

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA FOMENTAR LA
ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN LOS ESTUDIANTES DE
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO
TORIBIO DE MOGROVEJO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

AMELIA MARGARITA CABANILLAS MURO DE VALDEZ

ASESOR

KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ

<https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Chiclayo, 2022

**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA FOMENTAR LA
ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN LOS ESTUDIANTES DE
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO
TORIBIO DE MOGROVEJO**

PRESENTADA POR:

AMELIA MARGARITA CABANILLAS MURO DE VALDEZ

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
Para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

PRESIDENTE

Lorella Otiniano Castillo

SECRETARIO

Karl Friederick Torres Mirez

VOCAL

Dedicatoria

Dedico la tesis a mi padre Ricardo Cabanillas Rodas, quien en vida, soñó y me apoyó para verme realizada a nivel profesional. A mi madre y amiga Juanita Celeste Muro Mondragón de Cabanillas, por brindarme su apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida.

Agradecimientos

A Dios por darme la fortaleza para culminar con este trabajo de investigación. A mis tíos Amelia Muro y Narcizo Miranda; a mi esposo Jimmy Valdez, a mi profesor Mgtr. Oscar Terrones Juárez, por darme las primeras pautas de este trabajo y a mi asesor, Karl Torres Mirez por su paciencia y dedicación para enseñar.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de literatura	8
Materiales y métodos	14
Resultados	17
Discusión	21
Conclusiones	22
Recomendaciones	23
Estrategia	23
Referencias	42

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA FOMENTAR LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	repositorio.ins.gob.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	1library.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
8	repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet	1%

Resumen

La presente investigación denominada Propuesta de una estrategia comunicacional para fomentar la alimentación saludable en los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, planteó como objetivos: identificar la perspectiva de cultura en alimentación saludable en los estudiantes de comunicación USAT, determinar la estrategia de comunicación más pertinente, los medios de comunicación y espacios de difusión en USAT, describir la estrategia. El enfoque que se empleó fue el cualitativo de tipo fenomenológico. Se utilizó la recolección de datos a través del cuestionario, además de los instrumentos de la entrevista y el *Focus Group*, Se obtuvo como resultado que los estudiantes del 8avo ciclo de Comunicación conocen sobre Alimentación Saludable, pero no la practican, además y desean recibir información de alimentos saludable por medio de las redes sociales. La propuesta se dividió en fases, la cual contiene a las herramientas adecuadas para lograr los objetivos.

Palabras Claves: Estrategia de comunicación, Comunicación para la salud, Alimentación saludable.

Abstract

The present investigation called Proposal of a communication strategy to promote healthy eating in students of the School of Communication of the Santo Toribio de Mogrovejo Catholic University, raised as objectives: to identify the perspective of culture in healthy eating in USAT communication students, determine the most pertinent communication strategy, as well as the means of communication and diffusion spaces in the USAT. The approach used was the qualitative phenomenological type. Data collection was used through the questionnaire, in addition to the instruments of the interview and the Focus Group, It was obtained as a result that the students of the 8th cycle of Communication know about Healthy Eating, but do not practice it, in addition and want to receive information of healthy food through social networks. The proposal was divided into phases, which contains the appropriate tools to achieve the objectives.

Keywords: Communication strategy, Communication for health, Healthy eating.

Introducción

Hablar de comunicación y salud es hablar de la promoción del bienestar físico y mental de las personas. En estos últimos años, distintos países están muy enfocados en la Alimentación saludable, por ello, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Organización Mundial para la Salud (OMS), reconocen la importancia de incorporar temas de salud en los medios de comunicación, desde una perspectiva más atractiva para los adolescentes y jóvenes de América Latina. (Neira y Cano, 2018).

Desde el 2005, el Ministerio de Salud (MINSA) tiene un documento técnico con Resolución Ministerial N°-366-2017/MINSA, denominado “Lineamientos de política de Promoción de la Salud en el Perú”, el cual, tiene como finalidad mejorar la salud pública de todos los peruanos ya sea por medio de instituciones públicas o privadas, comunidades, organizaciones de la sociedad civil organizada e instituciones no gubernamentales. (MINSA, 2017).

En el 2019, el Ministerio de Salud mediante el Instituto Nacional de Salud (INS) a través del Centro Nacional de Alimentos y Nutrición (CENAN) presentó un documento técnico denominado “Guías Alimentarias para la Población Peruana”, con el fin de contribuir y mantener a los peruanos en buen estado de salud y nutrición estableciendo principios primordiales que promuevan la buena alimentación y nutrición de la población peruana; ya que la ingesta excesiva de comida chatarra ha ocasionado un incremento del sobrepeso y obesidad en las últimas dos décadas, siendo un problema en todos los grupos sociales, produciendo enfermedades asociadas al sobrepeso, entre ellas la diabetes, enfermedades cardio-vasculares, hipertensión arterial y varios tipos de cánceres.

También existe La Ley N°- 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes, con el objetivo de promover el derecho a la salud pública y el desarrollo adecuado del ser humano en la etapa escolar, estableciendo quioscos al interior de las instituciones educativas que vendan alimentos y bebidas saludables según las normas del Ministerio de Salud.

Ante esta situación, se reconoce la importancia de la comunicación para propiciar procesos de participación entre las personas que apunten a una alimentación saludable. Por consiguiente, el uso de estrategias comunicativas es clave, porque van a permitir entender y propiciar soluciones a este problema de la mala alimentación, especialmente en los estudiantes universitarios.

Por lo descrito se propone, una estrategia de comunicación que motive a tomar conciencia en los estudiantes universitarios frente al problema de una mala alimentación. En este sentido se plantea la siguiente interrogante ¿Cómo será la estrategia comunicacional para *fomentar* la alimentación saludable en los estudiantes de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo?

La importancia de esta investigación radica en fomentar, a través de estrategias comunicativas, una alimentación saludable dirigida a los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Sto. Toribio de Mogrovejo (USAT) tiene relevancia social porque aporta con claridad objetivos y acciones concretas que deben considerar todos los estudiantes para lograr una alimentación saludable. Finalmente, la investigación brinda conocimientos teóricos actualizados, relacionados con estrategias comunicativas que pueden ser considerados para futuras investigaciones.

Entre los objetivos de la investigación se planteó lo siguiente: Objetivo General, Proponer una estrategia comunicacional para fomentar la alimentación saludable en los estudiantes de la escuela de comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo y los objetivos específicos: Identificar la perspectiva de cultura en alimentación saludable en los

estudiantes de Comunicación de la USAT, Determinar la estrategia de comunicación más pertinente, así como los medios de comunicación y espacios de difusión en la USAT, Describir la estrategia de comunicación: herramientas, mensajes, material, actividades, presupuesto y criterios para monitoreo.

Revisión de literatura

Longa (2018), planteó una Propuesta de una estrategia de comunicación para el desarrollo, orientada a promover una cultura de prevención en la gestión del riesgo de desastres en los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT), cuyos objetivos específicos fueron: el diagnóstico comunicacional de la situación de riesgo de desastres en la USAT, la determinación de las etapas que desarrollará la estrategia de comunicación para el desarrollo, proponer las herramientas que se usarán en cada fase de la estrategia y establecer los criterios para monitorear cada una de dichas fases. La investigadora utilizó la metodología cualitativa de tipo propositiva con un diseño fenomenológico empleando instrumentos como la entrevista y el *Focus group*. Las conclusiones a las que llegó la tesista fue que la estrategia empleada permitió la participación, el dialogo y despertó el interés por una cultura de prevención de desastres (GRD), la cual la llevó a recomendar el implemento de un curso sobre el tema (GRD) en la currícula de su escuela.

Borbón (2018) en su tesis: Propuesta de una estrategia de comunicación para la promoción de la alimentación saludable de mujeres gestantes, tuvo como objetivos específicos: la identificación de las prácticas alimentarias de un grupo de gestantes beneficiarias del Servicio de Atención Integral a la Primera Infancia en el Ámbito Familiar de la Secretaría Distrital de Integración Social de Colombia; estableció conductas de riesgo; Caracterizó las prácticas comunicativas e informativas relacionadas con la alimentación y estableció una propuesta comunicativa que contribuya con la promoción de la alimentación saludable de la población gestante. Utilizó la metodología cuali-cuantitativa. Los instrumentos de estudio que empleó fue el descriptivo y la recolección de información como: la caracterización de las prácticas de alimentación de las gestantes, caracterización de los consumos mediáticos de las gestantes y Validó la información con el *focus group*. Esta investigación concluyó que las herramientas de comunicación le permitieron conocer las características sociales y alimentarias de las gestantes, además evidenció que las embarazadas son influenciadas, en su mala alimentación, por sus familiares y en último lugar aceptan las recomendaciones del profesional de la salud. Además, se encontró que es la televisión, el internet y las redes sociales son los medios por donde reciben información sobre alimentación saludable. Por ello recomendó un trabajo articulado entre las embarazadas, sus familias y las nutricionistas de Colombia.

Ordoñez (2018), presentó una Estrategias de Comunicación para Prevenir la Violencia de Género en Estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, teniendo como Objetivos específicos: Realizar un diagnóstico de la situación actual y evaluar el tipo de estrategia que pueda contribuir a la prevención de la violencia de género en los estudiantes universitarios; Aplicar estrategias de comunicación que ayuden al empoderamiento de género y a la autovaloración para la prevención de la misma. La metodología que utilizó fue la cualitativa. Los instrumentos fueron: los cuestionarios, los testimonios y entrevistas. Este proyecto concluyó que el taller de Coaching y Liderazgo, el spot radial y la propuesta de un curso integral en la malla curricular, establecieron diálogos participativos entre los alumnos reduciendo notablemente

la violencia de género en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, promoviendo una cultura de paz y buen trato y una convivencia igualitaria y oportuna.

Bases científicas

Teoría de la multiplicidad

Para esta teoría, el desarrollo debe ser concebido como un proceso integral, multidimensional y dialéctico, que puede diferir de una sociedad a otra. No hay un solo camino para lograr el desarrollo. (Servaes, como se cita en Longa, 2018).

Por otro lado

Modelo de la Comunicación Participativa

Gumucio (2019) afirma que la comunicación participativa no es un modelo unificado de comunicación y fue América latina el primer lugar donde se iniciaron estas experiencias, permitiendo nuevos usos y cambiando según la voluntad del que la sostiene para beneficio de un pueblo, comunidad, entre otras.

Estrategia De Comunicación

Ríos, et al. (2020) explica que una estrategia de comunicación permite establecer metas y objetivos claros para dar soluciones concretas y que dichas estrategias se pueden diseñar con la identificación del problema persistente en una comunidad, población, etc., ya que se diseñan y desarrollan para dar solución a las necesidades comunicativas de una empresa, de una población, participación ciudadana, entre otras, que se presentan en un entorno determinado.

Asimismo, plantea las Partes de una Estrategia de Comunicación que permitan alcanzar metas establecidas son:

- Diagnóstico
- Planteamiento del problema
- Objetivos
- Imagen estratégica
- Matriz operativa
- Descripción de actividades
- Presentación de resultados

Alfonzo (como se cita en Rodríguez, 2002) manifiesta que el uso de estrategias de comunicación es reconocido como el elemento necesario para mejorar la salud pública y personal, ya que hay diversas opciones para desarrollar o implementar estrategias y campañas de comunicación, con distintos modelos o herramientas a utilizar de las cuales el comunicador puede seleccionar la que más se ajuste al entorno en que trabajará. Además, señala que estas estrategias o herramientas no pueden ser pensadas como verdades últimas.

Según Siso (2019) comenta que la difusión también es una estrategia que se emplea en los planes de comunicación, siendo la fase fundamental en una investigación, y esta puede darse por los medios tradicionales (radio, tv, periódicos, etc.) o darse por plataformas digitales permitiendo que se difunda de una manera inmediata.

La Comunicación Para El Cambio Social

Gumucio (2019) indica que la comunicación para el cambio social es ética, con identidad y valores, la cual, aprecia las voces que jamás se escucharon buscando recupera el diálogo y la participación en poblaciones locales. Así también menciona, que en la actualidad la comunicación para el desarrollo es un modelo institucional vertical, aplicable y replicable, en cambio la comunicación para el cambio social previamente no define los medios, ni los mensajes, ni las estrategias, porque su proceso es el surgimiento de la estrategia, siendo única enfocada en los requerimientos del público estudiado, por ello, no tienen patrones ni manuales, ni directivas esquemáticas.

Según Gómez (2022, como se cita en Salazar y Portal 2019), manifiestan estar a favor de la idea de Alfonso Gumucio, en cuanto que la Comunicación para el Cambio Social (CCS), desarrolla capacidades en cada persona construyendo sociedades y cultura ya que permite la participación, promueve la visibilidad, las alianzas, desarrolla organizaciones, comités, etc., y promueve el respeto de cada cultura donde se desarrolla para aprovecharla y trabajar en base a ello.

Ríos (2020) también apoya el enfoque de la teoría de la comunicación para el cambio social, diciendo que el profesional o experto de comunicación, debe propiciar el diálogo comunitario y la participación ciudadana para fortalecer la democracia; también debe conformar colectivos, asociaciones, entre otras que trabajen por en la salvaguardia de las costumbres y tradiciones; fomentar la información de beneficio colectivo; crear canales comunicacionales tanto dentro y fuera de la comunidad de manera que permitan popularizar lo que se realiza para incentivar el cambio social y por último, democratizar las decisiones.

Por otro lado, para Rodríguez (2019, como se cita en Gumucio, 2003) indica que para lograr una comunicación para el cambio social existe una guía de 5 condiciones indispensables en el proceso comunicacional que caracteriza el enfoque, una de ellas es la participación comunitaria y apropiación, la lengua en la que hablan y pertinencia cultural, generación de contenidos locales, uso de la tecnología apropiada y la Afinidad en redes.

Estrategia De Comunicación Para El Cambio Social (CCS)

Sala (Como se cita en Gumucio-Dagron, 2004) expresa que la Comunicación para el Cambio Social se enfoca en la identidad, los valores y en hacer escuchar las voces del pueblo, puesto que el CCS esta vinculada a la cultura de cada lugar, por lo que el Ministerio de Salud (MINSA, 2017) lo ratifica en su plan de comunicaciones: Perú sin Anemia, donde afirma que para que haya Comunicación para el cambio social, tiene que realizarse una estrategia, basada en coordinaciones e intervenciones de actores y públicos con el objetivo de influir y apoyar cambios en todos los niveles y sectores incluyendo las prácticas culturales y normas sociales actuales, además aquí ratifica esta teoría manifestando que la estrategia debe tener acciones a nivel individual, familiar, comunitario, local, regional y nacional, para lo cual, debe utilizar diferentes canales y medios de comunicación de manera entretenida, así como, generar alianzas estratégicas con el gobierno, líderes de opinión, sociedad civil organizada, sector privado, etc.

En este contexto Sala (como se cita en Thomas & van de Fliert, 2015:30), coincide con el MINSA por ello agrega cuatro claves que no debe faltar en la estrategia para lograr el cambio

social, como son: el diálogo, el apoyo o advocacy, la participación y el propósito; pues afirma que con estos cuatro se rompe el verticalismo fomentando el diálogo a través de algún canal de comunicación que brinde retroalimentación, y por ende empoderamiento y conocimiento de sus derechos para que puedan luchar por sus convicciones ante cualquier obstáculo ya sea social o político.

Estrategia De Comunicación En Salud

Bien es sabido que las estrategias de Comunicación son empleadas en varios ámbitos, uno de ellos es en plano de Salud y en otras ocasiones en el plano cultural, educacional, empresarial, etc. no sin antes, haber estudiado el público objetivo. Por ello Ríos I. (2020), explica que antes de realizar una estrategia de comunicación en salud es fundamental la comprensión de los comportamientos y teorías que explican y proponen diferentes formas de trabajo en este campo, y debido a ello, es necesario conocer que la comunicación para la salud ha evolucionado y que puede contribuir a la prevención de enfermedades y a la Promoción de la Salud.

González (2019), señala que las estrategias de comunicación son herramientas fundamentales en el diseño, formulación e implementación de las políticas de salud y que el adoptar modos de vida saludables individuales como colectivas requiere de: Pensar, Diseñar, Implementar o desarrollar y Evaluar una adecuada Estrategia de Comunicación para la Salud. Además, sostiene que en la Comunicación en Para la Salud se puede emplear en conjunto: la Comunicación para el Cambio de Comportamiento, la Comunicación para el Desarrollo, la Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación Participativa, es decir que se puede unificar con la finalidad de mejorar el estilo de vida (salud, educación, cultura, etc.).

Por otro lado, Cajías (2019), hace referencia a la tecnología como ayuda idónea de las estrategias de comunicación, debido al avance tecnológico informático, por ello, las instituciones la toman en cuenta, sobre todo en el área de salud, ya que posee la inmediatez para distribuir y recibir información variada implementando un acercamiento a la población.

Alimentación Saludable

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017) señala que la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, el cual implica tener energía física, y mental para estudiar, hacer ejercicio, tener un buen rendimiento físico, tener el peso adecuado, así como saber alimentarse saludablemente.

Camelo et al. (2020) nos dicen que la alimentación es la que condiciona el desarrollo físico, la salud y la productividad de las personas y que la alimentación saludable es la que nos brinda los nutrientes para generar energía y así gozar de una buena salud.

Camelo, et al. (como se cita en Rosales, 2017) manifiestan que la alimentación saludable se logra balanceando los alimentos de manera que ayuden al crecimiento y desarrollo de las capacidades físicas e intelectuales. Asimismo, señala que las enfermedades principales relacionadas con los malos hábitos alimenticios son: la diabetes, la obesidad y las enfermedades cardíacas.

En la Guía Alimentaria para la Población Peruana del Ministerio de Salud (MINSA, 2019) se considera a la alimentación saludable como aquella que incluye alimentos naturales, frescos y/o poco procesados que aportan los nutrientes esenciales que el cuerpo necesita para mantenerse saludable durante todas las etapas de la vida, permitiendo tener el peso adecuado y prevenir enfermedades. Además, menciona que la alimentación saludable comienza con la disponibilidad de cada persona y con la compra de alimentos variados y de calidad con fácil acceso en el lugar que habitamos.

Varamendi (2020), recomiendan tener en cuenta que en la alimentación influye las costumbres religiosas y las ideologías y que, en este mundo globalizado, las tradiciones culinarias van siendo sustituidas por comidas preparadas desligándose poco a poco de las tradiciones e identidad.

Mensajes Para Una Alimentación Saludable

La Guía Alimentaria para la Población Peruana del Ministerio de Salud (MINSA, 2019) señala que la desnutrición y anemia especialmente en los niños y gestantes, aún se mantiene en nuestro País, debido al consumo de alimentos con bajo valor nutricional y por la creciente popularidad de la comida chatarra, por ello propone mensajes para una alimentación saludable divididos en tres grupos: 1) elegir alimentos naturales siempre; 2) evitar alimentos procesados y ultra-procesado, para prevenir enfermedades; y 3) practicar un estilo de vida saludable.

A continuación, se detallan los mensajes por temáticas. Según MINSA (2019):

La Temática A: Elige y disfruta todos los días de la variedad de alimentos naturales disponibles en tu localidad. **Temática B:** Cuida tu salud; evita el sobrepeso disminuyendo el consumo de azúcares en tus comidas y bebidas. Para finalizar la **Temática C:** Mantén tu cuerpo y mente activos y alertas, realiza al menos 30 minutos de actividad física al día. (pp. 12-20).

Comunicación En Salud

Para iniciar hablar de Comunicación es Salud, es necesario mencionar a la comunicación como tal, por ello, González (2019), explica que la comunicación es una dimensión implicada en toda práctica social y en los procesos de salud no está exenta, ya que figura como un espacio de producción de conocimiento y de intervención en y con la comunidad para alcanzar mejores niveles de salud para beneficio de los demás; por ello, recalca que la comunicación para la salud, sin el proceso social, educativo y político no podría hacer que se incremente y se promueva una vida saludable de la mano de la concientización, con la firme convicción de formar ambientes, sistemas y políticas favorables para la salud, para el bienestar de la población y promoción de la misma.

Además, González (2019), formula que la comunicación en y para la salud es una estrategia clave para informar, sensibilizar, concientizar, construir opiniones, y abarca a la educación, el periodismo sanitario, la comunicación interpersonal, la abogacía de la salud en los medios de comunicación y el marketing social. También, menciona algunas estrategias que responden a las funciones asignadas a la comunicación en salud tales como: los talleres de debate o capacitación para prevenir alguna enfermedad indicando los campos de trabajo

como: el medio, el cual se encarga de brindar la información referente a la salud, la posición que tiene en la agenda pública y el desarrollo de políticas saludables.

González (2019) expone que la comunicación para la Salud se da según el estilo de vida ya que es la encargada de la formación y promoción de estilos saludables y el autocuidado. (p. 23)

Por su parte, Rodríguez, et al, (2019), expresan que comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y colectivas que mejoren la salud; pero Alfonso (Como se cita en Pereira, Cardozo, 2007) define a la Comunicación en Salud como un derecho, y uno de los componentes del desarrollo social, el cual conlleva al desarrollo de los pueblos.

La comunicación para la salud también tiene por sí un proceso comunicativo tal como mencionan Córdova, et al. (2017) los cuales, manifiestan que la comunicación para la salud utiliza cuatro elementos claves en el proceso de la comunicación: Audiencia, Mensaje, Fuente y canal con investigación y participación, teniendo como objetivos la promoción enfocada a mejorar las condiciones de vida para brindarle bienestar a la población. (p. 17).

Para finalizar es importante tener un enfoque que genere buena comunicación en salud por lo que González (2019), afirma que, para implementar un enfoque de comunicación para la salud, se debe actuar en tres dimensiones: Dimensión política, Dimensión organizativa, Dimensión sociocultural. (p.22). Además, menciona que la forma efectiva para que las personas puedan adoptar modos de vida saludables de forma individual y colectiva, requiere del diseño, implementación y evaluación de una apropiada estrategia de comunicación para la salud, tomando en cuenta la educación y cultura poniendo de ejemplo a la narración de historias, guiñoles o teatro y canciones.

Redes Sociales

Jiménez y Gómez (2017) señalan que las redes sociales permiten valorar y monitorear el aprendizaje a través de las publicaciones de los productos realizados entre docente y estudiante, dando paso a la interacción. Además, manifiestan que el aprendizaje en línea se ha convertido en una herramienta importante en estos últimos tiempos

García et al. (2018) expresa que la nueva generación prefiere las redes sociales utilizándolas como medio de comunicación habitual, y que los estudiantes de todas las edades la usan para buscar entretenimiento.

Además, explican que el *Instagram* es una red que permite publicar videos y fotos de 15 segundos de duración y desaparecen a las 24 horas donde los usuarios, que son amigos, pueden visualizar los llamados *Instagram Stories*, además manifiestan que la plataforma ofrece encuestas, *gifs* y permite archivarlas para que no desaparezcan. También, señalan que *Instagram* permite transmitir en directo y compartir sus transmisiones, por ello, la convierte en una novedosa y original aplicación para los jóvenes.

Ixcot (2017) explica que el WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea que permite no solo hacer llamadas, escribir, o enviar mensajes, también accede a crear grupos e intercambiar imágenes, videos, audios y documentos, permitiendo realizar un *back -up* entre los usuarios.

Materiales y métodos

Esta investigación siguió un paradigma naturalista porque tuvo un alto interés en conocer la percepción de los estudiantes de comunicación en el tema de la alimentación saludable, y una metodología cualitativa porque permitió el análisis de la información obtenida a través de las herramientas de recolección de datos. Cabellos, Rodríguez y Gonzáles (2018) ratifican que la investigación cualitativa adquiere especial relevancia en situaciones relacionadas con la población y más si pertenece a un área de salud determinada.

La tesis empleó el enfoque fenomenológico porque descubrió la percepción de la cultura de la alimentación saludable en los universitarios para fomentar la alimentación en los estudiantes de la escuela de comunicación de la USAT. Pérez y Linzmayer (2018) sustentan que el enfoque fenomenológico estudia la realidad de las relaciones interpersonales de los actores, así como la percepción subjetiva de los mismos. Por lo tanto, dentro de la investigación se pudieron interpretar emociones, y las percepciones de los universitarios estudiados. El estudio concluyó con una propuesta de estrategia de comunicación enfocada en mejorar la salud de los estudiantes de comunicación de la USAT.

Asimismo, la investigación contempló un *Focus group* de 02 horas, con la participación de 12 estudiantes del 8avo ciclo de la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo - USAT, de quienes se obtuvo información sobre sus conocimientos en alimentación saludable con la finalidad de identificar la perspectiva de cultura en el tema, las otras 7 preguntas fueron de comunicación, con la finalidad de determinar la estrategia más pertinente, así como los medios de comunicación, por la cual, quisieran ser informados, su interés de recibir información y los espacios de difusión dentro de la USAT. Otzen y Manterola (2017) ratifican que las muestras obtenidas son válidas solo si las personas estudiadas desean que sus casos sean incluidos en el estudio.

Todo lo descrito se tomó en cuenta para el desarrollo de los 2 primeros objetivos planteados en este proyecto.

Tabla 1
Estudiantes asistentes al Focus Group

<i>Nombres</i>	<i>Apellidos</i>
<i>Gabriel Agustín</i>	Hernández Vásquez
<i>Elí</i>	Llagas Alvarado,
<i>Glorianna</i>	Llaque Choe
<i>Esperanza</i>	Mestanza Tarrillo
<i>María Gracia</i>	Molina Herrera
<i>Xiomara</i>	Otiniano Florián,
<i>Alejandro</i>	Ríos Díaz
<i>Angie</i>	Santa Cruz Samamé
<i>Nicolás</i>	Serquen Roque
<i>Bryan</i>	Santiesteban Bereche
<i>Carolina</i>	Villegas Segura
<i>Ariana</i>	Wong Núñez

Nota: se proporciona datos de los asistentes al focus group con la finalidad de visualizar la veracidad de los entrevistados.

Cabe resaltar que la técnica aplicada a los estudiantes de comunicación fue el *Focus group*. Bueno (2018), afirma que el *focus group* es una discusión de grupo informal de tipo conversación que tiene como finalidad producir colectivamente un discurso.

Troncoso y Amaya (2017) validan la técnica afirmando que la entrevista es una de las herramientas para la recolección de datos y una de las más utilizadas en la investigación cualitativa y se realiza con una estructura simple sin alterar los objetivos del estudio.

El instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a estudiantes y a especialistas. El Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) de México (2018), afirma que el cuestionario es un instrumento importante para recoger organizadamente información sobre peculiaridades de una población de interés, así como para medir opiniones, creencias o actitudes.

Guía de pauta del *Focus Group*

1. ¿Qué entiendes por alimentación saludable?
2. ¿Crees que te alimentas de manera saludable? ¿Sí, no, por qué?
3. ¿Conoces algunos alimentos saludables, mencione?
4. ¿Conoces algunas técnicas para alimentarse saludablemente?
5. ¿Crees que las personas conocen los valores nutritivos de los alimentos? ¿por qué?
6. ¿Crees que la falta de alimentación saludable en el Perú se da por un tema sociocultural?
7. ¿Qué problema social crees que hay en las personas con respecto al tema de la alimentación saludable?

8. ¿Te gustaría recibir información sobre alimentación saludable? ¿Por qué?
9. ¿considerando la pandemia, cuáles son los medios por los que te gustaría recibir la información de alimentación saludable? ¿Por qué?
10. ¿Ustedes creen que aplicarían la información que reciben sobre alimentación saludable a su vida diaria?
11. ¿Los mensajes para promover la alimentación saludable y lograr un cambio social serían directos o indirectos ¿por qué?
12. ¿Qué actividades participativas te gustaría desarrollar para ayudar alimentarte saludablemente (concursos, talleres, programas radiales, ferias, Charlas, etc.)?
13. ¿Crees que es necesario que la universidad tenga una política de alimentación saludable con la finalidad que todos los estudiantes la practiquen?
14. ¿Qué espacios, dentro de la universidad, crees que serían los adecuados para brindar información en alimentación saludable?

Por otro lado, participaron especialistas en Comunicación para el Desarrollo: Mg. Hugo Aguirre Castañeda, Dr. Alfonso Gumucio Dagon, Mg. Oscar Terrones Juárez, Mg. Jerry Jara Llanos, Mg. Claudio Zavala Gianella, Mg. Jorge Acevedo Rojas. Asimismo, participó una especialista en nutrición. Mg. Dolores Risco Vélez, Nutricionista de la Clínica USAT y del Hospital Almanzor Aguinaga Asenjo de Chiclayo.

Las entrevistas a los especialistas en Comunicación para el Desarrollo, se realizó de manera presencial en las instalaciones de la USAT y otros en su centro de labores respectivamente, contando con 10 preguntas, con la finalidad de resolver el tercer objetivo planteado en esta investigación, tal como es saber las fases de la estrategia de comunicación incluyendo las herramientas, mensajes, material, actividades, presupuesto y criterios para monitoreo. Además, para la elaboración de las preguntas se tuvo en cuenta los conceptos y teorías de la literatura presente en este proyecto.

Guía de pauta de la entrevista a los especialistas en Comunicación para el Desarrollo

1. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta para elaborar una estrategia de comunicación para el desarrollo?
2. ¿Qué fases que debe tener una estrategia de comunicación para el desarrollo, para proponer la alimentación saludable?
3. ¿Cuál es la Cantidad de mensajes apropiados que se deben incluir en la estrategia comunicacional para promover la alimentación saludable y lograr un cambio social?
4. ¿Características que deben tener los mensajes de alimentación saludable
5. ¿Qué actividades participativas, medidas, herramientas de comunicación para el desarrollo?
6. ¿Importancia de usar, concursos, talleres, programas radiales, ferias, etc. en una estrategia de comunicación y salud?
7. ¿Criterios que se deben tener en cuenta para monitorear las etapas de una estrategia de comunicación para promover la alimentación saludable?
8. ¿Los mensajes para los estudiantes de comunicación tienen que ser directos o indirectos?
9. ¿Cómo se puede llegar a la conciencia con los mensajes sin que el estudiante se dé cuenta?
10. ¿Es necesario tener una política de comunicación para el desarrollo en la universidad o la escuela?

La entrevista realizada a la Especialista en Nutrición, Mg. Dolores Risco Vélez Contó con 7 preguntas, las cuales, se enfocaron, principalmente, al tema de la Alimentación. Cabe resaltar que dicha entrevista fue de gran importancia debido a que brindó pautas para la Alimentación

Saludable en los universitarios, teorías que no se encuentran fácilmente en libros ni en internet.

Guía de pauta de la entrevista a la especialista en Nutrición

1. ¿Cómo debe alimentarse un estudiante universitario?
2. ¿Qué tan cierto es que el lugar donde habitamos y la familia influyen en los hábitos alimenticios?
3. ¿Qué enfermedades adolecían los estudiantes antes de pandemia y hoy en pandemia?
4. ¿Cuál es la cantidad de estudiantes que llegan hoy en día con enfermedades relacionada a la mala alimentación?
5. ¿Usted tiene algún plan para comunicarles concientizarlos en el tema de llevar su tratamiento para que mitiguen estos nuevos acontecimientos que cause daño a la salud del estudiante?
6. ¿Cómo los educa en alimentación saludable?
7. ¿Puede usted brindarme un ejemplo de lo que debe comer el universitario durante todo el día y madrugada?

Para finalizar, la información obtenida fue transcrita fidedignamente, para luego tabular y graficar la información más importante.

De acuerdo a la **Confirmabilidad**, en este criterio, no existió una manipulación ni en el grupo analizado, ni en la entrevista a expertos, lo cual garantizó la confiabilidad de los resultados obtenidos en el proceso de investigación a partir de los instrumentos aplicados.

Además, con el criterio de la **Transferibilidad**, se evidenció la amplia gama de información producto del análisis al que se sometió a los estudiantes y a la valoración de la investigadora.

Las citas se realizaron según la forma APA, con el fin de respetar los derechos de autor. Los participantes de la investigación aceptaron voluntariamente participar en este trabajo.

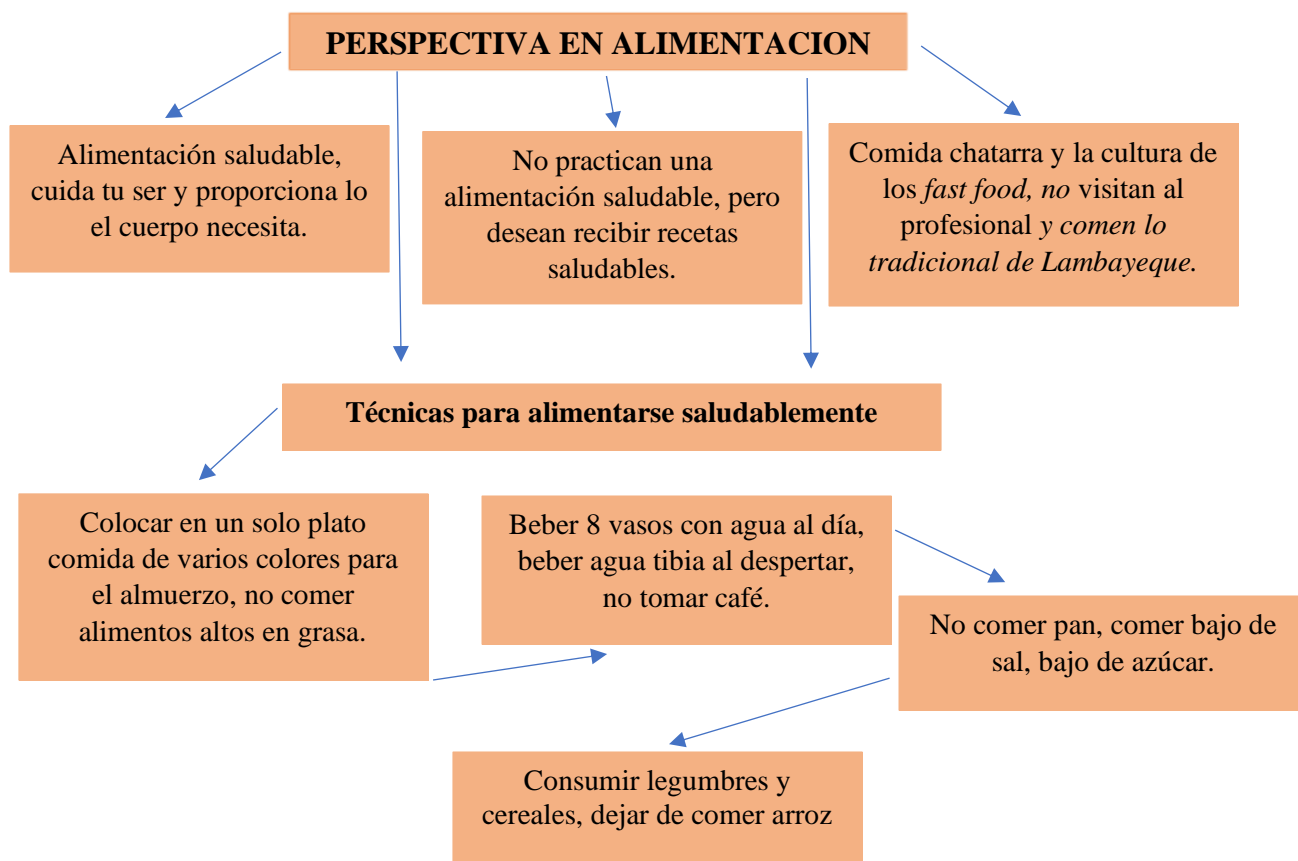
Resultados

Objetivo 1: identificar la perspectiva de cultura en alimentación saludable en los estudiantes de comunicación USAT.

A continuación, se presentan los resultados del *focus group* aplicado a estudiantes del 8vo ciclo de la escuela de comunicación.

Figura 1

Perspectiva de la alimentación saludable y sus técnicas



Nota: Esta figura muestra el conocimiento de los estudiantes en Alimentación Saludable.

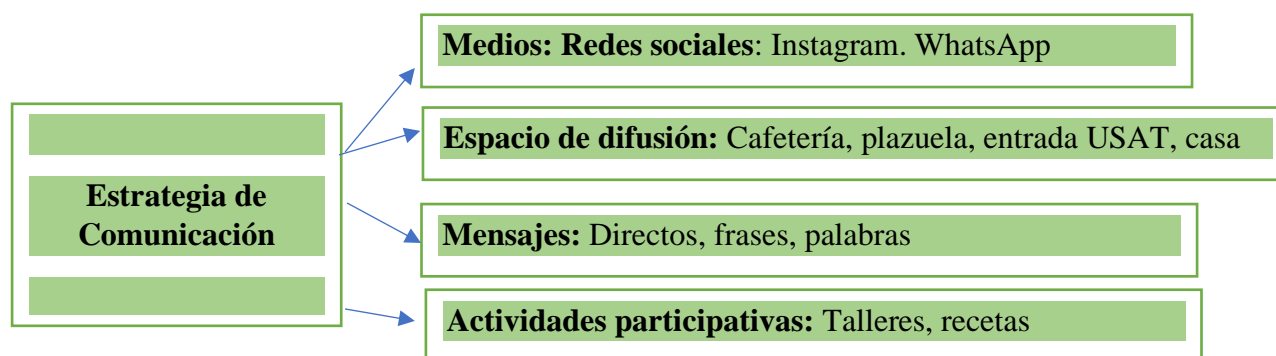
Según las respuestas de los entrevistados, ellos entienden el concepto de Alimentación Saludable, considerando que es aquella que cuida su ser y proporciona lo el cuerpo necesita aunque no se alimentan saludablemente, desean recibir recetas para que practiquen la buena alimentación. También conocen que la mala alimentación se da por un tema sociocultural que conlleva a la cultura de los *Fast Food* y el consumo de la comida chatarra. Los universitarios también conocen técnicas para alimentarse saludablemente, pero no lo practican, así como no visitan al profesional y comen según su cultura lambayecana.

Objetivo 2: Determinar las estrategias de comunicación más pertinentes, así como los medios de comunicación y espacios de difusión en la USAT

Con la finalidad de determinar la estrategia de comunicación pertinente, los medios de comunicación y espacios de difusión en la USAT se presenta los resultados siguientes:

Figura 2

Modelo de estrategias de difusión en comunicación



Nota: Esta figura muestra las recomendaciones de los estudiantes para aplicar estrategias de difusión en comunicación en temas de Alimentación Saludable.

Los estudiantes recomendaron los Medios de redes sociales: Instagram y el WhatsApp, como parte de la estrategia para fomentar la alimentación Saludable ya sea con videos, post y creación de un grupo interesado en recibir información en Alimentación Saludable.

Los Espacios considerados para la difusión dentro de la USAT fueron: la cafetería, la entrada de la universidad, las bancas, la plazuela del estudiante y por pandemia sugirieron sus propias casas (cocina).

Los tipos de mensajes que desean recibir son los directos con palabras o frases que llamen la atención y aprendan del tema. Como se puede apreciar ellos saben que los mensajes directos son los que llegan con mayor fuerza, puesto que son estudiantes de comunicación y lo recomiendan.

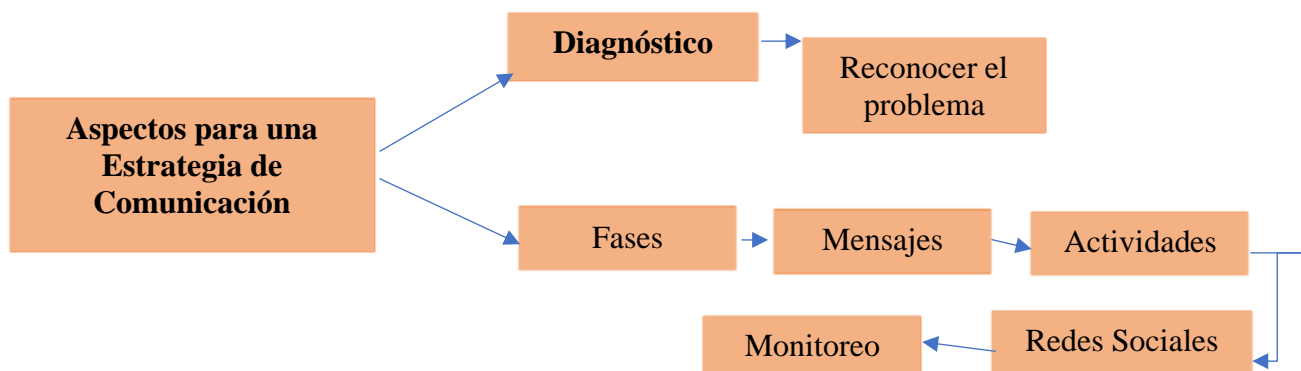
Dentro de las actividades participativas propusieron los talleres de recetas saludables virtuales por el tema de pandemia, además, de querer recibir información por la red social WhatsApp y practicarla con apoyo de especialistas en el tema.

Objetivo 3: Describir la estrategia: herramientas, mensajes, material, actividades, presupuesto y criterios para monitoreo.

Los resultados corresponden a la entrevista de los especialistas en Comunicación para el Desarrollo

Figura 3

Aspectos a considerar en una estrategia de comunicación



Nota: La figura muestra las consideraciones de especialistas en Comunicación para elaborar una estrategia comunicacional.

Entre los aspectos principales para elaborar una estrategia de Comunicación los especialistas precisaron que es necesario hacer un Diagnóstico para reconocer el problema del grupo estudiado. Asimismo, recomendaron que las fases deben ser lo que requieran los estudiantes o el proyecto sin olvidar el diagnóstico del problema de alimentación saludable. También indicaron que toda fase debe ser seguida por la planificación y ejecución de la estrategia, luego se continuaría con el monitoreo y la evaluación. En cuanto a las actividades, los especialistas consideran que estas deben generar vínculo y deben ser interactivas donde todos participen y que se pueda ver en redes sociales.

Con lo que respecta al criterio para monitoreo, delimitaron que se monitorean los Objetivos cumplidos y se miden según la meta, además de crear un sistema dialogante entre los universitarios y los encargados de la estrategia, luego se pasa a la evaluación para poder saber el grado de participación de cada estudiante.

Para el cumplimiento de este objetivo, también se entrevistó a la Mg. Dolores Risco Vélez, quien aportó una dieta saludable, ideal para que sigan los universitarios como parte de las actividades.

Cuadro 2

Alimentos que pueden comer los universitarios según su horario académico.

Clasificación	Horario	Ración	Alimento
Antes del desayuno			Puede tomar agua con limón.
Desayuno	7:00 - 9:00 a.m.	10gm	Pan, jugos de frutas, mermelada, huevos, aceituna
Almuerzo	1:00 - 2:00 p.m.	10gR.	De entrada: Ensaladas de todos los colores De primero: Sopa de verduras con tubérculos, papa, sémola, yuca. De segundo: menestra, carne, arroz o tubérculos y agua.
Lonche	5:00 p.m.	10g	Pan, te, mantequilla, biscocho, jamón.
Cena	8:00 p.m.	10g	Arroz, carne, té, etc.
Madrugada	2:00 – 4:00 a.m.	2 -3	vaso de leche, yogurt o frutas secas

Nota: El cuadro muestra algunas alternativas de comida para que los estudiantes de comunicación aprendan a combinar sus alimentos según su horario académico.

Discusión

Objetivo 1: identificar la perspectiva de cultura en alimentación saludable en los estudiantes de comunicación USAT.

Los resultados demostraron que el conocimiento que tienen los estudiantes de Comunicación en Alimentación Saludable es formada como cultura por el lugar donde habitan y según su interacción social siendo similar entre sus pares. Además, se reveló que están muy ligados a la comida chatarra (*Junk food*) y a la comida rápida no nutritiva (*Fast food*), más no visitan al profesional en nutrición, consumiendo alimentos según la tradición Lambayecana o de casa. Lo positivo es que conocen algunas técnicas para alimentarse saludablemente, aunque no la practican. En relación a la cultura de la Alimentación saludable, Varamendi et al. (2020), manifiestan que en la alimentación influye las costumbres religiosas y las ideologías y que la globalización, ha hecho que las tradiciones culinarias, poco a poco, sean sustituidas por comidas preparadas desligándose de las comidas tradicionales e identidad. Por otro lado, Borbón (2018) en su estudio, Propuesta de una estrategia de comunicación para la promoción de la alimentación saludable de mujeres gestantes evidenció que las embarazadas son influenciadas, en su mala alimentación, por sus familiares o entorno y en último lugar aceptan las recomendaciones del profesional de la salud.

Objetivo 2: Determinar las estrategias de comunicación más pertinentes, así como los medios de comunicación y espacios de difusión en la USAT.

Se determinó que la mejor estrategia es la de Comunicación en Salud. González (2019) sostiene que en la Comunicación para la Salud se puede emplear en conjunto, la Comunicación para el Cambio de Comportamiento, la Comunicación para el Desarrollo, la Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación Participativa. Ríos I. (2020),

explica que la comunicación para la salud ha evolucionado y que puede contribuir a la prevención de enfermedades y a la Promoción de la Salud. Para fomentar la Alimentación Saludable entre los estudiantes de comunicación, recomendaron que se dé a través de plataformas virtuales incluyendo como medios a las redes sociales como: Instagram y WhatsApp. Jiménez y Gómez (2017) manifiestan que el aprendizaje en línea se ha convertido en una herramienta importante en estos últimos tiempos. Además, recomendaron que los mensajes deben ser directos y las actividades deben estar enfocadas a brindar talleres virtuales de alimentación saludable y talleres de recetas saludables. También, expresan que los espacios de difusión dentro de la universidad sean las áreas más transitadas como lo es cafetería, la plazuela del estudiante, la entrada de la USAT y, por último, la cocina de sus casas por motivo de pandemia.

Objetivo 3: Elaborar la estrategia: herramientas, mensajes, material, actividades, fases, presupuesto y criterios para monitoreo para ayudar a los estudiantes a mejorar su calidad de vida.

Los especialistas indicaron que una estrategia de Comunicación inicia por el diagnóstico al reconocer el problema y que las fases, mensajes, materiales, actividades y presupuesto se dan según lo requiera el público estudiado. Ríos, et al. (2020) afirman que una Estrategia de Comunicación permite establecer metas y objetivos claros para dar soluciones concretas y que dichas estrategias se pueden diseñar con la identificación del problema persistente en una comunidad. También, indicaron que se debe monitorear los objetivos cumplidos y se debe evaluar el grado de participación de los estudiantes. Ante ello, Jiménez y Gómez (2017) señalan que las redes sociales permiten valorar y monitorear el aprendizaje a través de las publicaciones de los productos realizados entre docente y estudiante, dando paso a la interacción.

Longa (2018), en su investigación orientada a promover una cultura de prevención en la gestión del riesgo de desastres en los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la USAT, propuso herramientas de comunicación para ser usadas en cada fase de la estrategia y así establecer los criterios para monitorear cada una de ellas. En el tema de monitoreo y evaluación. González (2019), menciona algunas estrategias de comunicación en salud tales como: los talleres de debate o capacitación para prevenir algunas enfermedades, sirviendo como medio de información.

Conclusiones

Los estudiantes están muy ligados a la comida chatarra (*Junk food*) y a la comida rápida no nutritiva (*Fast food*), también son influenciados por la comida tradicional de la región y por la de cada hogar, muchas veces no adecuada para los universitarios. Lo positivo es que conocen algunas técnicas para alimentarse saludablemente, aunque no la practican.

La mejor estrategia es aplicar la de Comunicación en Salud, para que contribuya a la prevención de enfermedades y por ende fomentar la alimentación saludable, además de ser un derecho fundamental en el desarrollo social. Esta estrategia debe ser visible en la misma universidad y en los hogares, con la finalidad de recordar siempre que es necesario Alimentarse Saludablemente. Los medios de Comunicación para los estudiantes son las redes sociales como medios de difusión e información, así como las plataformas de enseñanza virtual.

La descripción de la estrategia que involucra las fases y los mensajes directos son los adecuados para generar interés, así como, las actividades virtuales dinámicas donde puedan participar y aprender recetas saludables para ponerlas en práctica junto con la familia.

Recomendaciones

La presente investigación plantea como recomendación la aplicación de una estrategia en Comunicación para la Salud, teniendo en cuenta lo explicado por los especialistas en comunicación para el desarrollo y teniendo en cuenta la preferencia y participación de los estudiantes.

La estrategia se basa en 4 fases donde se utilizarán: materiales, mensajes, actividades como talleres participativos y talleres de recetas saludables por medio de alguna plataforma virtual cuyo presupuesto es cero y de fácil aplicación, además se adapta a la época de pandemia.

También se recomienda que todos los posts de recetas saludables en la red Instagram, se pueda publicar en el Facebook de la escuela con la gráfica correspondiente, así como en el periódico Ciudad 20.

Asimismo, es necesario que el área de Responsabilidad Social y Bienestar Universitario junto a la Escuela de Comunicación coloque afiches sobre alimentación saludable en los lugares estratégico dado por los universitarios (entrada USAT, plazuela del estudiante, Cafetería, bancas), dentro de la universidad y que cafetería variedad de comida saludable. (cereales, fruta, etc.)

Estrategia

Nombre de la Estrategia: Vive sano, come sano

Fase 1: Proceso de la comunicación

En la primera fase, se recopiló información, a través de un *Focus Group*, en la cual, se descubrió que los estudiantes no practican una buena alimentación, debido a que consumen más comida chatarra que comida saludable basada en frutas y verduras. Por ello se ha tenido en cuenta la presente propuesta implementando una comunicación donde se le pueda enseñar al estudiante a Alimentarse saludablemente, de manera participativa, clara, directa y entretenida. Córdova, et al. (2017) manifiestan que la teoría de la comunicación para a salud utiliza cuatro elementos claves en el proceso de la comunicación: entre ellas la Audiencia, el Mensaje, la Fuente y canal y participación.

Objetivo: Fomentar la alimentación saludable.

Audiencia: Estudiantes de la Escuela de Comunicación

Mensaje: Alimentarse Saludablemente

Fuente: Especialistas en nutrición, comité de Alimentación Saludable

Canal De Comunicación: Redes Sociales, Espacios transitados en la USAT

Participación: Estudiantes, profesores, directivos y padres de familia.

Enfoque: Comunicación participativa en salud

En el apartado de participación y enfoque se requiere la unión de varios actores para que la estrategia pueda funcionar y perdurar en el tiempo. González (2019), afirma que, para

implementar un enfoque de comunicación para la salud, se debe actuar primero en la dimensión política, para que las autoridades conozcan el proyecto, colaboren y así obtener buenos resultados. Como segundo punto actuar en la dimensión organizativa, para que se den espacios participativos y de información con otras áreas y el punto tres son las prácticas comunicativas a fin de comunicar acciones saludables o prevención de enfermedades en participación de todos los actores involucrados. (p17)

Objetivos Específicos

1. Enseñar a los estudiantes a combinar sus alimentos a través de talleres de recetas saludables.
2. Fomentar la cultura de la buena alimentación a través de post y videos en Instagram, WhatsApp y la implementación de banner en los lugares más transitados de la USAT.

Fase 2: Creación de una comunicación participativa

Propiciar el diálogo entre los expertos y los estudiantes por medio de herramientas comunicacionales que permitan aprender sobre alimentación Saludable entre sus pares y sus familiares.

PÚBLICO: Estudiantes de la Escuela de Comunicación.

TÉCNICA: Escrita y gráfica

Cuadro 3

Cuadro de actividades para una comunicación participativa.

Actividad	Organizador/Responsable	Tema	Participantes
Reunión con actores claves	Por primera vez la Directora de la Escuela de Comunicación será quien invite y dirija la reunión, luego lo hará el comité.	Creación del comité de Alimentación Saludable	Profesores, un estudiante por ciclo junto a su padre o madre, la directora de Responsabilidad Social y directora de Bienestar Universitario.
Creación del Grupo WhatsApp	encabezado por la / el presidente del comité	Creación del Grupo WhatsApp para brindar novedades de Alimentación Saludable	Los interesados en recibir información
Creación de la red Instagram	encabezado por el comité	Creación de la red Instagram	Todos
Material de promoción	Encabezado por los estudiantes del comité	Material de promoción	Estudiantes voluntarios que integran el comité ASPLEC
Taller Virtual 1	encabezado por el presidente, secretaria y todos los integrantes del comité	Alimentación para una buena Salud	Estudiantes de Comunicación y padres de familia.
Taller virtual 2	encabezado por el presidente, secretaria y todos los integrantes del comité	Alimentos energéticos para estudiar	Estudiantes de Comunicación y padres de familia.
Taller virtual 3	encabezado por el presidente, secretaria y todos los integrantes del comité	5 recetas Saludables en pandemia	Estudiantes de Comunicación y padres de familia.
Intervención abierta	Comité ASPLEC, ESSALUD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	Celebración del día de la Alimentación Saludable	Estudiantes

Nota: el cuadro muestra ideas claves para organizar actividades e involucrar a docentes, padres de familia y universitarios con la finalidad de crear la comunicación participativa por medio de talleres, redes sociales y sobre todo la creación del primer comité de Alimentación Saludable universitario.

El comité debe estar integrado por un profesor, tres estudiantes de los primeros ciclos, tres padres de familia de los ciclos intermedios (los cuales serán elegidos por mayoría de votos en la primera reunión con actores claves) y una directora de Responsabilidad Social o Bienestar Universitario, con la finalidad que ellas conozcan el tema y puedan formar nexos de apoyo y fuerza. Además, es necesaria la participación de los padres de familia para que aprendan junto con sus hijos y puedan reforzar en casa la Alimentación Saludable. Córdova, et al. (2017), indica que es necesario capacitar a comunicadores en temas de salud para incentivar y promover la práctica de comportamientos saludables.

Material De Comunicación

1. Afiches de Alimentación Saludable para colocar dentro de la USAT
2. Afiches de promoción de talleres de Alimentación Saludable
3. Post para la red de Instagram
4. Spots audiovisuales para los talleres y la red de Instagram
5. Stiker promocionando la Alimentación saludable para la casa de los estudiantes
6. Tarjeta de compromiso
7. Ficha de monitoreo
8. Tarjeta de evaluación

Cuadro 4*Taller de Alimentación Saludable*

Taller	Responsables del taller	Lugar	Ponente	Tema	Medios De Difusión
Taller 1	Comité de Alimentación Saludable	Modo virtual	Mg. Dolores Risco Vélez	Alimentación para una buena Salud	Se promociona desde una semana antes por los medios de Instagram y por el Facebook de la escuela. Se crea un link de inscripción vía Google y el WhatsApp grupal.
Taller 2	Comité de Alimentación Saludable	Modo virtual	Mg. Dolores Risco Vélez	Alimentos energéticos para estudiar	Se promociona desde una semana antes por los medios de Instagram y por el Facebook de la escuela. Se crea un link de inscripción vía Google y el WhatsApp grupal.
Taller 3	Comité de Alimentación Saludable	Modo virtual	Mg. Dolores Risco Vélez	Alimentación para una buena Salud	Se promociona desde una semana antes por los medios de Instagram y por el Facebook de la escuela. Se crea un link de inscripción vía Google y el WhatsApp grupal.

Nota: El cuadro muestra los temas para los talleres en Alimentación Saludable, así como los responsables, ponente, lugar y sobre todo el medio de difusión.

Pautas de las ceremonias de los talleres:**Pauta - Taller 1: Alimentación Para Una Buena Salud**

- Se presenta el taller a cargo de un monitor y se pasa el video promocional
- Palabras de la bienvenida a Cargo de la directora de Escuela
- Se presenta al comité
- Palabras de la presidenta del comité
- Se presenta a la especialista y se inicia con el taller
- Interacción con los asistentes y mención de la entrega de cartilla de compromiso vía e-mails.
- Palabras de despedida a cargo de la Directora de Responsabilidad Social
- Palabras de cierre de la directora de Bienestar Universitario
- Finaliza el taller a cargo de la monitora y comunica nuevamente que enviará a sus correos la cartilla de compromiso

Pauta – Taller 2: Alimentos Energéticos Para Estudiar

- Se presenta el taller a cargo de un monitor y se pasa el video promocional
- Palabras de la bienvenida a Cargo la presidenta del comité
- Se presenta a la especialista y se inicia con el taller
- Interacción con los asistentes y el avance de la tarjeta de compromiso
- Palabras de despedida a cargo de la Directora de Responsabilidad Social
- Palabras de cierre de la directora de Bienestar Universitario
- Finaliza el taller a cargo de la monitora y comunica que enviará material útil por le WhatsApp del grupo.

Pauta – taller 3. Alimentación para una buena salud

- Se presenta el taller a cargo de un monitor y se pasa el video promocional
- Palabras de la bienvenida a Cargo de la directora de escuela
- Se presenta al comité ASPLEC
- Palabras de la presidenta del comité
- Se presenta a la especialista y se inicia con el taller
- Interacción con los asistentes y el avance de la tarjeta de compromiso a través de testimonios
- Palabras de despedida a cargo de la Directora de Responsabilidad Social
- Palabras de cierra de la directora de Bienestar Universitario
- Finaliza el taller a cargo de la monitora y comunica que recepcionará la cartilla de compromiso para evaluación de avance y luego se les entrega nuevamente.

Diseños de tarjeta de compromiso

Dicha tarjeta se entrega en el primer taller, con la finalidad de que los estudiantes tomen conciencia de la importancia de comer Alimentos Saludables, en la cual cada estudiante y padre de familia anotara sus nombres completos, firma y DNI a modo de declaración jurada.



Cuadro 4

Presupuesto General

Detalle	Cantidad	Precio
En el taller no se gastará nada debido a que todo es virtual y la experta colabora con la escuela.	0	0
Total		0

Nota: El presupuesto es cero debido a que todo se hace de manera virtual y se basa en aportaciones ad honorem.

Material virtual de promoción de talleres y difusión de recetas saludables en Instagram y WhatsApp por medio de post y videos para fomento de la alimentación saludable.

Cuadro 5

Mensajes para publicitar la alimentación saludable y ubicación.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
En el taller no se gastará nada debido a que todo es virtual y la experta colabora con la escuela.	0	S/ 0.00	S/ 0.00
Banners de Alimentación Saludable para colocar dentro de la USAT	3	S/ 60.00	S/ 180.00
medio millar de Tarjeta de compromiso	1	S/ 80.00	S/ 80.00
medio millar de tarjetas de monitoreo	1	S/ 80.00	S/ 80.00
medio millas de Tarjetas de evaluación	1	S/ 80.00	S/ 80.00
7 modelos de Stiker's con diferentes mensajes promocionando la Alimentación saludable para la casa de los estudiantes, cuadernos y banca de la universidad. Medio millar de cada modelo.	7	S/ 100.00	S/ 700.00
TOTAL			S/ 1,120.00

Nota: El presupuesto para los talleres es de S/0.00 debido a que todo se hace de manera virtual y se basa en aportaciones ad honorem de los profesionales, a diferencia de los materiales físicos que se gestionaría con algún colaborador. Todo suma un total de S/.1,120

Diseño de Banners físicos para fomento de alimentación saludable dentro de la USAT







ENERGÍA
Y VITALIDAD PARA
TODO EL DÍA

"Green Vegetables"

APRENDE A CONSUMIRLOS

USAT
Universidad Católica
Santa Teresita de Bogotá

C
Comunicación

ASPLEC



USAT
Comunicación

AGUA
Y
EJERCICIO

ES EL GRAN BENEFICIO
PARA COMBATIR EL
STRESS.



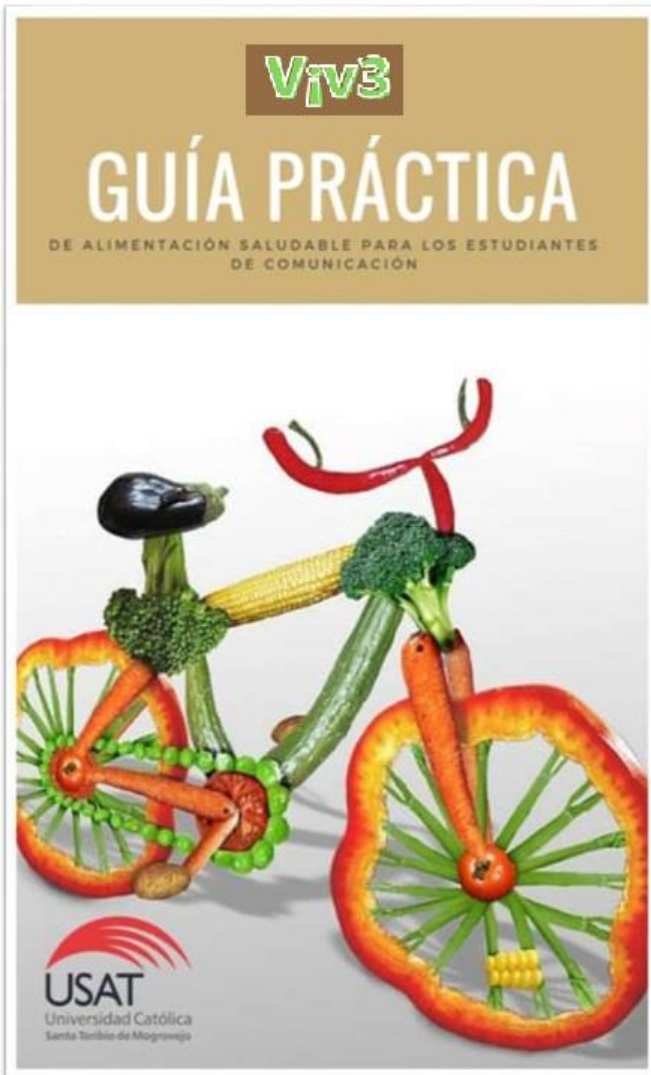
Stikers para casa y cuadernos





Guía de Alimentos Saludables

Esta guía está basada en los datos obtenidos de la entrevista a la especialista en nutrición.



VTV3

GUÍA PRÁCTICA

DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE PARA LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN

USAT
Universidad Católica
Santa Teresita de Mogroviña


DE ESPECIAL CUIDADO



DESAYUNO
DE 7:00 A 9:00 A.M.

Palta, pan con queso, leche, frutas, ensalada de frutas, yogurth, jugos, mermelada y abundante agua


IMPORTANTE



ALMUERZO
DE 1:00 A 2:00 P.M.

Arroz con menestras, ensalada de verduras, infusiones, caldos, sopas, carne de pollo, pescado, etc. Y abundante agua


NECESARIO



LONCHE
A LAS 8:00 P.M.


10gm., de arroz y carne, yourth, pan acompañado de queso, jamón ,infusiones o leche.

DE ESPECIAL CUIDADO



MADRUGADA
DE 12:00 A 4:00 A.M.

Yogurth, cereales, frutos secos, frutas frescas.



Difusión de *tips* y recetas saludables en Instagram y WhatsApp por medio de post y videos para fomento de la Alimentación Saludable.

Creación de videos con tips de alimentos saludables en Instagram de la escuela.

Las pastillas televisivas utilizadas, elaboradas por los estudiantes integrantes de comité junto a voluntarios que puedan apoyarlos, de esta manera se involucra a más estudiantes. Estas pastillas, están enfocadas en promocionar la alimentación saludable entre los estudiantes de Comunicación. Dichas pastillas se publicarán en la red de Instagram y WhatsApp.

Por el momento lo que se muestra en este proyecto, es un ejemplo a lo que se aspira entre los universitarios. Además, estos videos se deberán emitir dejando dos días durante una semana con la finalidad de captar la atención de los estudiantes.

Presentación de las pastillas televisivas

VIDEO 1

CONDUCTOR 1:

Presentador : Se muestran imágenes del logo del bloque mientras una voz en off narra el contenido

Voz en of: La escuela de comunicación presenta. El bloque Alimentación Saludable. Un espacio creado especialmente para los estudiantes de Comunicación y para la cultura de la buena alimentación.

Conductor 1 : Se muestra la imagen del conductor

Conductor 1: Para mantener el buen físico, la buena salud y la energía física y mental hay que procurar comer saludablemente.

Conductor 1 : Se muestra la imagen del conductor, señalando con el dedo índice el número 1

Conductor 1: En el desayuno

Conductor 1 : Se muestran imágenes de las comidas mientras el conductor 1 habla en voz en off

Conductor 1: Una rica taza de leche, cuatros panes con mermelada, más fruta fresca, como la manzana o las fresas.

Conductor 1 : Se muestran la imagen del conductor

Conductor 1: No olvides este *tips* que te hará tener una vida sana, te dará mayor concentración en clase y te hará vivir mejor.

VIDEO 2:

Presentador : Se muestran imágenes del logo del bloque mientras una voz en off narra el contenido

Voz en of: La escuela de comunicación presenta. El bloque Alimentándose para el futuro. Un espacio creado especialmente para los universitarios y la cultura de la buena alimentación.

Conductor 2 : Se muestra la imagen de la conductora

Conductora 2: Si te sientes agotada, por todo el esfuerzo de la U. No dudes almorzar un buen plato que contenga:

Conductor 2 : Se muestran imágenes de las comidas mientras la conductora 2 habla en voz en off

Conductora 2: Un rico arroz colorado con granos verdes como el chileno o la arveja más carne seca, ensalada de palta con lechuga y una sopa de carne de res, luego de ello es recomendable beber agua.

Conductor 2 :Se muestra la imagen de la conductora, señalando con el dedo el número 1

Conductora 2 : No olvides estos *tips* ya que somos lo que comemos.

Hay que recordar, que cada producción debe estar enfocada a las necesidades de salud del estudiante, como el peso, el estrés, enfermedades estomacales, ingesta de comida chatarra, etc.

CREACIÓN DE POST PARA INSTAGRAM CON RECETAS SALUDABLES



Torrejas de avena

- 1 huevo
- 6 cucharadas de avena
- Agua
- canela al gusto y
- una pizca de sal

Preparación

Batir todo en un recipiente y freír en un sartén con una pizca de aceite

Viv3
Vive sano, come sano
Alimentación Saludable para
estudiantes
de Comunicación



Ensalada

- Para 3 personas
- 7 huevos
- 1/2 kilo de brócoli

Preparación

sancochar los huevos y el brócoli a parte, luego colocar en un plato grande sal y pimienta a gusto

Viv3
Vive sano, come sano
Alimentación Saludable para
estudiantes
de Comunicación




Ensalada

- 1 palta
- 1 pimiento
- 1 limón

Preparación

Colocar en un recipiente la palta picada y al rededor el pimiento picado. Agregar limón y sal al gusto.

Viv3
Vive sano, come sano
Alimentación Saludable para
estudiantes
de Comunicación




Ensalada de Atún



- 1 tarro de Atún graded
- un tomate
- una ramita de lechuga
- una cebolla
- un rebanada de pepinillo
- Aceite de oliva

Preparación

Picar la verdura y colocar el Atún en un recipiente junto a la verdura, luego rosear una pisca de sal, unas gotas de limón y un poquito de aceite de oliva



Viv3 Vive sano, come sano
Alimentación Saludable para
estudiantes
de Comunicación



Ensalada para tus madrugadas



- 2 Kiwis
- 2 Mandarinas
- 2 bolsitas de maní salado

Preparación

En un recipiente une todos los ingredientes y disfruta. La combinación de estos frutos te dan energía para seguir estudiando.



Viv3 Vive sano, come sano
Alimentación Saludable para
estudiantes
de Comunicación

FASE 3: MONITOREO

El monitoreo examinará periódicamente la ejecución de las actividades de acuerdo al plan trazado, para asegurar el logro de los objetivos en el proyecto. También se recopilará información sobre el avance de la estrategia para: cambiar la gráfica de los mensajes, cambiar a las personas responsables, ver otros medios de difusión o momentos más adecuados, etc.

ASPECTOS Y ACTIVIDADES A MONITOREAR:

- **Reacción:** aquí se verá si el público está reaccionando negativamente a los mensajes a la cultura que se quiere iniciar, por lo cual, se deberá cambiar los mensajes o se deberá cambiar algunos elementos
- **Conducta deseada:** aquí se verá si hay cambio de conducta en los estudiantes, ello ayudará a cambiar o adaptar la estrategia, así se podrá visualizar el cumplimiento del objetivo y hasta qué punto se está cumpliendo.
- **Aprendizaje**

Cuadro 6

FICHA DE MONITOREO

Actividades	Calificación			
	Mucho	Poco	Muy poco	Nada
Comprendes el mensaje de los Banner y Stickers de Alimentación Saludable que se encuentran en la USAT y en tu casa				
Pones en práctica las recetas saludables brindadas en Instagram				
Pones en práctica los consejos y recetas dadas en los talleres				
Tu familia actualmente come alimentos saludables				
Tu familia prepara platos saludables todos los días				
Tu familia prepara platos saludables tres veces por semana				
Crees que tu familia y tú han aprendido a comer saludablemente				

Nota: el cuadro es un referente para poder monitorear el cumplimiento de comer saludablemente.

FASE 4: EVALUACIÓN

Aquí se sabrá el logro de los objetivos y el impacto en la población estudiantil de la escuela de comunicación. Es decir, saber hasta qué punto el plan de comunicación ha sido efectivo, por tanto, dichos resultados darán una mayor credibilidad a la estrategia.

Dicha evaluación se realizará en dentro del charla virtual: AVANCES DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN a través de una ficha tal cual se describe a continuación y se debe marcar con un aspa de acuerdo al puntaje.

Cuadro 7

Cuadro de puntaje

VARIABLE	VALORACIÓN	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
MOTIVACIÓN	Me agradó participar en el proyecto de alimentación saludable					
IMPORTANCIA	Las técnicas utilizadas fueron las adecuadas para el tema de la alimentación saludable					
EFFECTIVIDAD	Cres que el proyecto ha contribuido a tu proceso de enseñanza-aprendizaje en alimentación saludable.					

Nota: el cuadro sirve para mostrar el grado de motivación, importancia y efectividad de la estrategia de comunicación en Alimentación Saludable.

Cuadro 8

Ficha de evaluación

EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES	PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
Me agradó el Primer taller virtual					
Me pareció interesante el Segundo taller virtual					
Mi familia aprendió con el Tercer taller virtual					
Fue dinámica la Intervención abierta por que aprendí entretenidamente					
Los posts de Redes sociales son adecuados					
Los materiales de Alimentos saludables son los adecuados					
La difusión en medios de comunicación completa mis expectativas					

Nota: el cuadro muestra una escala de puntaje en la cual, los estudiantes evalúan las actividades desarrolladas, material impreso y virtual.

TARJETA DE EVALUACIÓN DE AVANCE A LOS ESTUDIANTES

Esta tarjeta permitirá evaluar a los estudiantes, de manera que se sabrá lo que comieron en la última semana. Ellos escribirán en el horario que se muestra el alimento que comieron en cada día de la semana y en la hora adecuada. Esta tarjeta será monitoreada en cada taller.

TARJETA DE AVALUACIÓN

- LECHE
- QUESO
- VERDURA
- PESCADO
- CARNE DE RES
- CARNE DE POLLO
- OTRAS CARNES
- MANTEQUILLA
- SOPAS
- GOLOSINAS
- SNACKS
- MANTEQUILLA

- JAMÓN
- CEREALES
- PAN
- ARROZ
- MENESTRAS
- ENSALADAS
- FRUTAS SECAS
- JUGO DE FRUTAS
- YOGURT
- AGUA
- CALDOS

Hora	Lun	Mar	Mier	Jue	Vie	Sab	Dom
7:00 a 9:00 a.m.							
10:00 a 12:00 p.m.							
1:00 a 2:00 p.m.							
4:00 a 6:00 p.m.							
7:00 a 12:00 a.m.							
Madrugada							

ALIMENTACIÓN SALUDABLE PARA LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN

Referencias

- Alfonso (julio, 2019). Comunicación para la promoción y prevención de la salud: análisis de políticas, estrategias y campañas de comunicación para la prevención de obesidad infantil. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana-Colombia].
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44027/Tesis.pdf?sequence=3>
- Borbón, G. (2018). Propuesta De Una Estrategia De Comunicación Para La Promoción De La Alimentación Saludable De Mujeres Gestantes. [Tesis de posgrado, Universidad Santo Tomás Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social Bogotá, Colombia]
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/14471>
- Bueno (julio, 2018), La técnica del *focus group*.
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/123386/1/La%20t%C3%A9cnica_de_Focus_Group_2018.pdf
- Cajías, (Febrero, 2019). Análisis de las Estrategias de Comunicación para la Salud y su Recepción en los pacientes con diabetes Mellitus tipo II, que acuden al hospital del día “Trinitaria”, Guayaquil. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38671/1/TESIS%20GINA%20CAJ%C3%8dAS.pdf>
- Camelo et al. (2020). Fomento de la Alimentación laboral Saludable en América del Sur. Revista Científica Ciencia Médica.
<https://www.redalyc.org/journal/4260/426064021009/html/>
- Córdova (2017). Comunicación educativa en salud de comunicaciones del ministerio de Salud. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Marcos].
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/393>
- García et al. (julio-septiembre, 2018). Redes Sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. Universidad de Cantabria – España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6723280>
- González (setiembre, 2019). Comunicación en salud: conceptos y herramientas.
<https://ediciones.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2019/09/9789876304139-completo.pdf>
- Gómez et al. (enero-abril, 2022). Comunicación, desarrollo y cambio 4social, nombrando el campo, 9 (4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100006

- Gumusio, G (2019). Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. Vigencia de la comunicación en el cambio social. Los caminos de Ciespal. Sección monográfica, pp. 49-66.
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4104/3195>
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (2018). México.
<https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Ixcot (setiembre, 2017). “El uso de whatsapp en la comunicación entre adolescentes”. [Tesis de pregrado, Universidad San Carlos de Guatemala].
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1571.pdf
- Jiménez y Gómez (abril, 2017). Talleres virtuales: Una estrategia para el desarrollo profesional docente en Costa Rica. Programa Nacional de Informática Educativa MEP-FOD. <https://rieege.mx/index.php/rieege/article/view/403/288>
- Longa, C. (abril, 2018). Propuesta de una estrategia de comunicación para el desarrollo orientada a promover una cultura de prevención en la gestión del riesgo de desastres en los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]
http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/1096/TL_LongaCalderonLuisaElizabeth.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- La Organización Mundial de la Salud (2017). La definición de la Salud OMS [Infografía].
<https://www.axahealthkeeper.com/blog/la-definicion-de-salud-segun-la-oms-infografia/>
- MINSA (2017) Documento Técnico: Lineamientos de Políticas de Promoción de la Salud en el Perú. (p.7).
- Ministerio de Salud (2017). Campaña Perú Sin Anemia: Cuidemos La Salud De Nuestra Infancia. Plan de Comunicaciones. (pp.3-13).
- MINSA (2019) Guía Alimentaria para la Población Peruana.
https://repositorio.ins.gob.pe/xmlui/bitstream/handle/INS/1128/guias_alimentarias_poblacion_peruana.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Norma Legal

- Ley N°-30021, Ley de promoción de Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes (17 de mayo de 2013) <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118470-30021>
- Neira y Cano (2018). Comunicación interna y salud ocupacional: Análisis de la estrategia de prevención de la tuberculosis en un hospital de Lima Metropolitana [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Marcos]

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10402/Vilcacha_gua_re.pdf?sequence=3

- Ordoñez, Z (diciembre, 2018). Estrategias de Comunicación para Prevenir la Violencia de Género, en Estudiantes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]
<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/5531>
- Otzen y Manterola (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Revista Scielo.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pérez y Linzmayer (setiembre, 2018). Scielo. Los buenos profesores en la mirada de padres y apoderados. <http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v21n3/0123-1294-eded-21-03-00373.pdf>
- Ríos et al (octubre, 2020). *Estrategias De Comunicación: Diseño, Ejecución Y Seguimiento*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía Capítulo Estados Unidos.
<https://redipe.org/editorial/estrategias-de-comunicacion-diseno-ejecucion-y-seguimiento/>
- Rodríguez, et al, (2018). La comunicación social en salud para la prevención de enfermedades en la comunidad. *Scielo*. <http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v18n2/1727-8120-hmc-18-02-384.pdf>
- Rodríguez y Gonzáles (julio-septiembre, 2018). La Metodología de la Investigación Cualitativa como necesidad en la carrera de Licenciatura en Enfermería. Revista Scielo.
<http://scielo.sld.cu/pdf/men/v16n3/1815-7696-men-16-03-470.pdf>
- Sala. (junio, 2017). La Comunicación para el Cambio Social: Una mirada participativa al concepto de desarrollo.
https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.5_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_CambioSocial.pdf
- Según Siso (2019). Análisis de las estrategias de difusión y marketing digital de la investigación académica: aplicación en el área de biblioteconomía y documentación. [Tesis de post grado, UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID].
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/56846/1/T41386.pdf>
- Troncoso y Amaya (octubre, 2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de Salud. Revista Fac.Med.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/60235/62861>

Veramendi et al. (febrero, 2020) Cultura Alimentaria En Estudiantes De Educación Básica Regular: Un Abordaje Educativo [Tesis de pregrado, 1 Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Huánuco. Perú]
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100307