de los niños, puede tener consecuencias a corto, mediano y largo plazo en la salud mental y física de los infantes.

Las estrategias publicitarias están en constante cambio y adaptándose a los nuevos medios y formas para persuadir a los consumidores, ya sea a el consumidor final que son los niños, como a los padres que son quienes en la mayoría de los casos tienen la decisión de compra y quienes permiten el impacto de dichos estímulos.

Recomendaciones

Una de las recomendaciones más importantes que se quiere dejar con esta investigación, es que los padres estén completamente informados a la hora de escoger los productos que le van a dar a sus hijos diariamente; que sea una compra responsable, mirando las tablas nutricionales y los ingredientes que finalmente es lo que les da una idea de la composición nutricional de los alimentos para saber que verdaderamente están consumiendo los menores y que implicaciones tiene a corto y largo plazo dicho consumo.

Otra de las recomendaciones es hablar con un profesional en nutrición e informarse de la alimentación adecuada que debe tener un niño según la edad en la que se encuentre y que ingredientes son básicos para su desarrollo y de esta manera tener un panorama más completo para poder tomar decisiones que no afecten la salud y el bienestar de los menores.

Sumamos a estas recomendaciones, la implementación de normas y legislaciones en los canales de comunicación que están a la vanguardia como lo son los canales digitales, donde se ve la necesidad de generar un constante monitoreo y acompañamiento a los infantes como consumidores.

También hace parte de las recomendaciones que los productores y marcas evalúen las consecuencias de sus productos y cómo impactan a los consumidores del mismo.

Comenzar con acciones publicitarias que promuevan prácticas más saludables, dirigidas a los profesores, padres y niños, con el fin de generar mejores hábitos y mejorar la salud.

Lista de referencia

Revista Semana. (2017, 17 agosto). *¿Niños colombianos consumen más azúcar de lo que deben?* www.semana.com. <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-consumo-de-azucar-en-colombia-es-elevado/488283/>

UNICEF. (2013). *Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe*.
<https://www.unicef.org>. https://www.unicef.org/lac/sites/unicef.org/lac/files/2018-05/20150612_UNICEF_LACRO_Estudio_promocion_alimentos_no_saludables_LAC_Resumen.pdf

República de Colombia Ministerio de la Protección Social, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Ministerio de la Protección Social, & De la Fuente de Lleras, C. (2010). *ENCUESTA NACIONAL DE LA SITUACIÓN NUTRICIONAL EN COLOMBIA 2010*.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/GCFI/Base%20de%20datos%20ENSIN%20-%20Protocolo%20Ensin%202010.pdf>

Vallejo, P., Sánchez, I., Arciniegas, J., & Escobar, F. (2019, junio). *Obesidad infantil: una amenaza silenciosa*.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PES/resumen-politica-obesidad-infantil-amenaza-silenciosa.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Directriz: Ingesta de azúcares para adultos y niños*.

https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/154587/WHO_NMH_NHD_15.2_spa.pdf;jsessionid=AB7D0D778287CEB3861F57ADFB57FB4E?sequence=2

Osorio, V. R., Sánchez, E. G., Ordóñez, M. A., & Vidal, C.G. (2014). Salud y medios de comunicación: un encuentro ineludible. *Revista Digital de Comunicación*, 3(1), 61-70.

Fetal, C. (2018). *La influencia de la publicidad televisiva en los niños*.

<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/82705/6/cfetalTFG0618memoria.pdf>

Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. (sin información del autor ni el año) *El impacto de la publicidad en los niños*.

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2189.pdf

González, Y. (2013). *LA PERSUASIÓN PUBLICITARIA. Efectos que provoca la publicidad en los niños : Estrategias de Marketing: Percepción o Realidad*. Instituto de Economía Digital. <http://blogs.icemd.com/blog-estrategias-de-marketing-percepcion-o-realidad-/la-persuasion-publicitaria-efectos-que-provoca-la-publicidad-en-los-ninos/>

Amerike. (2019, 1 agosto). *¿Qué es el diseño de empaque?* Amerike Instituto Universitario. <https://amerike.edu.mx/que-es-el-diseno-de-empaque/>

Rojas, C. (2018, noviembre). *Empaques para niños*. *Revista de Logística*. <https://revistadelogistica.com/empaque/empaques-para-ninos/>

Valencia, D. (2018). *Influencia del packaging en la toma de decisión de compra del consumidor de Lima: Caso Rosatel del Mall de Santa Anita*. Universidad Tecnológica De Perú.

http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1863/1/Denisse%20Valencia_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf

Colombia. Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 1841 de 2013 (mayo 28): Por la cual se adopta el Plan Decenal de Salud Pública 2012-2021. Bogotá, D.C.: Diario Oficial 48811; mayo 28 de 2013. [Cited 2014 Apr 21]. Available from: <http://goo.gl/y3hgTq>.

Colombia. Ministerio de la Protección Social. Resolución 333 de 2011 (febrero 10): Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano. Bogotá, D.C.: Diario Oficial 47984; febrero 15 de 2011.

Congreso Colombia. (2009). *La ley 1355 de 2009*.

https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm

Ministerio de industria, comercio y turismo. (2014). *DECRETO 975 DE 2014*.

https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto_0975_2014.htm

UCEP. (2013). *Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria*.

<https://www.ucepcol.com/codigo-autorregulacion>

Superintendencia de industria y comercio. (2011). *Estatuto del Consumidor / Superintendencia de Industria y Comercio*. Estatuto del consumidor.

<https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor>

Lusting RH, Schmidt LA, Brindis CD. Public health: The toxic truth about sugar. *Nature*. 2012;482(7383):27-9. <http://doi.org/fzd2z3>.

American Heart Association (AHA). Dallas: Added Sugars Add to Your Risk of Dying from Heart Disease. 2014 [Updated 2015 Oct 21; Cited 2014 Abril 13]. Available from: <http://goo.gl/NAkbZa>.

United States Department of Agriculture. Dietary Carbohydrates: Sugar and Starches. In: USDA. Dietary References Intake for Energy, Carbohydrate, Fiber, Fat, Fatty Acids, Cholesterol, Protein, and Amino Acids (Macronutrients); 2005. [Cited 2014 Mar 24]. Available from: <http://goo.gl/xTtgzj>

Cabezas, Hernández, & Vargas. (2015). *Azúcares adicionados a los alimentos: Efectos en la salud y regulación mundial. Revisión de la literatura*. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v64n2/v64n2a17.pdf>

United States Department of Agriculture (USDA). Dietary References Intake Energy - 6 Dietary Carbohydrates: Sugar and Starches. [En línea] 2005. http://www.nal.usda.gov/fnic/DRI/DRI_Energy/265-338.pdf.

USDA. What are added sugars? ChooseMyPlate.gov. [En línea] 2013. <http://www.choosemyplate.gov/weight-management-calories/calories/added-sugars.html>.

Harvard School of Public Health. Added Sugar in the Diet. [En línea] 2014. <http://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/carbohydrates/added-sugar-in-the-diet/>.

García-Almeida. JM, Casado Fdez, Gracia M, García J. Una visión global y actual de los edulcorantes. Aspectos de regulación. 2013. <http://www.redalyc.org/Articulo.oa?id=309227005003>. 1699-5198

Anexos

Anexo 1

Encuesta

1. ¿Cuántos años tiene usted?

- A. 20 a 25 años
- B. 26 a 30 años
- C. 31 a 40 años
- D. 41 años ó más

2. ¿Con qué sexo se identifica?

- A. Mujer
- B. Hombre
- C. Otro

3. ¿Cuántos hijos tiene?

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4 ó más

4. ¿Qué edad(es) tienen su(s) hijo(s)?

- A. 0 a 5 años
- B. 6 a 10 años
- C. 11 a 15 años
- D. 16 ó más

5. ¿Usted tiene conocimiento de lo que come(n) su(s) hijo(s)?

- A. Si
- B. No

6. ¿Cuál es el grupo alimenticio que predomina en la dieta de su(s) hijo(s)?

- A. Grupo 1: cereales, derivados y legumbres secas. ...
- B. Grupo 2: verduras y frutas. ...
- C. Grupo 3: lácteos: leche, yogur y queso.
- D. Grupo 4: carnes y huevos. ...
- E. Grupo 5: aceites y grasas, como manteca, margarina, crema de leche, frutas secas y semillas.
- F. Grupo 6: azúcares y dulces.

7. ¿Conoce usted sobre los productos con azúcar añadido (jugos, gaseosas, leches saborizadas, mecato, dulces...)?

- a. Si
- b. Un poco
- c. No

8. ¿Le proporciona usted a su(s) hijo(s) alimentos con azúcares añadidos y aditivos?

- A. Si
- B. No

9. ¿Se fija usted en las tablas nutricionales a la hora de comprar un alimento?

- A. Si
- B. No
- C. A veces

10. ¿Le importa a usted el contenido de azúcar y aditivos que tienen los productos o por el contrario le es indiferente?

- A. Mucho
- B. Algo
- C. Me es indiferente

11. ¿Qué tipo de alimentos le empaca a su hijo en la lonchera?

- A. Productos en empaques (papitas, jugos, gaseosas, mecatos...)
- B. Dulces o golosinas
- C. Alimentos preparados en casa
- D. Frutas
- E. O permite que compre sus alimentos en el colegio

Anexo 2

Entrevistas

Preguntas para los profesionales:

Médico general:

- **¿Qué son los azúcares añadidos?**

Los azúcares son un tipo de carbohidrato que se encuentra naturalmente en un alimento o que se le añade, entonces los azúcares añadidos son aquellos que no existen naturalmente en un alimento o bebida, pero que se añaden durante el procesamiento o la preparación. Los azúcares añadidos agregan calorías, pero aportan poco valor nutricional y esto es vital en la alimentación de un niño en proceso de crecimiento, ya que no se le está dando los nutrientes y vitaminas necesarias.

- **¿Cuál es la dieta más adecuada para los niños de 0 a 5 años?**

Los padres deben de darle a los niños alimentos de calidad, alimentos naturales que ayuden en la formación y el crecimiento de ellos, sin satanizarlos, ya que ningún alimento es malo, lo que lo hace es el exceso de este. Esta edad es fundamental para el desarrollo de un niño, ya que esta será la base de sus hábitos, sus gustos, su formación, entonces siempre se debe incluir los tres macronutrientes, proteínas, grasas y carbohidratos, procurando que la mayoría de estos provengan de forma natural. También es muy importante inculcarles el consumo de vegetales y frutas, que desde pequeños tengan gusto por ellos y sean conscientes que estos son muy importantes. Como lo dije anteriormente no se trata de satanizar ningún alimento, es darles comida de forma inteligente, y asegurarnos como padres que consuman comida de calidad.

- **¿Cómo afecta en el metabolismo la ingesta de azúcares añadidos a corto, mediano y largo plazo?**

El consumo elevado de azúcares se asocia con diversas patologías como sobrepeso, obesidad, alteraciones hepáticas, desórdenes del comportamiento, diabetes, hiperlipidemia, enfermedad cardiovascular, hígado graso, algunos tipos de cáncer y caries dental. Además, el consumo de azúcares puede contribuir al desarrollo de alteraciones psicológicas como la hiperactividad y las enfermedades mentales. Entonces el consumo de azúcar a lo largo del tiempo debe de ser moderado, ya que, en exceso, puede ser muy perjudicial para la salud de un niño, y la ingesta de esta debe de ser muy controlada ya que los niños no son conscientes de controlar los impulsos y la ingesta de azúcar.

- **¿Cree usted que el poco interés por interpretar las tablas nutricionales de los alimentos es el causante de los problemas por el alto consumo de azúcar?**

La verdad sí, es uno de los causantes del alto consumo de azúcar, ya que los padres en su afán de vida diaria, o gracias a la publicidad engañosa, o a la pereza de no saber fijarse bien en que les dan a sus hijos, caen en el error de darles un exceso de azúcar, que, a corto o largo plazo, trae grandes problemas e inconvenientes que pueden ser prevenibles.

Psicóloga:

- **Nombre:** Jacqueline García Gómez
- **Profesión:** psicóloga, egresada de la Universidad de Antioquia.
- **¿Cómo afecta el comportamiento los azúcares añadidos en los niños?**

El azúcar es un elemento natural que los seres humanos consumimos, pero en especial los niños requieren que este alimento sea manejado de manera adecuada durante los procesos de alimentación que proporcionan los padres.

Hasta los dos años, en la alimentación no se requiere ninguna adición de azúcar más que los alimentos naturales como la fruta, las verduras y carbohidratos, los cuales poseen los azúcares que necesita el cuerpo.

Química y neuronalmente en el cuerpo el azúcar lo que hace es estimular y esa estimulación se puede comparar con las adicciones a sustancias como la cocaína y la marihuana, donde la tolerancia cada vez se va volviendo más alta y tiene una mayor necesidad de consumo; esto hace que los niños generen la necesidad de estar consumiendo más y más papitas, jugos, leches saborizadas para poder que esa “adicción” sea saciada.

- **¿En qué sentido afecta el azúcar en el aprendizaje?**

Los niños cuando están en el proceso de aprendizaje y estos consumen alimentos procesados como los jugos o “mecatos” que los padres les empacan en las loncheras, lo que hacen es realizar una carga adicional de azúcar, pero ¿qué es el azúcar? este es un estimulante y lo que hace es activar la adrenalina en el sistema sanguíneo; haciendo que los niños cada vez están más hiperactivos y con un mayor nivel de energía y los procesos de concentración se dificulta y afectando directamente el aprendizaje de los niños.

Entrevistas menores de edad:

Preguntas:

- ¿Qué te gusta comer?
- ¿Te gusta el mecato? y ¿cuál es su favorito?
- ¿Te gustan los muñequitos que vienen en los empaques de los mecatos?
- ¿Prefieres un paquete de mecato con premios o solo la comida que trae adentro?

- ¿Compras los productos de mecatos que salen en los comerciales? o ¿te llaman la atención?
- ¿Cuáles son los productos que más ha visto en la televisión?
- ¿Qué es lo que más comen o comían de lonchera?

Respuestas:

Menor de edad 1: Nicolas Rigol

Características generales: 8 años, cursa el tercer grado y vive en la comuna de Robledo de la ciudad de Medellín.

1. Mi comida favorita es la pizza, la hamburguesa, las papitas de pollo de Margarita y los perros.
2. Si me gusta, y mi favorito es un dulce de cafe
3. Me gustan los que vienen con muñequitos fuertes
4. prefiero que vengan con premios los paquetes
5. Si, he visto muchos, más que todo en anuncios de youtube.
6. Se llama Benet, lo probé porque me salió en el anuncio y me gustó mucho; un día también me apareció una hamburguesa ranchera del Corral y le dije a mis papas que me la compraran.
7. Yo no llevaba lonchera porque daban refrigerio, pero compraba también salchipapas, perros y dulces, un día compre uno de canela; también compraba Maltas, Chocoramos y gomitas.
8. Los productos que compré para verlos en anuncios fueron las papitas, la hamburguesa del Corral y el Benet .

9. Mi mamá me compra Juguitos y leche chocolatada.

Menor de edad 2: Daniel Vazques Garcia

Características generales: 12 años, grado 6to, y vive en la comuna de Robledo de la ciudad de Medellín.

1. Mi comida favorita es el perro, la Coca cola y el helado
2. Si, me gusta mucho pero mi mamá no me deja comer todos los días.
3. Mi favorito es el helado, el Chocorrano y los dulces
4. Normal, me gustan los tazos y las cosas para armar.
5. Prefiero los paquetes con premios
6. He comido varias cosas porque las he visto en comerciales, sobre todo cuando veo los videos de Youtube me aparecen mucho, como la Malta, las papitas nuevas moradas de Margarita y así.
7. He visto de gomitas, de papitas, de cereales, muchos.
8. en la lonchera comida Bon yurt, papitas y Chocorano más que todo.

Menor de edad 3: Samara Vásquez

Características generales: 5 años, 1ro de primaria y vive en la comuna de Robledo de la ciudad de Medellín.

1. Mi comida favorita es el helado, el queso y el algodón de azúcar
2. Me gustan las gomitas, el Bon bon bum, el yogur, la gelatina y las palomitas.
3. Me gustan las princesas y los animales

4. Me gusta cuando me compran los huevitos con los muñequitos y las sorpresas dentro.
5. Cuando veo muñequitos, aparecen de dulces y cosas así, y le digo a mi mamá que me los compre
6. Lo que comía en la lonchera eran fruticas y dulcecitos.

Psicóloga

Nombre: Valeria Vásquez Perilla

Profesión: Psicóloga con experiencia en el área clínica - infantil

- ¿Cómo influyen los estímulos publicitarios en la mente de los niños?

Considero que los estímulos publicitarios tienen una gran influencia en la mente de los niños, debido a que se encuentran en una etapa del desarrollo donde están formando la percepción que tienen del mundo, esa percepción es creada a partir de imágenes mentales que reciben de la información proveniente de su exterior. Respondiendo a tu pregunta, estas imágenes mentales se construyen a partir de los discursos verbales, las imágenes, los gestos corporales, así como de los sonidos y la música de los anuncios publicitarios. Sin embargo, los niños ante el contacto con estos medios audiovisuales pueden esconder conceptos de violencia, discriminación y competitividad, debido a que, a su corta edad, no saben diferenciar qué estímulos son positivos y cuales negativos, y de manera inconsciente los van adaptando a su repertorio conductual.

- ¿Qué opinión tiene sobre el azúcar y el comportamiento de los niños que lo consumen?

Aunque no hay evidencia concreta de que el consumo de azúcar afecte directamente el comportamiento de los niños, y mucho menos a corto plazo. Es claro que el exceso de consumo, si tiene muchas repercusiones negativas a largo plazo y se está convirtiendo en un problema cada vez mayor en la población infantil.

El consumo excesivo impacta en los niveles de azúcar en la sangre, esto envía información al cerebro y altera la liberación de adrenalina. Es entonces cuando el azúcar afecta fisiológicamente al cerebro y esto influye en el comportamiento del niño, pues promueve conductas de impulsividad y perjudica directamente su capacidad de aprendizaje, concentración y comportamiento tranquilo.

- ¿Qué afectaciones psicológicas puede tener el consumo a temprana edad?

Aquí es importante mencionar que, aunque los trastornos mentales son alteraciones multifactoriales, es decir, donde se involucran aspectos psicosociales, socioeconómicos, genéticos, entre otros. El consumo de azúcar es un factor que contribuye notoriamente a este tipo de alteraciones, y más si se da a temprana edad. Los motivos por los cuales este consumo afecta psicológicamente a los niños, son varios:

El consumo de azúcar puede generar patologías como sobrepeso y obesidad, hipertensión, diabetes, entre otras, pero también ha sido caracterizado como un alimento que genera trastornos cognitivos, ya que altera las estructuras cerebrales que tienen que ver con la memoria y el aprendizaje. Por lo tanto, si hablamos de coeficiente intelectual, un niño que consume azúcar diariamente, no va a rendir igual que un niño que no lo hace.

Promover el alto consumo de azúcar a temprana edad, es un indicador de una dieta de mala calidad y en su defecto una deficiencia de nutrientes. Esto se asocia con alteraciones de la salud

mental ya que la deficiencia de zinc, ácido fólico y magnesio se asocian con la DEPRESIÓN, y la deficiencia de omega 3 se relaciona con la ANSIEDAD.

Una pobre calidad nutricional en la dieta (alto consumo de azúcar), podrían estar directamente asociadas con una mayor presencia de síntomas de déficit de atención e hiperactividad. Este síndrome se caracteriza por la incapacidad para centrar la atención, el comportamiento impulsivo y la hiperactividad y es el desorden de salud mental más común en los infantes hoy en día.

- ¿Cómo afecta el comportamiento los azúcares añadidos en los niños?

Como lo expliqué en la pregunta número 2. Fisiológicamente, el azúcar causa una fluctuación de hormonas en la sangre y cuando pasan unas horas después de comer, los niveles de azúcar en la sangre bajan y es ahí cuando la adrenalina actúa, impulsando la necesidad de comer nuevamente. Los niños son muy susceptibles a los cambios en el comportamiento vinculados a la hormona, así que el comportamiento podría verse afectado en gran medida si promovemos el consumo de azúcares añadidos, pues tendrán momentos de impulsividad y se reducirá su concentración.

Si a los niños se les incluye en la dieta comida baja en azúcares se podrá reducir la intensidad de estos cambios en los niveles de azúcar en sangre.

- ¿Cuál puede ser el motivo por el cual los padres dan productos con alto contenido de azúcar a sus hijos?

Existen diversos motivos por los cuales los padres dan productos con alto contenido de azúcar a los niños, el más importante, en mi opinión, es el escaso conocimiento y la falta de

conciencia crítica que tienen los adultos responsables, sobre el daño que puede ocasionar este consumo, así como la falta de costumbre de leer e interpretar las tablas de contenido de los productos. Por lo general, asociamos el azúcar al que se toma a cucharadas, pero no nos damos cuenta de que existe otro azúcar peligroso que está escondido y disimulado. El afán al que nos enfrentamos día a día hace que no nos fijemos en la cantidad de azúcar añadido que estamos sumando a la dieta de los niños y pone en riesgo su salud.

- ¿En qué sentido afecta el azúcar en el aprendizaje?

Lo que comemos afecta directamente nuestra capacidad para pensar. Es algo que normalmente escuchamos y quiero darle importancia en esta respuesta. El exceso de azúcar en la dieta de un niño, va a impedir que llegue la suficiente energía al cerebro para procesar el pensamiento, por lo tanto, provoca que el cerebro trabaje más lento y afecte el aprendizaje y la memoria. Esto hace que sea complicado aprender nuevas cosas, siendo este un factor importante en el desarrollo del infante.

Nutricionista

Nombre: Carolina Sánchez Vanegas

Profesión: nutricionista dietistas de la universidad de Antioquia, en la actualidad con 9 años de experiencia en diferentes áreas; salud pública, Nutrición clínica, y en su mayoría en programas de promoción y prevención.

- ¿Cómo afecta el metabolismo los azúcares?

El consumo elevado de azúcares se asocia con diversas patologías como sobrepeso, obesidad, alteraciones hepáticas, desórdenes del comportamiento, diabetes, hiperlipidemia, enfermedad cardiovascular, hígado graso. alteraciones psicológicas como la hiperactividad, el síndrome premenstrual e incluso enfermedades mentales (5), debido a los efectos que se han identificado sobre el estado de ánimo y el comportamiento; al respecto, algunas teorías relacionan reacciones alérgicas a los azúcares refinados, respuestas hipoglucémicas, aumento en la relación triptófano y aminoácidos de cadena ramificada. Conllevan por su aporte calórico al aumento de la obesidad con mayor riesgo de tener diabetes por insulinoresistencia asociada, el exceso además se convierte en triglicéridos que pueden conllevar a enfermedades cardiovasculares y a tener hígado graso.

- ¿Cuál es la alimentación recomendada para los niños entre las edades de 7 a 12?

Alimentación de 7-12 años: promover el consumo de alimentos saludables, naturales y de la región, que incluya frutas 2, verduras 2, carnes y huevos 2, lácteos 3, leguminosas 3 semanales, cereales y harinas de 5- 6 porciones, grasas de origen vegetal y de pescado entre 4-5.

- ¿Cuál es la cantidad recomendada de ingesta de azúcar diaria para niños de 7 a 12?

Cantidad de azúcar para niños de 7-12: la cantidad de carbohidratos de la dieta que proporciona una salud óptima es desconocida. Las únicas células dependientes de glucosa como combustible oxidable son las del sistema nervioso central —el cerebro— y aquellas que dependen de la glucólisis anaerobia —glóbulos rojos, blancos y médula renal—. La cantidad mínima de

glucosa que necesita el cerebro de un adulto está entre 110g/d y 140g/d (4), y esta cantidad puede ser cubierta con el consumo de carbohidratos complejos tipo almidón. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomendaron en el 2002 que el consumo de azúcares adicionados sea menos de 10% del valor calórico total; sin embargo, las nuevas recomendaciones para 2014 indican que el valor calórico total puede ser de 5% (24). La Food and Nutrition Board/Institute of Medicine (FNB/IOM) recomienda que estos azúcares sean menos de 25% y las Recomendaciones de Ingesta Diaria (DRI) definen un consumo máximo (UL por su sigla en inglés Upper Level) no mayor de 25% equivalente a 125g o 25 cucharaditas de azúcar al día (25).

La Asociación Americana del Corazón (AHA por sus siglas en inglés) recomienda: 1) no más de seis cucharaditas o 100 calorías de azúcar para las mujeres, 2) no más de nueve cucharaditas o 150 calorías de azúcar para los hombres y 3) limitar el consumo de bebidas azucaradas a 36 onzas o 450 calorías por semana (3).

En Canadá se fijó un consumo máximo de azúcares adicionados de 25% o menos de la energía para los adultos y los niños.

- ¿Qué recomendaciones le da a los padres para la alimentación de los niños?

Lograr que la alimentación brindada sea casera, natural, alimentos que vengan directamente del árbol, la tierra y los animales evitando los alimentos ultra procesados. Promover la actividad libre, el juego y recreación, incluyendo un deporte en el que el niño aumente su gasto energético. Incentivar en el niño el consumo de agua en lugar de jugos y refrescos. Aumentar la compra en el hogar de alimentos como frutas y verduras para que el niño en lugar de encontrar en su nevera

gaseosas y mecatos, encuentre la disponibilidad de frutas y esto no solo favorecerá al niño sino al adulto, dentro del consumo adecuado de 2-3 porciones de frutas frescas al día. Empacar loncheras nutritivas y naturales preparadas en casa. Realizar recetas que incluya al niño en la preparación de ensaladas, carnes, lácteos, huevos y snacks saludables.

- ¿Qué es el azúcar y qué tipos de azúcar existen?

Los azúcares adicionados se definen como los azúcares y jarabes que se agregan a los alimentos durante su procesamiento o preparación. Los azúcares aportan 4kcal/g y se encuentran disponibles en productos como bebidas azucaradas, golosinas, cereales para desayuno, bizcochos, dulces, entre otros. Los carbohidratos son polihidroxialdehidos y polihidroxiacetonas compuestos de carbono, hidrogeno y oxígeno. Se clasifican en tres grandes grupos: azúcares o carbohidratos simples, oligosacáridos y carbohidratos complejos o polisacáridos (8,9).

Azúcares o carbohidratos simples

En esta clasificación se encuentran los monosacáridos, disacáridos y alcoholes azucarados; estos compuestos confieren el sabor dulce a los alimentos y en la industria de alimentos se adicionan para mejorar el sabor, la textura y la conservación.

Monosacáridos

Son constituidos por una sola molécula de azúcar que pasa libremente por la pared del tracto gastrointestinal y no necesitan ser modificados por enzimas digestivas. A este grupo pertenecen las hexosas glucosa, fructosa, ribosa y galactosa (8,10).

Disacáridos

Están compuestos por dos moléculas de azúcares; en los alimentos se encuentran en forma de maltosa, lactosa y sacarosa (9,10).

Alcoholes azucarados

Se consideran dos categorías para estos compuestos: los polioles monosacáridos —manitol, xilitol y sorbitol— y los polioles disacáridos —isomaltosa, lactitol y maltitol—. El sorbitol se encuentra en algunos alimentos en forma natural y el manitol en frutas y alimentos procesados. para el procesamiento de alimentos se debe reconocer el grupo llamado azúcares libres o adicionados; estos se definen como los azúcares y jarabes que se agregan a los alimentos durante su procesamiento o preparación. Este tipo de azúcares son el azúcar blanco, azúcar moreno, azúcar en bruto, jarabe de maíz, sólidos de jarabe de maíz, jarabe de maíz de alta fructosa, jarabe de malta, jarabe de arce, jarabe de panqueque, edulcorante de fructosa, fructosa líquida, miel, melaza, dextrosa anhidra y dextrosa cristalina, glucosa, dextrosa, maltosa, polidextrosa

- ¿Qué consecuencias pueden desencadenar el consumo de azúcar en los niños?

El cerebro de los niños obesos que consumen azúcar en exceso cada día puede presentar alteraciones perjudiciales en las zonas que tiene que ver con el comportamiento: percepción, motivación, emociones y la recompensa. Esto se debe a que el consumo de azúcar incrementa los niveles de dopamina igual que hacen la nicotina y cocaína. Funciona igual que la droga en este sentido.

Según los resultados de estudios realizados con niños obesos con una dieta sin azúcar añadido durante nueve días, todos ellos mejoraron todos los marcadores de glucosa, insulina, colesterol en la sangre y la tensión arterial.

Beber una lata de gaseosa, zumo azucarado o refresco al día incrementa en un 50 por ciento la posibilidad de tener prediabetes. Tomar una lata menos de gaseosa al día puede contribuir a la disminución en un 25 por ciento de la posibilidad de desarrollar diabetes tipo 2.

El azúcar es el enemigo número uno de los dientes, puesto que en la boca se transforma en ácidos, los cuales pueden atacar el diente, dañando la placa y produciendo caries. La caries, a su vez, puede conllevar la pérdida del esmalte y la caída del diente.

Si al consumo de dulces unimos la vida sedentaria, propia de la vida en las ciudades y el uso del ordenador como elemento de ocio y estudio, se incrementa desde edades tempranas el riesgo cardiovascular.

En niños muy pequeños el consumo excesivo de azúcar produce intranquilidad, nerviosismo, falta de concentración y pérdida de sueño y de apetito. La ingesta abusiva de azúcar conlleva la pérdida de calcio y vitaminas del grupo B. La frecuencia de fracturas óseas se ha estudiado en el Instituto Patológico de la Academia de Medicina de Osaka, en Japón, en una población de conejos que consumen mucho azúcar. La obesidad infantil condiciona las relaciones sociales del niño, apartándose del grupo y provocando problemas de integración y a veces de acoso.

Publicista:

Nombre: Andrés Montoya

Profesión: Publicista y Docente Universitario.

- ¿Qué elementos utiliza la publicidad para llamar la atención de los niños con respecto a productos del mercado con azúcares añadidos?

Siempre ha sido básicamente el mismo recurso, pues esto desde los años 60s y 70s inicia más que todo en Estados Unidos con el uso de colores llamativos, pero sobre todo el uso de mascotas, la humanización de los animales de alguna forma, eso comienza a generar un llamado de atención para los niños y de alguna manera si analizamos un pack de cereal, de alguna forma este incide en el público infantil como en los padres, y ¿de qué forma? Pues el niño se ve afectado por la mascota, ya sea un tigre, un elefante, un tucán, este siendo el personaje amigable y cercano; y ya a los padres les llegamos de otra forma, y es hablándoles de proteínas, vitaminas y minerales que obviamente siempre en estas situaciones se menciona lo bueno y no lo malo, como por ejemplo es la cantidad de sodio, azúcares refinados y una cantidad de cosas que son finalmente lo que terminan por afectar. De otro modo podemos hablar también de los colores llamativos, amarillos, azules, verdes, este tipo de colores también activan de alguna manera a los niños al consumo, inclusive no solo pasa esto con los cereales sino también con otro tipo de categorías, como lo son las gomitas, con sus figuras llamativas y colores intensos, siendo esto factores claves para activar al público infantil. Todo esto de alguna manera son recursos muy usados dentro de la industria publicitaria para acercarse a los niños y de igual forma a los padres.

- ¿Cómo influyen dichos elementos en los hábitos de consumo de productos con azúcares añadidos niños y padres?

Obviamente esos elementos influyen, con respecto a la cercanía que les mencionaba anteriormente. Y de alguna manera esto ha venido cambiando con el tiempo, si nos ponemos a mirar la marca de cereales con el elefante, este hace algunos años era un elefante bonachón, formal, divertido, gordito, pero la psiquis de los consumidores ha venido cambiado, nosotros ahora de alguna forma nos preocupamos aún más por la salud física y mental, pero sobre todo el deporte ha comenzado a tener una mayor relevancia socialmente, entonces obviamente los productos también se transforman, entonces ya vemos un elefante con músculos, después esto se transforma y se vuelve a la misma dinámica del elefante mucho más formal, mucho más delgado, ya no haciendo tanta énfasis en los músculos, porque finalmente se está brindando un mensaje que no es y es que el cereal no te brinda músculos y esto ha sucedido con muchas otras mascotas, y esto aplica para todas las categorías, entonces son muchísimos los recursos publicitarios y gráficos que se usan para que los productos se vuelvan amigables de alguna forma.

En ese caso diría uno como padre, yo por ejemplo como papá de Guadalupe pues nunca le voy a dar un cereal de desayuno nunca, porque yo sé y soy consciente de lo que tiene y obviamente lo que no tiene pues mientras le sirvo el cereal le hago un huevo revuelto y le doy un pancake de proteína por ejemplo y no me demoro nada le doy un pancake de banano y no me demoro nada, entonces es eso es más de convencerse uno como consumidor de que tiene que tener un consumo responsable y ahí es donde hablamos de los prosumer, un prosumidor es el que tiene un consumo responsable respecto a las marcas cierto y que propone respecto a las marcas entonces hay que tener eso supremamente claro, pues porque obviamente la industria alimenticia se aprovecha de eso, se aprovecha de llamar la atención con ciertos elementos y que obviamente pues el público por decirlo coloquialmente le copia pues porque lo ve muy bonito, en el empaque muy bonito dice cosas muy lindas y finalmente es que están enredando pues como con todos esos elementos.

- ¿Cree usted que la regularización publicitaria frente a las marcas en Colombia, es lo suficientemente fuerte para controlar e informar sobre el consumo de azúcares añadidos?

Obviamente no, hay que tener claridad en que nosotros acá estamos dando pasos de bebé comparado con el mercado americano. por ejemplo donde las legislaciones un poco más dura más fuerte y pues específicamente por ejemplo con el mercado mexicano, el mercado mexicano también ha ido dando pasos muy grandes respecto de informar a los consumidores de lo que se está comiendo, lo que pasa es que acá se ha buscado hacer muchas veces lo han tumbado y es porque finalmente termina por afectar a los productos, lo que yo les hablaba ahora respecto a la industria tabacalera eso fue un descalabro y para la industria tabacalera fue cuando empezó el declive y es que cuando yo trabajaba por ejemplo para Marlboro, se empezaron a aplicar no solamente en Colombia sino a nivel mundial las leyendas de salud, entonces de alguna manera ahí ya se le estaba explicando al consumidor que era lo que finalmente estaba fumando o cuáles eran las consecuencias de fumar o consumir el producto, entonces la gente decía es que eso no afecta, pues si yo veo un cigarrillo y alguien con cáncer unos pulmones llenos de cáncer, pues a mí eso no me afecta, pero pues de alguna manera sí terminó por afectar, terminó por afectar las ventas tener más regulaciones, el hecho de no poder patrocinar por ejemplo deportes, eso también afectó inmensamente la industria tabacalera entonces pienso que también eso de alguna forma pues porque estamos hablando de un industria billonaria. La industria alimenticia y de los azúcares y este tipo de productos pues obviamente son los que más se mueven pues sí muy lejos estamos hablando de las gaseosas y las gaseosas en Colombia mueven buena porción del mercado, incluso una porción publicitaria muy grande entonces eso tiene cierta influencia en las decisiones que se toman respecto a las a las leyendas de salud pero no La regulación de sientto supremamente pobre

respecto a este tipo de productos y ya de alguna manera es como de cada persona tomar la decisión de qué productos consume y qué productos brinda su familia, obviamente esto va a cambiar con el tiempo y ahora pues se están pidiendo ya comerciales y están tratando como de que calé socialmente pero es muy complejo y apenas digo yo estamos dando pasos de bebé con ese tipo de regulaciones en Colombia.

- ¿Cuál cree usted que es el medio más persuasivo que utilizan las marcas de productos azucarados para cautivar a padres y niños? ¿y por qué?

Para la cuarta pregunta, el medio Yo pienso que todos los medios son persuasivos pero pues un medio muy por encima de todo es la televisión, pienso yo que la televisión en este tipo de producto es supremamente persuasiva precisamente porque los niños están expuestos a la televisión, obviamente también ya ahora con la exposición que tienen los menores como a ciertas plataformas y a ciertas redes también por ahí se mete un poco como el tema de los productos pero también de alguna forma digo yo que los canales internacionales se han puesto un poco la mano en el corazón respecto a la promoción de este tipo de productos, ya no es como era antes, antes veíamos en un en un corte, una parrilla comercial, veíamos 5 comercial de productos azucarados y dos comerciales de otro tipo de productos ya pienso que han mermado un poco, pero pues diría yo que uno de los medios que siempre a través de la historia influenciado muchísimo más este tipo de mensajes ha sido la televisión, pues eso sin lugar a dudas.

El final de la pregunta es porqué, porque este medio, pues porque reúne todo: reúne un audio pegajoso, un jingle pegajoso, una melodía, un icono sonoro, el branding sonoro empieza a jugar allí también un papel importantísimo. Hablamos también entonces de la imagen, la exposición a la imagen, los tiempos de la imagen, las animaciones, ese tipo de cosas también

influyen muchísimo, entonces reunir esos dos elementos que son tan importantes, de alguna manera terminan por afectar al consumidor, en este caso al público infantil y también a los padres que son los que hacen la compra final del producto.

- ¿Cree usted que al regular y controlar más las marcas que ofrecen productos azucarados, disminuiría el consumo de dichos productos, o por el contrario aumentaría? ¿y por qué?

Si se empiezan a generar muchas regulaciones, como te digo yo lo comparo con la industria tabacalera, pienso yo que el consumo va a bajar, pienso yo que las marcas se tienen que volver muchísimo más responsables en el tipo de productos que generen Marcas y tiene que volver muchísimo más responsables en el tipo de productos que generamos. Hablar por ejemplo de McDonald's donde la legislación los obliga a que tienen que ofrecer un menú saludable pero el menú saludable McDonald's es una barra de granola y una manzana, obviamente uno siempre va a preferir una fruta por encima de otras cosas aunque pues dependiendo del día de la hora del día la que se consuma la fruta pues es más beneficiosa, pero pues obviamente esos son pasitos que se han dado; pero claro si se genera una regulación, esa regulación va a terminar por afectar de alguna forma también al consumo de ese tipo de productos. Si en el front de un pack, en el etiquetado, me ponen cuánto de azúcar por ejemplo: a mí me dicen 13 G de azúcar pues la gente de 13 sobre 100 bueno no es tanto si me entiendes pienso yo que también la gráfica es importante, o sea si a mí me muestran que el paquetico que me esté consumiendo es el equivalente a consumirme 10 cubos de azúcar entonces ahí de alguna forma mentalmente tiene efecto; pero ahí es donde se puede empezar a modificar desde la gráfica también se puede empezar a modificar como esos modelos de consumo y seduzca los padres obviamente de alguna manera también se lleva a los niños al público infantil.

Ese modelo de educación; Yo siempre he dicho y lo sostengo incluso la próxima semana tengo una conferencia de hecho dos conferencias ahorita te envié la invitación del poder de la publicidad social dentro del modelo de la publicidad social deseo volver la publicidad muchísimo más humana, humanizar el mensaje publicitario en un mensaje positivo ahí es donde también entra la responsabilidad social y es yo como marca qué responsabilidad social tengo frente a los productos que yo estoy vendiendo obviamente es un negocio.

Anexo 3

Cartas de consentimiento



CONSENTIMIENTO INFORMADO - ENTREVISTA

Día Mes Año

Yo, Jacqueline García identificado con el documento No. 42.846.247 de Env. por voluntad propia doy mi consentimiento como padre o acudiente para la participación del menor de edad Daniel Vargas en la entrevista para el proceso de investigación que están llevando a cabo los estudiantes Isabella Zapata, Valentina Vahos y Paula Mosquera ejecutado para su proyecto de grado de la Universidad Católica Luis Amigó.

Manifiesto que recibí una explicación clara y completa del objeto del proceso de entrevista y el propósito de su realización. También recibí información sobre la filmación y/o grabación y la forma en que se utilizarán los resultados.

Hago constar que he leído y entendido en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.

Jacqueline García
Firma del Acudiente
c.c. 42.846.247



CONSENTIMIENTO INFORMADO - ENTREVISTA

Día Mes Año

Yo, Josuelma García Gómez identificado con el documento No. 42.826.645 de ENV por voluntad propia doy mi consentimiento como padre o acudiente para la participación del menor de edad Samara Vengra Govea la entrevista para el proceso de investigación que están llevando a cabo los estudiantes Isabella Zapata, Valentina Vahos y Paula Mosquera ejecutado para su proyecto de grado de la Universidad Católica Luis Amigó.

Manifiesto que recibí una explicación clara y completa del objeto del proceso de entrevista y el propósito de su realización. También recibí información sobre la filmación y/o grabación y la forma en que se utilizarán los resultados.

Hago constar que he leído y entendido en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.

Josuelma García Gómez

Firma del Acudiente

c.c. 42.826.645 ENV



CONSENTIMIENTO INFORMADO - ENTREVISTA

Día Mes Año

Yo, Claudia Yaneth AGUDELO MUÑOZ identificado con el documento No. 32183603 de Medellin por voluntad propia doy mi consentimiento como padre o acudiente para la participación del menor de edad NICOLÁS RIGOL AGUDELO en la entrevista para el proceso de investigación que están llevando a cabo los estudiantes Isabella Zapata, Valentina Vahos y Paula Mosquera ejecutado para su proyecto de grado de la Universidad Católica Luis Amigó.

Manifiesto que recibí una explicación clara y completa del objeto del proceso de entrevista y el propósito de su realización. También recibí información sobre la filmación y/o grabación y la forma en que se utilizarán los resultados.

Hago constar que he leído y entendido en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.


Firma del Acudiente
c.c. 32183603