



**UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO**

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



**Diplomado en Competencias Docentes  
Campaña:**



**Actividad: “Una Fruta para Todos y Todos para Una”**

Integrantes Equipo 3

María del Carmen Ancona Alcocer  
Minerva Camacho Javier  
Olga Yeri González López  
Tomas Francisco Morales Cárdenas  
Carlos de Jesús Hernández Castellanos  
Miguel Ángel Ramírez Martínez  
Rosa Nelly Rivera Cruz  
Olga Beatriz Sánchez Rosado



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Una Fruta para todos y todos para una

El propósito de esta campaña es promover un cambio de conducta para optar por bebidas naturales vs gaseosas en la DACEA-UJAT, buscando generar, mayor consciencia sobre la importancia de tener una mejor salud con menos gasto.

Si emprendemos esto se considera que el sólo hecho de concentrarnos en uno de los alimentos necesarios, como son los líquidos, para la vida humana, tendrá un impacto de manera inmediata y a largo plazo al influir con mayor consciencia para lograr: (1) una vida más longeva; (2) menos idas a los hospitales por enfermedades virales, ‘crónicas’ o de otro tipo, (3) disminución de la ‘obesidad y desnutrición’ y, como plus, (4) disminución de gastos y mayor capacidad de inversión en la salud (Rodríguez, Ávalos y López, 2014).



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Planeación

#### Objetivo:

Diseñar una campaña que promueva un cambio de conducta para optar por bebidas naturales vs gaseosas en la DACEA-UJAT.

#### Tiempo de realización:

Del 17 al 22 de octubre 2017

#### Fase de Preparación

Para trabajar el proyecto se propone a los profesores y alumnos, formar equipos y llevar a cabo la planeación nombrando responsables de acciones y fijación de los tiempos para realizar las actividades.

#### Identificar los áreas de aprendizaje

Administración de Mercadotecnia, Comercialización de productos y servicios, Administración pública, Mercadotecnia, Mercadotecnia ecológica, Contabilidad de las organizaciones, Protocolo de tesis.

#### lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.

Trabajo en equipo para la creación de una bebida original y su presentación fundamentada, llamada:

#### “Una Fruta para todos y todos para una”

En equipo de no más de 5 integrantes, se considera llevar a cabo las actividades siguientes:

1. Se selecciona una fruta por equipo, sin repetir ningún equipo la misma.
2. Se hace una investigación documental completa sobre la fruta: composición de la misma, en qué país(es) se encuentra, nivel de producción, utilización o uso de esta en variedad de alimentos, aportes nutricionales, etc.
3. Hacer un cartel o infografía con la información obtenida.
4. Se experimenta y se presenta una bebida original con la fruta seleccionada y su respectiva receta.

hábitos.mx

## JUGO DE VERDURAS PARA...

**AL EXTRACTOR DE JUGOS EN AYUNAS**

**PERDER GRASA**

- 3 tallos de apio
- 1/2 pepino
- 3 hojas de espinaca
- 8 ramas de perejil
- 1/2 limón

**REDUCIR APETITO**

- 1 taza de ejote
- 1 pepino
- 4 tallos de apio
- 1 taza de piña
- 1 limón

**ABDOMEN PLANO**

- 1 puño de espinaca
- 1 pepino
- 5 tallos de apio
- 1 puño de acelga
- 2 limones

hábitos.mx

# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GAsTa MENOS”

**Asignación de tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.**

***Integrante 1:*** Investigar los elementos que implica una campaña de mercadotecnia social.

***Integrante 2:*** Organización de las actividades para el diseño y aplicación de la campaña.

***Integrante 3:*** Investigar acerca de las campañas que se han realizado en el estado de Tabasco.

***Integrante 4:*** Contemplar los costos para la realización del proyecto y posibles fuentes de financiamiento.

***Integrante 5:*** Fundamentación para la campaña de “DisFRUTA MÁS y GAsTa MENOS”.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

“DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

## Análisis

¿Qué se hace en nuestras universidades en México para cambiar los hábitos de consumo de refrescos azucarados embotellados por refrescos preparados con frutas naturales? ¿Cuánto se ha incrementado la obesidad y la diabetes de los estudiantes, maestros, administrativos y personal de intendencia de las universidades? ¿Qué efectos tiene la obesidad y la diabetes en el desarrollo de las actividades académicas, administrativas y de intendencia? ¿Cuál es el costo para la universidad tener personal administrativo, académico y de intendencia con dichos problemas?

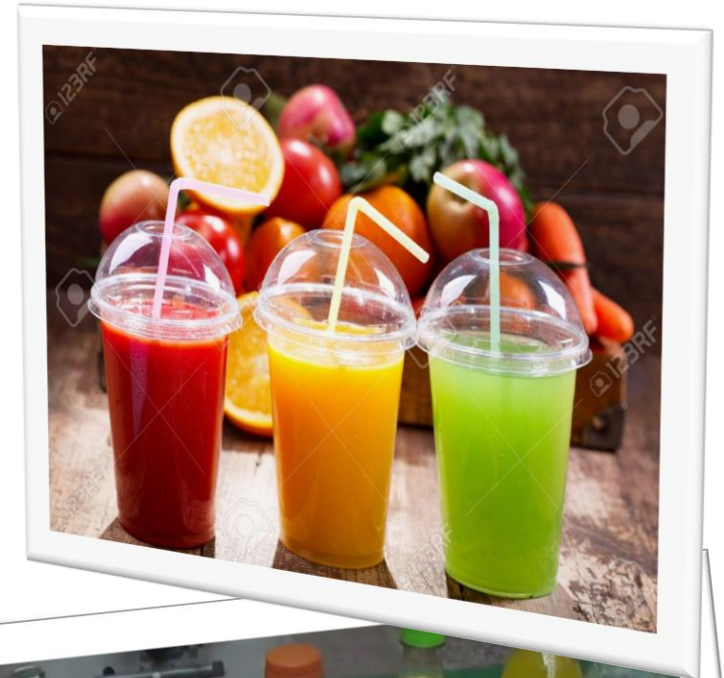


# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

“DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

## Análisis

México ocupa uno de los primeros lugares a nivel mundial en obesidad en el adulto, obesidad infantil y en el consumo de bebidas azucaradas, principalmente refresco. La Encuesta de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2012) indica que la principal fuente de azúcares añadidos en nuestra dieta son las bebidas azucaradas, ya que el 69% de la cantidad total proviene de estas bebidas. De hecho, de acuerdo con la misma encuesta, entre el 58% y 85% de la población mexicana consume más azúcar añadida de lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2015), siendo las bebidas azucaradas la principal fuente. El exceso calórico que generalmente provocan estas bebidas se traduce en ganancia de peso en poco tiempo. En niños, por ejemplo, el consumo de estas bebidas aumenta directamente su riesgo de tener obesidad en un 60%.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

## Diseño del plan de acción

**INSTITUCIÓN:** Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

**AÑO:** 2017

**PROYECTO:** “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”:

*Una Fruta para todos y todos para una.*

**OBJETIVO GENERAL:** Asignar las actividades para llevar a cabo la campaña de mercadotecnia social con los estudiantes de licenciatura de la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

“DisFRUTA MÁS y GAsTa MENOS”

## Diseño del plan de acción

Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Duración	Responsables	Estatus	Observaciones
1. Elaboración y entrega del proyecto: “Disfruta más, gasta menos”, en la Dirección de la DACEA-UJAT.	7/02/2018	10/02/2018	3 días	Equipo 1 y 4	0	Es un proyecto para 2018
2. Realizar mesas de trabajo con los jóvenes universitarios que participaran para integrar equipos y profesores líderes de equipo.	13/02/2018	14/02/2018	2 días	Equipo 2	0	Es un proyecto para 2018
3 Gestión de apoyo interdisciplinario (DACs) área de nutrición.	16/02/2017	17/02/2018	2 días	Equipo 1 y 3	0	Es un proyecto para 2018
4. Elaboración de slogan para la campaña de cambio de conducta alimenticia.	20/02/2018	24/02/2018	5 días	Equipo 3	0	Es un proyecto para 2018
5. Compra de materiales y degustación de combinación de jugos naturales.	27/02/2018	03/03/2018	5 días	Equipo 4	0	Es un proyecto para 2018
6. Diseño e impresión de lonas, tabloides y trípticos con información nutricional.	05/03/2018	09/03/2018	5 días	Equipo 2	0	Es un proyecto para 2018
7. Diseño e impresión de playeras para los equipos que participan en la campaña.	12/03/2018	16/03/2018	5 días	Equipo 1 y 4	0	Es un proyecto para 2018
8. Gestión de permisos, equipo de sonido y toldo para la difusión y degustación.	20/03/2018	23/03/2018	4 días	Equipo 1	0	Es un proyecto para 2018
9. Presentación de la campaña y difusión de la información, degustación y documentales.	26/03/2018	31/05/2018	2 meses	Todos los equipos	0	Es un proyecto para 2018



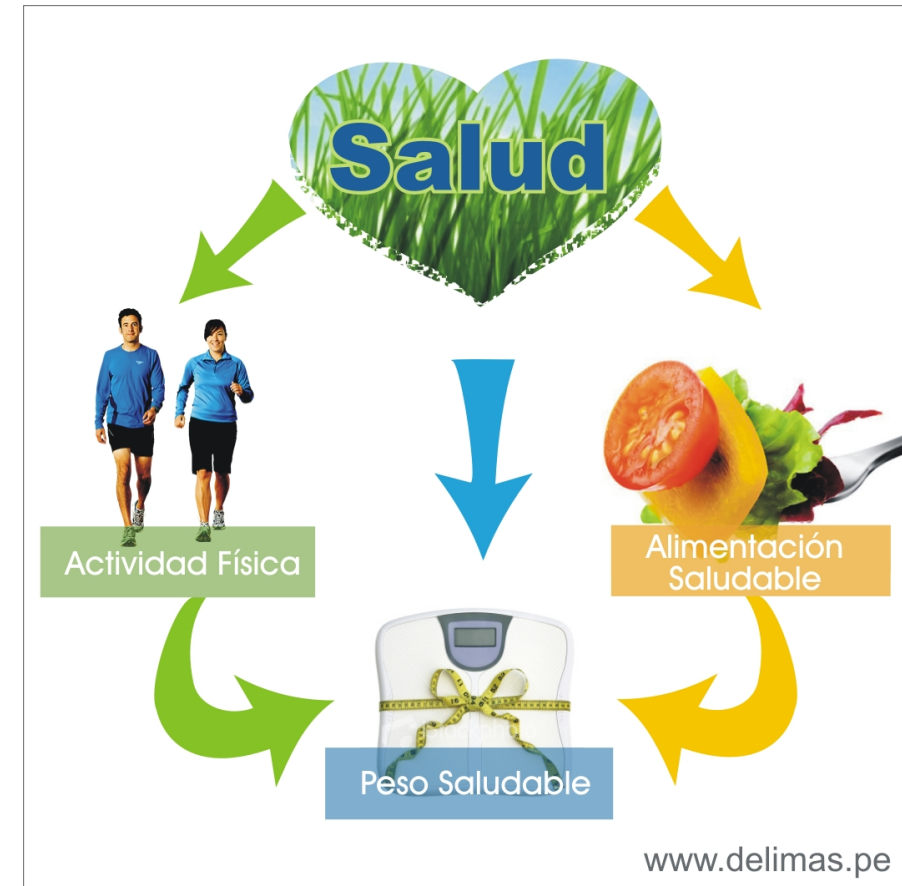
# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Construcción

En las primeras dos décadas del siglo XXI el consumo de refrescos embotellados es causante de dos grandes problemas a nivel mundial: Diabetes y obesidad, lo que provoca graves y costosos problemas de salud pública.

El incremento del consumo de bebidas azucaradas (refrescos embotellados) en las universidades de México es una variable que incide en el incremento de la obesidad y la diabetes de estudiantes universitarios, por lo que este proyecto está enfocado en la elaboración de una campaña publicitaria que reduzca (en el corto plazo) y elimine (largo plazo) el consumo de bebidas azucaradas y se creen los hábitos para el consumo de bebidas de frutas naturales.

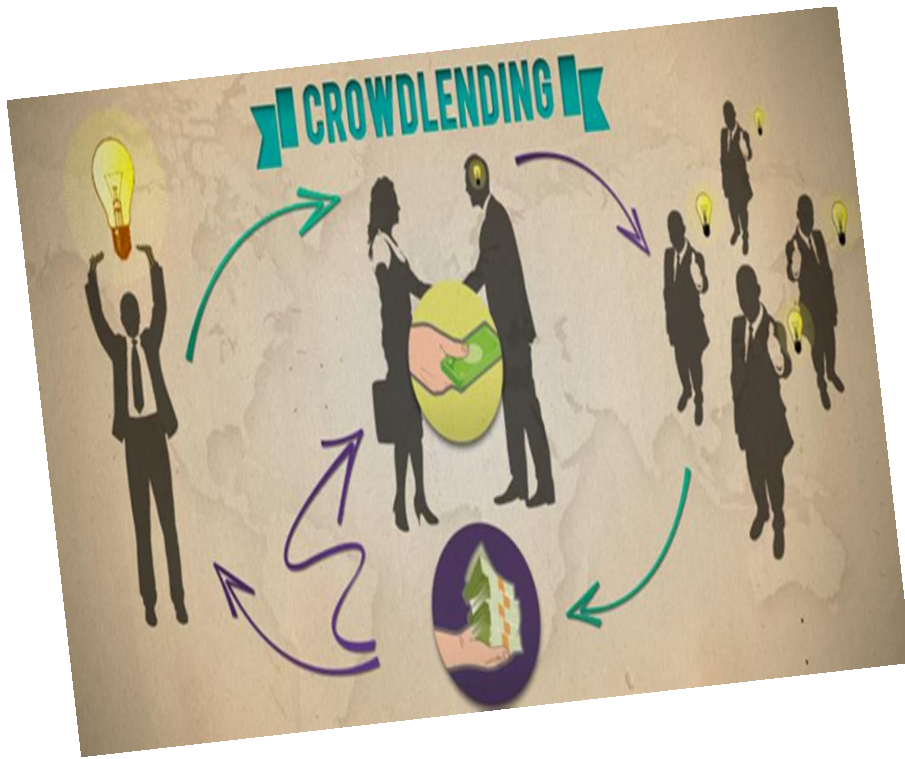


# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

## Fuentes de financiamiento

Se gestionará con empresas de la ciudad lo siguiente:

- La donación de al menos 5 garrafones de agua a cada una de las dos de las principales embotelladoras de agua de la ciudad
- La impresión de lonas y playeras con los mensajes de la campaña “Disfruta más y Gasta menos”, con el patrocinio de empresas dedicadas a la impresión de material publicitario.
- Gestionar con tiendas comerciales la donación de al menos 5 licuadoras para la elaboración de las aguas de fruta naturales.
- Solicitar el apoyo de locatarios de la Central de Abastos para la donación de frutas.
- Aportación económica de los integrantes del equipo para solventar gastos de papelería y transporte para la visita a empresa.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Construcción



Imagen de la Campaña 2017  
“Disfruta más y gasta menos”

“Una Fruta para Todos y Todos para Una”



A esta actividad la llamamos: “**Una Fruta para Todos y Todos para Una**”, refiriéndose a que con una fruta seleccionada por el equipo se invente una bebida original que sea saludable para todo tipo de persona.

# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Implementación de la campaña

- a) Trípticos que repartirán los alumnos para concientizar acerca de la importancia de preferir las bebidas naturales de frutas.

**CONSEJOS SIMPLES QUE PUEDE LLEVAR A CABO PARA MANTENER UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y MANTENERSE ACTIVO**

- Coma un desayuno saludable todos los días.
- Preste atención a los tamaños de las porciones
- Eliminar bebidas azucaradas y beber agua en el lugar de estas.
- Un 50% de su plato ha de ser representado por frutas y verduras
- Hacer ejercicio físico a diario.
- Elegir los productos y opciones más saludables.

*Vive sano, se feliz!*

**Efectos secundarios causados por tomar Refresco**

**Recomendaciones para Población MEXICANA**  
CONSUMO DE BEBIDAS PARA UNA VIDA SALUDABLE

BEBIDA AZUCARADA	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO
BEBIDA AZUCARADA CON SUSTANCIAS ADICIONALES	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO
BEBIDA AZUCARADA CON SUSTANCIAS ADICIONALES Y SODIO	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO
BEBIDA AZUCARADA CON SUSTANCIAS ADICIONALES Y SODIO Y SUSTANCIAS ADICIONALES	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO
BEBIDA AZUCARADA CON SUSTANCIAS ADICIONALES Y SODIO Y SUSTANCIAS ADICIONALES Y SUSTANCIAS ADICIONALES	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO
BEBIDA AZUCARADA CON SUSTANCIAS ADICIONALES Y SODIO Y SUSTANCIAS ADICIONALES Y SUSTANCIAS ADICIONALES Y SUSTANCIAS ADICIONALES	NO MÁS DE 1 VASO	NO MÁS DE 1 VASO

**DisFRUTA más y GASTa menos**

**ii La mayor Riqueza es... La salud !!**



### ¿Qué es un licuado Natural?

El licuado es una bebida que proporciona la energía necesaria para un arduo día laboral.

Si no tiene tiempo de desayunar, no olvide que esta comida es la más importante del día, así que no se vaya a trabajar sin echarse antes al estómago un alimento sano, rápido, natural y nutritivo: un licuado de frutas.

Los licuados, junto con los jugos naturales, son dos de las bebidas más solicitadas cuando comienza el calor, por su capacidad de calmar la sed, resultan muy saludables con un extra fibras y vitaminas.

La diferencia entre los licuados y los jugos naturales es que los primeros utilizan la fruta casi en su totalidad, excepto la cáscara y las semillas, para obtener un producto final más completo desde el punto de vista nutricional y casi igual en calorías.



En cambio, los jugos naturales son las bebidas que extraen el zumo de las frutas, pero no utilizan la pulpa.

Algunas recetas para preparar licuados

**'Escoja la que mas le guste'**

- Licuado de fresas**
- INGREDIENTES:**
- Tres vasos de leche descremada
  - Cinco fresas o frutillas
  - Una cucharada de azúcar o edulcorante
- Preparación:**
- Ponga todo en el vaso de la licuadora
  - Licúe y sirva
- Licuado de banana e plátano**
- INGREDIENTES:**
- Media banana o plátano
  - Una cucharada de avena remojada en agua
- Preparación:**
- Herviendo durante 15 minutos
  - Una taza de leche descremada
- PREPARACION:**
- Ponga todo en el vaso de la licuadora
  - Licúe y sirva



¿En que nos ayudan estos licuados naturales?

Los licuados de jugos de frutas y verduras que con sus grandes propiedades curativas, nos ayudan a tener una vida más saludable y que nos pueden servir para mejorar por ejemplo, nuestra circulación, bajar de peso, bajar el azúcar, dolor de cabeza y muchas otras enfermedades o molestias que nos aquejan todos los días y que podemos mejorar o sanarnos de estas, con combinaciones de frutas, verduras, podemos llevar

una salud y una dieta más adecuada para seguir adelante.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Implementación de la campaña

Presentación de la campaña y difusión de la información, degustación y documentales.

Exposición de Proyectos de los estudiantes de sus jugos y bebidas naturales.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### El impacto

#### **Corto plazo:**

Se espera que haya una respuesta positiva de por lo menos el 50% de los estudiantes de la UJAT-DACEA, como ejemplo a seguir en las demás divisiones.

#### **Mediano plazo:**

1. Se espera influir en el 90% de los estudiantes de las demás divisiones con este proyecto en un cambio de conducta sobre optar por bebidas naturales vs gaseosas.
2. Se espera tener el 50% de la plantilla docente capacitada para que se implemente el AOP, principalmente en materias de Publicidad y Mercadotecnia Social, para realizar campañas que fortalezcan el cambio de actitud hacia una alimentación más sana.

#### **Largo plazo:**

1. Planear esta actividad en otras instituciones abarcando diferentes niveles educativos para desarrollar mayor consciencia sobre optar por bebidas saludables vs gaseosas.
2. Promover que se realicen otras actividades tanto académicas como de recreación no sólo en instituciones educativas de nivel superior, sino también en otros niveles educativos para lograr el objetivo de la campaña de Mercadotecnia Social, que es mover a la población hacia la concientización sobre el cuidado de la salud optando por una alimentación más sana.

### Efectos secundarios causados por tomar Refresco



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Síntesis

El gobierno ha implementado una medida económica para evitar el consumo desmedido de productos con gas y azúcar; esta es la alza de impuestos, sin embargo el impacto que se esperaba en el descenso de personas con diabetes y obesidad, no ha logrado el efecto esperado. Por lo anterior es importante que nuestra universidad aporte iniciativas que involucren a los estudiantes para lograr un cambio en hábitos de consumo de refrescos azucarados embotellados, por bebidas preparadas con frutas naturales. Este cambio de hábitos traerá efectos benéficos para los jóvenes estudiantes, académicos y todo personal que labore dentro de la institución.



# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Síntesis

El uso de la técnica de Aprendizaje Basado en Proyectos genera en los estudiantes diversos beneficios para desarrollar competencias en su formación profesional, tales como la socialización y la adaptación al entorno y al equipo. Cada forma de agruparse tiene ventajas y desventajas y se debe valorar la situación para trabajar en la forma más adecuada y lograr sus objetivos.

El ABP es una metodología centrada en el alumno y en su aprendizaje.

Al ser parte de un planteamiento real, favorece que los estudiantes aumenten su motivación hacia las temáticas de estudio y se familiaricen con dificultades o situaciones que se podrán encontrar en su futuro puesto de trabajo. También favorece el compromiso del alumno con su aprendizaje y con el de su grupo de trabajo.

Es recomendable la inclusión de personas de distintas áreas, a fin de favorecer el carácter interdisciplinar de esta técnica.





# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Referencias

Alianza Salud (2015). *No dañes tu corazón*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de <http://alianzasalud.org.mx/nodanessucorazon/>

ANCISSTE (2014) *El impacto de las bebidas azucaradas*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de

[https://resenadigital.com/?dir=noticias&id\\_seccion=13&id\\_noticia=3278](https://resenadigital.com/?dir=noticias&id_seccion=13&id_noticia=3278)

ANFABRA (2006). *El libro blanco de las bebidas refrescantes*. Madrid, España: ANFABRA.

CANIRAC (2017). *Restaurantes afiliados a CANIRAC incluirán en menús calorías de alimentos y bebidas*. 15 Mayo 2017. Obtenido el 20 de octubre de

<http://canirac.org.mx/articulos/index.php?id=1401>

Diario Oficial de la Federación (2014). *Lineamientos por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica, conforme a lo dispuesto en los artículos 22 Bis, 79, fracción X y 86, fracción VI, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad*.

Abril 2014. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5340694&fecha=15/04/2014](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5340694&fecha=15/04/2014)

ENSANUT (2012). *Encuesta Nacional de Salud Pública*. Recuperado de: <http://ensanut.insp.mx/>

Jiménez C. (2015) *Determinantes ambientales de la diabetes mellitus*, en Aguilar Salinas, C. Acciones para... ANM. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de

<https://www.insp.mx/avisos/3652-diabetes-en-mexico.html>

# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

“DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

## Referencias

Medline plus (2017) *Diabetes*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/diabetes.html>

OCDE (2017) *Obesity Update*. 2017. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de [http://oment.uanl.mx/descarga/obesity-update-2017\\_ocde.pdf](http://oment.uanl.mx/descarga/obesity-update-2017_ocde.pdf)

OMS (2015). *México, líder en obesidad en América Latina*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2017/reduce-noncommunicable-diseases/es/>

Organización Mundial de la Salud (2017). *Qué es la diabetes*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de [http://www.who.int/diabetes/action\\_online/basics/es/index3.html](http://www.who.int/diabetes/action_online/basics/es/index3.html)

Rivera, J.; Muñoz-Hernández, O.; Rosas-Peralta, M.; Aguilar-Salinas, C.; Popkin, B. & Willett, W. (2008). *Consumo de bebidas para una vida saludable: recomendaciones para la población Mexicana*. Revista Salud Pública de México. Vol. 50, no. 2, marzo-abril de 2008. Recuperado de: <http://www.scielosp.org/pdf/spm/v50n2/11.pdf>; [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0036-36342008000200011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342008000200011&lng=es&tlng=es).

Rodríguez, M. del R.; Avalos, M. I.; López, C. (2014). *Consumo de bebidas de alto contenido calórico en México: un reto para la salud pública*. Salud en Tabasco, 20(1), 28-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48731722006>

Rojas Martínez, M. (2015). *Epidemiología de la diabetes mellitus en México en Aguilar C. Acciones para enfrentar a la diabetes*. México. Documento de postura. Academia Nacional de Medicina de México Obtenido el 20 de octubre de 2017.

# PROYECTO PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

## “DisFRUTA MÁS y GASTa MENOS”

### Referencias

Servicio de Administración Tributaria (2014) *Impuesto a alimentos no básicos con alta densidad calórica*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de [http://www.sat.gob.mx/fichas\\_tematicas/reforma\\_fiscal/Paginas/alimentos\\_nobasicos\\_densidadcalorica2014.aspx](http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/reforma_fiscal/Paginas/alimentos_nobasicos_densidadcalorica2014.aspx)

Servicio de Administración Tributaria (2017). *Impuesto a bebidas saborizadas con azúcares añadidas*. Obtenido el 20 de octubre de 2017 de [http://www.sat.gob.mx/fichas\\_tematicas/reforma\\_fiscal/Paginas/bebidas\\_saborizadas\\_azucars\\_2014.aspx](http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/reforma_fiscal/Paginas/bebidas_saborizadas_azucars_2014.aspx)

Villasmil, J. & Josía, I (2007). *Plan de Acción para el Mejoramiento de los Talleres Ofrecidos en la Casa Don Bosco de Valencia: Una Propuesta*. Revista de Educación Laurus, vol. 13, núm. 25, septiembre-diciembre, 2007, pp. 263-285. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111479013>

Zapata, L. (2012). Bebidas de fantasía (gaseosas del tipo cola). *Estudio comparativo de bebidas gaseosas regulares, light y zero. Organización de consumidores y usuarios de Chile (ODECU)*. Financiado por el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (SERNAC). Recuperado el 17 de octubre de 2017 de <http://www.odecu.cl/wp-test/wp-estudio/2012-estudio-gasesosas-cola.pdf>