



**DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN
ESCUELA DE PUBLICIDAD**

**Trabajo de Grado para optar por el Título de:
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y DISEÑO GRÁFICO**

**“Campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes
Santo Domingo, República Dominicana 2018”**

Sustentantes:

Meidelin Olivero Santiago	2013-1567
Erickson Duverge Flete	2014-0158

Asesor:

Alfredo Nicolas Fernandez Dotel

Distrito Nacional, República Dominicana
Noviembre 2017

Los datos expuestos en el presente proyecto
son de responsabilidad exclusiva de los
sustentantes.

ÍNDICE DE CONTENIDO



Dedicatoria	vii
Agradecimientos.....	x
Resumen.....	xii
Introducción	xiv

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Influencia del sedentarismo en la salud	02
1.2. Grado de conocimiento sobre el sedentarismo	04
1.2.1. Déficit en el nivel educativo de la población	09
1.2.2. Estrategia de comunicación global y local	13

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Diseño de la Investigación	19
2.1.1. Tipo de investigación	19
2.1.2. Métodos y técnicas	20
2.1.3. Población	21
2.1.4. Tamaño de la muestra y distribución	22
2.2. Análisis y presentación de los resultados.....	23

CAPÍTULO III

PROPUESTA CREATIVA

3.1. El Briefing para la publicidad	54
3.2. Racional y plan creativo	55
3.2.1. Blanco al que se dirige la campaña	55
3.2.2. Objetivo de la campaña	56
3.2.3. Tono de la campaña	56
3.2.4. Promesa que se quiere comunicar	56
3.2.5. Reason Why	56
3.2.6. Slogan/Mensaje	56
3.2.7. Eje de la campaña	56
3.2.8. Posicionamiento	56
3.3. Diseño y producción	57
3.4. Presupuesto y plan de Medios	63

Conclusiones	64
Recomendaciones	65
Anexos	66
Referencias	81



D

DEDICATORIAS



MEIDELIN OLIVERO

Dedico este proyecto a mis padres, Juan José Olivero y Susana Santiago por creer siempre en mi, brindarme una educación integral, haberme permitido terminar mis estudios y siempre apoyarme en cada paso que doy, gracias por darme fuerzas para seguir adelante y enseñarme a nunca rendirme. A Erickson Duverge, porque tu ayuda ha sido fundamental para este proyecto, gracias por siempre estar junto a mi hasta en los momentos más difíciles y por ser ese motivo que me impulsó a seguir luchando por mis sueños.



ERICKSON DUVERGE

Dedico este proyecto a mis ejemplo de vida, mis padres, Cristobal Jorge Duverge y Joselyn Flete Sanchez, gracias por apoyarme en todas mis decisiones, brindarme su amor y ayuda incondicional, además, por hacer de mi una persona responsable y con valores. Quiero dedicar tambien este proyeto a Meidelin Olivero y Bianca Duverge, por acompañarme en todo mi proceso universitario y ayudarme a afrontar todos los retos.

A

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecer a la Universidad UNAPEC por haber aceptado ser parte de ella y abrir sus puertas para poder desarrollar la carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos.

También agradecer al profesor Alfredo Dotel, por su asesoría magistral con el proyecto. A todo el equipo de Grupo Nutrimed, en especial a la Dra. Milagros Almonte, el Dr. Richard Marine y la Lic. Anorkis Veloz por colaborar con las entrevistas y recursos bibliográficos para este proyecto. Además, agradecer al profesor Wilson Rodríguez por su colaboración en el desarrollo del trabajo.

R

RESUMEN

El presente trabajo consistió en elaborar una campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes debido a que no existe una clara conciencia acerca de las consecuencias de la obesidad y su incidencia en la calidad de vida.

El sedentarismo es el principal causante de las enfermedades crónicas no transmisibles como la obesidad, la diabetes y riesgos cardiovasculares en los jóvenes, es más letal que las drogas, ya que su proceso es lento y silencioso. En la actualidad las entidades gubernamentales competentes como el Ministerio de Salud y el Ministerio de Deporte no han impulsado ninguna campaña o programa para concientizar a la población sobre las consecuencias fatales que trae el sedentarismo.

Basado en la investigación y recolección de datos se pudo comprobar que la mayoría de los jóvenes llevan una vida sedentaria, dedican mucho tiempo a los dispositivos electrónico, y poseen una dieta descontrolada. Está comprobado que realizar 30 minutos de actividad física moderada puede evitar y disminuir el riesgo de padecer de alguna enfermedad cardiovascular.

Esta campaña busca alertar a la población sobre el sedentarismo y brindarles una solución económica y fácil de combatir ese estilo de vida. Además de explicar todos los beneficios que genera realizar actividad física de manera regular y la mejora en la calidad de vida que brinda.



INTRODUCCIÓN

El sedentarismo se considera actualmente como el factor de riesgo primordial para las enfermedades crónicas no transmisibles y lo más alarmante es que la sociedad actual sumergida en un estilo de vida totalmente inmóvil lo considera apropiado, además de asociar “calidad de vida” con evitar realizar actividades físicas. Los adolescentes mientras están en las escuelas están expuestos a mayor actividad física ya que los programas de educación primaria están orientados a una educación integral que involucra la actividad física como parte del desarrollo del niño. Además, que en muchas escuelas y colegios motivan a los estudiantes a participar de deportes para ser recompensados de ganar los partidos. Sin embargo, cuando el adolescente pasa a la universidad, sus hábitos de vida toman

un cambio desequilibrado, se enfocan en los estudios y trabajo y los deportes quedan en un segundo plano.

Cabe destacar, que esta edad marca fuertemente los hábitos y costumbre del ser humano y de excluir los deportes y actividad física es muy probable que esta conducta se replique en sus otras etapas de vida, ya que los avances tecnológicos han llevado a que las personas adopten esa posición.

En República Dominicana la población no está claramente concientizada acerca de las consecuencias que trae la obesidad y no tener buena calidad de vida en los jóvenes. A partir del 2011 el mundo fitness ha tenido gran auge por la necesidad que tienen las personas por

mantenerse activas y la percepción de consumo de la actividad física, pero aunque las personas utilicen los centros de acondicionamiento o gimnasios para mejorar su condición física, todavía no están agotando las pautas para mantener una vida saludable sin consecuencias futuras.

Para poder mantener el cuerpo en óptimas condiciones, antes de ingresar a un centro de acondicionamiento físico, se debe realizar unas pruebas funcionales para analizar todas las variables de salud del paciente y sobre todo conocer la intensidad y fuerza correcta a que debe someterse el cuerpo, para no llegar a un sobre entrenamiento o desgaste muscular.

Actualmente, el Grupo Nutrimed dirigido por el Dr. Richard Marine, especialista en Nutrición y Medicina Deportiva, está impartiendo Exercise is Medicine en República Dominicana, un programa para prevenir las enfermedades crónicas no transmisibles a través de ejercicios, en donde se han capacitado más de 200 profesionales de la salud dominicanos. El Dr. Richard Marine en una entrevista concedida al Diario Libre (2014, p. 7) asegura que para poder prevenir estas enfermedades, como la diabetes, hipertensión, hiperlipidemia, entre otras se hace menester capacitar a los doctores para que prescriban ejercicios en las consultas, y que el ejercicio se haga parte de las indicaciones médicas.

A nivel local, en el país todavía no se ha registrado una campaña enfocada sobre el sedentarismo. Cabe destacar que muchos nutriólogos y profesionales de la salud dominicanos difunden con frecuencia por sus medios sociales, su preocupación antes el incremento de la tasa de sedentarismo, explicando cómo se puede prevenir este estilo de vida con solo 30 minutos de movimiento al día.

En cuanto a los organismos competentes y las empresas que están relacionadas al tema de la salud y la obesidad como el Ministerio de Salud Pública, SENASA (Seguro Nacional de Salud) y el Ministerio de Deporte no están impulsando la debida educación de la población, aunque el Ministerio de Salud Pública en su normativa 22 de las Normas Nacionales para la atención

integral de Adolescentes establece que hay que “realizar intervención educativa dirigida a promover un estilo de vida saludable y reducir factores de riesgo asociados a hipertensión. Incluir recomendación de dieta balanceada, evitar sedentarismo y realizar actividad física regularmente”, hasta ahora no se ha entendido que el costo de la inactividad física del sistema de salud es más elevado que cualquier otra problemática.

Esta investigación se limita a Santo Domingo Este, Oeste, Norte y Distrito Nacional, tiene una duración de 3 meses de noviembre 2017 a febrero 2018 .

El objetivo principal de esta investigación es analizar por qué no existe una clara conciencia acerca de las consecuencias de la obesidad y su incidencia en la calidad de vida.

Este trabajo se estructuró en 3 capítulos, el capítulo no. 1 habla sobre el marco teórico del sedentarismo, influencia en la salud de los jóvenes y estrategia a nivel local e internacional sobre el tema. En el capítulo no 2, habla sobre el Marco Metodológico y el capítulo no. 3 se presenta la propuesta creativa de la campaña.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. INFLUENCIA DEL SEDENTARISMO EN LA SALUD

Para Aragonés (2015) la inactividad física en la actualidad ocupa el cuarto factor de riesgo de mortalidad más importante en el mundo, compartiendo las primeras posiciones con el consumo de tabaco, hiperglucemia e hipertensión. Además, el sedentarismo influye directamente en el deterioro de la salud, aumento de las enfermedades crónicas no transmisibles y por ende afecta la calidad de vida. Es decir que nuestro estilo de vida es crucial para nuestro desarrollo y si adoptamos una vida sedentaria estamos rumbo a incrementar las cifras de mortalidad.

Por otro lado, Rodríguez (2014) dice que para lograr que dejemos de ser una sociedad sedentaria y nos pongamos en movimiento tenemos que comprender que estamos ante

una lucha entre el conocimiento científico (las investigaciones médicas nos informan que el sedentarismo implica riesgos para la salud) y la tendencia natural de nuestro genoma a acumular y ahorrar energía. Esta realidad traducida a la población dominicana tiene mucho peso, ya que la cultura dominicana suele desmeritar las investigaciones científicas y opta por auto medicarse y buscar soluciones a sus enfermedades por cuenta propia.

Según Labrada (2014), el sedentarismo es “la enfermedad de la civilización”, es la negación del desarrollo que han alcanzado muchos países del mundo, al ser un factor predictor de hipertensión, triglicéridos y obesidad, además es un favor de riesgo coronario relacionado al estilo de vida.

En países anglosajones las personas suelen descuidar su estilo de vida para mejorar su estado económico y educativo, adoptando una vida sedentaria para luego tener que incurrir en costos elevados para poder remediar las enfermedades que provocan este estilo de vida.

Esta vida sedentaria hace que el cuerpo desarrolle enfermedades crónicas no transmisibles, que son afecciones de duración prolongada con una progresión bastante lenta (OMS, 2013). Las enfermedades crónicas no transmisibles según la OMS cobran vida de más de 25 millones de personas al año y son el 63% de causas de defunción. Cabe destacar que el 75% de las personas que padecen estas enfermedades son de países con ingresos bajos y medios, y que por sus limitaciones económicas

tienen prácticas alimentarias malsanas, poco acceso a servicios de salud y están expuestos a la contaminación ambiental.

Aunque el desarrollo de las enfermedades crónicas no transmisibles es lento, existen factores como la urbanización rápida, inactividad física, hábitos pocos saludables, y el envejecimiento de la población que aceleran los procesos y pueden llevar a la persona a padecer de una enfermedad adicional a causa de esta.

Además, algunos comportamientos modificables como el consumo de tabaco aumentan el riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles.

Datos obtenidos de OMS (2017) indican que el tabaco se cobra 7.2 millones de vidas al año y se prevé que las cifras aumenten.

Estas enfermedades crónicas no transmisibles cuenta con 4 tipos principales de enfermedades, las enfermedades cardiovasculares: infartos y accidentes cerebrovasculares, cáncer, diabetes, enfermedades respiratorias.

En República Dominicana el 11% de la población padece de diabetes según el Instituto de la Diabetes, una cifra alarmante cuando nos referimos a la totalidad de los dominicanos.

El director del Instituto Nacional de la Diabetes, Ammar Ibrahim en el artículo En la República Dominicana hay un millón de pacientes con

diabetes concedido al Diario Libre (Santiago, 2013) reafirma este porcentaje y agrega por igual que entre 8 y 10 por ciento de los dominicanos son diabéticos, dice que son muchos factores que inciden para contraer las enfermedades pero en especial la obesidad, la vida sedentaria y la poca actividad física.

1.2. GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE EL SEDENTARISMO

Marine (2016), especialista en Nutrición y Medicina Deportiva junto al Grupo Nutrimed, imparte en República Dominicana bajo el título Exercise is Medicine un programa para prevenir las enfermedades Crónicas No transmisibles causadas por el sedentarismo a través de ejercicios, en donde se han capacitado más de 200 profesionales de la salud dominicanos.

Marine (2016) asegura que para poder prevenir estas enfermedades, como la diabetes, hipertensión, hiperlipidemia, enfermedades respiratorias, cardiovasculares, entre otras se hace menester capacitar a los doctores para que prescriban ejercicios en las consultas, y que el ejercicio se haga parte de las indicaciones médicas.

Este modelo de educación trabaja desde la raíz del problema, en este caso los profesionales de la salud, ya que la población dominicana confía en la credibilidad de los doctores y sus indicaciones, por ende si el doctor es quién te prescribe ejercicio, el paciente asumirá como necesario esta prescripción y la aplicará de inmediato.

Cabe destacar que el Grupo Nutrimed realiza charlas, evaluaciones médicas y levantamiento de muestra a empresas privadas para prevenir las enfermedades crónicas no transmisibles y poder mejorar la calidad de vida de los colaboradores de la empresa y aumentar la productividad interna.

Por otro lado, Laboratorios Amadita (2017) en su misión de bien social hacia la población dominicana, ha auspiciado charlas sobre los nuevos paradigmas en prevención de enfermedades crónicas no transmisibles con el objetivo de sensibilizar a los profesionales de la salud a cambiar su estilo de vida, mejorar el conocimiento y la habilidad para prescribir el ejercicio, aumentar la cobertura de la población que recibe prescripción médica del ejercicio y cambiar las creencias culturales sobre el ejercicio.

El sedentarismo es la falta de actividad física en la vida cotidiana. Cuando una persona es llamada sedentaria, es porque lleva un estilo de vida con poca movilidad, es decir, no lleva un mínimo de actividad física de manera regular, Andia (2014).

Para Pantell (2010) tabaco, sedentarismo, alcohol, obesidad, drogas y accidentes se combinan entre sí, constituyendo los factores más determinantes de la salud presente y futura de una persona, siendo todos ellos controlables por uno mismo. Por tanto, el estado de nuestra salud nosotros lo controlamos mucho mejor que un médico.

La actividad física (AF) se relaciona con el movimiento mientras que el sedentarismo es la conducta contraria. Existe una multitud de actividades denominadas como sedentarias, con un gasto energético por debajo de lo requerido

para ser consideradas como AF. De entre las más habituales se encuentran ver la televisión, los videojuegos, el ordenador, tiempo destinado a hacer los deberes, así como escuchar música, Montero (2015).

Es decir, la inactividad física se define como el no cumplimiento de las recomendaciones mínimas internacionales de actividad física para la salud de la población. Algunos ejemplos de actividades de intensidad moderada o vigorosa son: subir escaleras, correr, andar en bicicleta, nadar, entre otras.

Estas dos teorías hacen notar la diferenciación entre actividad e inactividad física y sedentarismo, ya que cada individuo atendiendo al rol u oficio que desempeña en su vida cotidiana puede ser más o menos activo, y no necesariamente llevar

una vida sedentaria. Al Pensar que al terminar nuestra jornada de trabajo o estudio y hacer labores del hogar nos hace personas activas estamos equivocados ya que para ser activos físicamente debemos cumplir una cuota mínima de ejercicios como los citados anteriormente, Valera (2011)

“En el entorno humano actual de oportunidades múltiples y ubicuas para estar sentado, hay una necesidad crucial de desarrollar una gama más amplia de oportunidades para que niños, adolescentes y adultos tengan más actividad física y dispongan de formas prácticas y realistas de dedicar menos tiempo a estar sentados dentro del contexto normal de sus actividades diarias, Genevieve (2014).

Por tanto, si se consigue incluir la actividad física en todo el desarrollo de los niños y jóvenes se reduce significativamente las enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, hipertensión y estaríamos saliendo del estilo de vida sedentario.

Según un Estudio AFINOS (2010) de la Revista Española de Cardiología, con una muestra de 200,000 adolescente entre 13 y 17 años, los jóvenes con conductas sedentarias tuvieron valores menos favorables en relación a riesgos cardiovasculares. Este estudio llegó a la conclusión que el sedentarismo está asociado con factores de riesgos cardiovasculares en adolescentes, en especial a los obesos y que la adiposidad abdominal es más importante en el desarrollo de riesgos cardiovasculares que la adiposidad general.

Por otro lado Javier (2010) en su estudio Prevalencia de actividad física y su relación con variables sociodemográficas y estilos de vida en la población de 18 a 65 años de Pamplona, demostró que los factores sociodemográficos como profesión, edad, sexo, estado civil y estudios afectan directamente el estilo de vida sedentario, en cambio el tabaco y la obesidad no lo son. Javier (2010) en su estudio revela que un 76.6% de las mujeres son sedentarias y un grupo de mayor edad el 86.3% tiene vida sedentaria, lo que comprueba la hipótesis de Javier de que las variables demográficas influyen en la vida sedentaria de los encuestados.

1.2.1 DÉFICIT EN EL NIVEL EDUCATIVO DE LA POBLACIÓN

Según el Presidente de la Sociedad Dominicana de Cardiología, Donaldo (2017) el 32% de los dominicanos desconocen que padecen de hipertensión arterial, estas cifras fueran extraídas de la encuesta de Prevalencia de Hipertensión Arterial en República Dominicana implementada por la Sociedad Dominicana de Cardiología.

Esta encuesta también arrojó que el 30.8% de la población padecerá hipertensión. Cabe destacar que el universo de pacientes hipertenso, solo el 60% está en tratamiento, quedando un 40% sin medicarse.

Collado (2017) afirma que las atemorizantes cifras arrojadas de la encuesta están asociadas al sedentarismo, obesidad y tabaco.

La Sociedad Dominicana de Cardiología insta a implementar programas educativos para la población que desconoce su nivel de presión arterial y recomiendan realizar una campaña educativa para invitar a la población a tener un mejor estilo de vida y así tener mejor control de los hipertensos.

Desde los 6 años de edad inicia la educación básica con una duración de 8 años de escolaridad. En el 2011, se matricularon 1, 647,114 niños en este nivel, un 75% en el sector público, un 22% en el sector privado y el resto en el sector semioficial.

Como muestran estos datos, la cobertura en la educación básica ha mejorado, pero no han podido alcanzar que los niños, que ingresen en el primer grado y que culminen el octavo a los 13 años.

Existe una tendencia en que los estudiantes que inician un ciclo escolar no lo terminen y esto hace que incremente, puesto que la ausencia escolar pasó de ser 1.6% a 3.9% en el período del 2002 y 2007 en los niños de 6 a 17 años, según nos muestra los datos estadísticos del Ministerio de Educación, UNICEF (2013).

Esta ausencia se debe a la inserción en el trabajo a temprana edad, Responsabilidad Paterna, Trastorno emocional y Responsabilidades adultas tempranas.

Esta deserción escolar es un fenómeno en América Latina que cada vez aumenta sus cifras.

En la rendición de cuenta del 2015 que realizó Carlos Amarante Baret, la tasa de deserción escolar entre el 2012 y el 2014 aumentó de un 2.60% a un 2.98%, aún el Ministerio de Educación adaptar nuevas modalidades como la Jornada Escolar Extendida, que retiene a los estudiantes durante 8 horas y les brinda las 2 primeras comidas del día, Alcántara (2016). Aunque tenemos una tasa elevada de embarazos en adolescente, este no es el factor principal de la deserción escolar.

Según un boletín estadístico que emitió la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) revela que el factor principal es el nivel económico, la deserción y la pobreza se encuentra estrechamente relacionados.

Para el presupuesto del año 2018 se tiene previsto asignar RD\$50,503 del Presupuesto total, al primer nivel de educación, siguiéndole la Educación Media con RD\$22,559 millones y por último con RD\$15,430 millones el grado. Batista (2017). Este asignación de presupuesto provoca que la deserción aumente luego de que los estudiantes pasen a la Educación Media.

Por otro lado, el Ministerio proyecta que un 10% de los estudiantes del nivel básico tienen una edad mayor a lo requerido en el grado que

cursan, lo que muestra que hay una variable determinante para el abandono escolar. Todos estos factores influyen en que el ciclo de vida de los estudiantes dominicanos se vean afectados y que la deserción escolares provoque una falta de educación en temas relacionados a la salud, alimentación y actividad física, desencadenando así jóvenes adultas propensos a alguna enfermedad crónica no transmisibles por una falta de prevención.

Pro Consumidor (2015) afirma que el 58% de los dominicanos están en sobrepeso debido a una alimentación basada en grasas, azúcar y sal, en adicción a una vida sedentaria, estos datos obtenidos del Estudio Factores de Riesgos Cardiovascular, Obesidad y Síndrome Metabólico, Eficard II, del año 2012.

Cabe destacar que Pro Consumidor hizo hincapié en las declaraciones de la OMS sobre el esfuerzo que debe de hacer el Estado para educar a la población sobre este problema, y crear políticas públicas para prevenir enfermedades crónicas No transmisibles a través de la actividad Física, esto reduciría en un 25% el número de muertes prematuras en el 2025.

Según la OMS (2015) entre el 2011 y 2025 si no se aplican políticas para cambiar el estilo de vida de la población se elevarán a 7 billones de dólares las pérdidas económicas relacionadas a las Enfermedades Crónicas no transmisibles (enfermedades cardiovasculares y respiratorias, diabetes, hipertensión) como la reducción de productividad y el gasto médico.

1.2.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN GLOBAL Y LOCAL

El Ministerio de Salud Pública y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) realizaron una conferencia sobre la Diabetes bajo el título, Apura el Paso, vence a la Diabetes, en el cuál la Dra. Alma Fabiola Morales habló sobre la gran población que padece de Diabetes tienen condiciones de vida vulnerables y con poco acceso a una vida saludable.

El Dr. Rodríguez Monegro destacó que los casos de diabetes en su mayoría son prevenibles, y que la manera más fácil de hacerlo es realizando actividades físicas con frecuencia, Paho (2016).

El 25 de octubre del 2016 la Comisión Permanente de Salud de la Cámara de Diputados recibió a representantes de la Asociación de Industria de Bebidas Gaseosas

de República Dominicana (ASIBEGAS) para proponer una campaña contra la obesidad infantil. Las empresas de bebidas gaseosas apoyan las iniciativas de brindar a los jóvenes una vida balanceada. Dentro de las medidas que han tomado las empresas de bebidas gaseosas es de no dispensar Coca-Cola en centros educativos a niños menores de 12 años, Cuevas (2016).

Incarbone (2014) propuso destinar más esfuerzos en dar la docencia de la educación física en las escuelas para combatir el sedentarismo. Incluyendo entre los libros que se les asignan a los niños, materiales diversos de actividad física que servirán de guía a los jóvenes para que lo asocien y lo apliquen, mejorará el estilo de vida de dichos jóvenes.

Este fortalecimiento de la materia de educación física realizará un cambio a largo plazo en las generaciones de nuestra sociedad, ya que los jóvenes de ahora tendrán más conciencia de las problemáticas que trae el sedentarismo y podrán llevar un estilo de vida más saludable y activo.

Según Matsudo (2014) un adolescente debe realizar 180 minutos de actividad física y como máximo 2 horas de juegos y computadoras. Los aparatos electrónicos se han convertido en el principal distractor de los jóvenes, llegando a ser el elemento clave de una vida sedentaria.

Con esta iniciativa de fortalecer la materia de la educación física e involucrando a los jóvenes en actividad extracurriculares para reducir su

tiempo frente al televisor y la computadora, se pueden lograr buenos resultados.

Para NESTLÉ (2017) es importante contemplar las intervenciones nutricionales y cambios de estilo de vida en los dominicanos. Con su programa Nestlé por tu corazón realizaron en conjunto con la senaduría de San Francisco de Macorís, un programa de investigación y salud nutricional para reducir las enfermedades cardiovasculares resultado del sedentarismo y el sobrepeso, siendo la población dominicana afecta de un 58%.

El programa Nestlé por tu corazón, tiene como objetivo impactar en las comunidades de Mata Larga, La Peña, Llave, Pontón y Guiza a 1,600 personas.

Este programa tiene como misión hacer un levantamiento nutricional de estas comunidades para analizar el impacto de esta en su estilo de vida y posterior al levantamiento, se realizarán cursos y talleres de cocina saludable y charlas sobre nutrición y sedentarismo.

Cuando las empresas multinacionales invierten recursos y personal humano para contribuir con problemáticas de la población como el sedentarismo, evidencia el impacto negativo que puede traer no prevenir a tiempo estas enfermedades. Almonte (2017) en el marco del Día Mundial del Corazón llamó a las autoridades competentes a realizar una campaña masiva de prevención, para concientizar a la población sobre las consecuencias de no cuidar la salud.

La Sociedad Dominicana de Cardiología afirman que la principal preocupación acerca de las enfermedades cardiovasculares se debe al poco involucramiento del Estado Dominicano, quienes son los únicos capaces de llevar en marcha estas campaña ya que los costos son elevados para el sector privado.

En Argentina, el Ministerio de Salud de la Presidencia de la Nación realizó en conjunto con la Dirección Nacional de Promoción de la Salud y Control de Enfermedades No Transmisibles el Programa Nacional de Lucha contra el Sedentarismo con el propósito de Reducir la prevalencia de inactividad física en la población general, promoviendo la adopción de estilos de vida activos.

Este programa se enfoca en aumentar el número de localidades para realizar actividad física en los barrios, Enriquecer el conocimiento y la percepción de los beneficios que trae la actividad física. Además, de la creación de políticas públicas para dinamizar la actividad física con compromisos institucionales, desarrollo de guías y regulaciones, MSAL (2015).

Según la Encuesta Nacional 2012 de Hábitos de Actividad Física y Deportes en la Población Chilena, en Chile el 82.7% de la población se declara sedentaria, esto se debe a la falta de actividad física relacionadas con el 10% de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT).

Visto todo el panorama negativo que se estaba viviendo en Chile con el sedentarismo, algunas asociaciones médicas del país se unieron para crear la “Coalición Mover”, una iniciativa basada en enfatizar las consecuencias del sedentarismo, Yáñez (2016).

La estrategia principal de la campaña Mover, era alertar a toda la sociedad que el sedentarismo es la principal causa de muertes en enfermedades coronarias, luego de alertar venían mensajes secundarios donde se explicaba que la solución era gratuita, solo bastaba con caminar 30 minutos cada día, con esto se previenen todas las enfermedades crónicas no transmisibles.

“Un obeso que hace actividad física vive más tiempo que una persona delgada sedentaria. La actividad física es más importante que el ser o no obeso”, insiste Fernández (2015).

Crowley (2016) en conjunto con Tetra Pak realizaron la campaña, Mueve tu cuerpo y Alimenta tu imaginación, en la cual participaron 45 mil estudiantes. Esta campaña promueve la actividad física escolar y la vida sana en Chile.

Esta iniciativa tuvo como actividad central un concurso infantil de coreografías saludables en donde niños de todo Chile participaron y esto motivó a los jóvenes a indagar más sobre la actividad física y la nutrición saludable, además de incentivar la competencia sana.

Alimenta tu imaginación es la campaña con más aceptación en Chile de una empresa privada ya que lleva desde el 2006 realizando estas actividades enfocadas en el cuidado del medio ambiente y la alimentación saludable.

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de este estudio es referido a la planificación de la investigación formal, que incluyó un trabajo de campo en el marco de un proceso de investigación en el cual se aplicaron los pasos de la investigación científica para llegar a respuestas adecuadas sobre las preguntas formuladas y por derivación al problema planteado en este estudio.

2.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se inició como un tipo de investigación exploratoria indicado cuando se conoce poco o nada del tema a investigar de acuerdo al propósito de la investigación que fue crear campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes.

Posteriormente, se abordó un tipo de investigación descriptiva que permitió obtener información de primera mano, la de los encuestados, asegurando la exactitud en los resultados y minimizando a la vez los errores y aumentando la seguridad en estos resultados.

Se realizó un estudio de campo referido a la aplicación de los instrumento de recolección de datos mediante un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Estuvo presente también la investigación de tipo documental ya que se consultaron libros y otras fuentes bibliográficas para así llegar a la conclusión del resultado buscado mediante la documentación recolectada.

2.1.2 MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para la recolección de datos e informaciones que fueron utilizados con el fin de lograr el propósito de la investigación, se abordaron las siguientes tareas:

Estudio exploratorio de la descripción sobre cómo influye el sedentarismo en la salud de los jóvenes y su grado de conocimiento.

Caracterización de los encuestados, según los datos demográficos, psicográficos y conductuales, obtenidos de los cuestionarios realizados a cada uno de los individuos que fueron parte de la muestra.

Determinación de las particularidades visuales que se utilizaron en las campañas de éste índole.

Elaboración de una propuesta de campaña de bien social para concienciar al ciudadano sobre las consecuencias e incidencias de la obesidad en la calidad de vida de los jóvenes

Con relación a estas tareas, los métodos que se aplicaron fueron los siguientes:

Investigación en fuentes bibliográficas, lo que permitió el desarrollo del trabajo de grado por los datos encontrados.

Encuestas, para determinar y obtener las opiniones de los ciudadanos encuestados acerca del conocimiento del sedentarismo y sus consecuencias (Anexo 1) . Esta encuesta fue elaborada siguiendo el cuadro de Relación de Variables e indicadores (Anexo 2).

Obtención de las opiniones de profesionales expertos en el tema que sirvan como soporte para la elaboración de la campaña de bien social.

Un diseño atractivo para cautivar la atención de los jóvenes y el mensaje será fácil de entender con ayuda de los recursos gráficos.

Estuvo presente el método analítico por el carácter del análisis de cada variable de la investigación para poder obtener mejor comprensión de la situación y el método deductivo porque este apela a comenzar por la generalidad de las teorías hasta conseguir el objetivo general, presentando conclusiones relevantes e importantes sobre el estudio realizado.

En cuanto al tratamiento de la información de este estudio, se manejó con el programa Microsoft Word y Google Form de Google Company.

Con el Microsoft Word se elaboró el cuestionario para luego ser insertado y distribuido a través de Google Form. Con Google Form se elaboraron las tablas y gráficos con el fin de visualizar y analizar los resultados de la investigación.

2.1.3. POBLACIÓN

La población está constituida por estudiantes, profesionales y empleados de empresas privadas y públicas del sector salud que se desenvuelven en el polígono central de la ciudad de Santo Domingo.

Esta población se compone de hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 17 Y 40 años de los niveles socioeconómicos medios, medio-altos y altos, que de acuerdo a la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) dicha población es de 472,644 por lo que se consideró infinita.

2.1. 4. TAMAÑO DE LA MUESTRA Y DISTRIBUCIÓN

El tipo de muestra de la presente investigación es probabilística donde cada elemento de la población tiene la probabilidad de ser seleccionado de acuerdo a las características de la investigación.

Como la población se consideró infinita el tamaño de la muestra se obtuvo de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p(q)}{e^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

z= población

p = 50% de probabilidad de ocurrencia del fenómeno = 0.50

q = 50% de probabilidad de no ocurrencia del fenómeno = 0.50

e= 5% de margen de error = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.50(0.50)}{0.05^2} =$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025} =$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} =$$

$$n = 384$$

Aunque el tamaño de la muestra óptimo fue de 384, por recomendación del asesor se sugirió que este fuese de 150 como forma de reducir el tiempo del trabajo de campo, además, que de esta manera no se altera el resultado y se puede hacer las recomendaciones pertinentes.

La distribución de n=150, se hizo de la siguiente manera:

Primer grupo: Estudiantes universitarios	75
-Universidad APEC - Clase B+	35
-Universidad Iberoamericana (UNIBE) - Clase A+	20
-Universidad Autónoma de Santo Domingo - Clase C+	20

Segundo grupo: Profesionales (Mercadólogos, publicistas, nutricionistas y Profesionales de la Salud)

	40
--	----

Tercer grupo: Empleados de empresas privadas (Clínicas de nutrición y medicina deportiva. Agencias Publicitarias)

	20
--	----

Empleados de instituciones públicas (Ministerio de Salud, SENASA y Ministerio de Deportes).

	15
--	----

Total 150

2.2 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Como el propósito del estudio fue crear una campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes se presentan los resultados de la investigación de campo y sus análisis por objetivo:

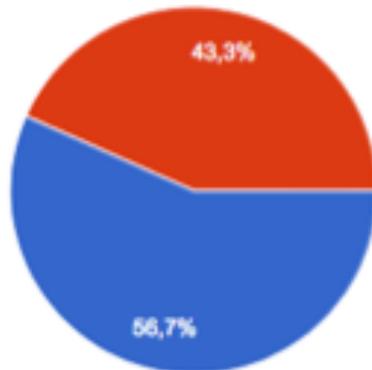
Objetivo 1: Determinar cómo influye el sedentarismo en la salud de los jóvenes

Tabla 1 - ¿Realizas alguna actividad

V	F	%
Si	85	57
No	65	43
Total	150	100

Según se observa en la Tabla No. 1, cerca del 57% de los encuestados realizan alguna actividad física, en cambio el restante 43 % no realizan ningún tipo de actividad física lo que indica un predominio de los que realizan actividad física.

Gráfico 1 - ¿Realizas alguna actividad física?

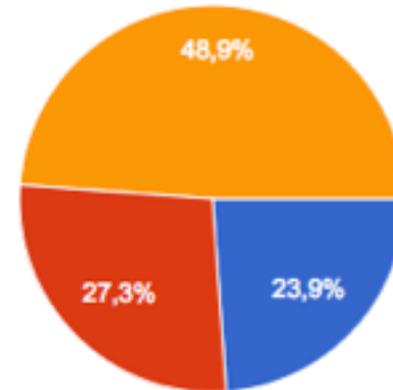


Esto significa que se tiene más posibilidades de cautivar al público que contestó que no más fácil ya que se tendrá el peso de la mayoría que si lo realizan.

Tabla 2- ¿Qué tipo de actividad realizas?

V	F	%
Estiramiento	20	24
Aeróbico	23	27
Ejercicios de fuerza	42	49
Total	85	100

Gráfico 2- ¿Qué tipo de actividad realizas?



Al preguntar qué tipo de actividad física realizan, según el gráfico No. 2, el 49% de los encuestados afirmó que realizaban ejercicios de fuerza, el 27% señaló Aeróbico y un 24% Estiramiento. No basta con realizar ejercicios de fuerza, se necesita realizar aeróbicos y estiramientos para poder tener mejor condiciones físicas. Por ende, la campaña debe de hacerle saber a cada grupo de encuestados de los beneficios de complementar sus actividad física con las demás mencionadas. Además, estas variables nos brindan ideas para elegir el tipo de fotografías a utilizar en la campaña.

Tabla 3- ¿Con qué frecuencia realizas esta actividad

V	F	%
Diario	36	42
Semanal	38	45
Cada dos semanas	11	13
Total	85	100

Esto nos arrojó que el 45% lo realiza semanal, un 42% lo hace diario y un 13% lo hace cada dos semanas. Es necesario caminar 30min. diario para poder evitar el sedentarismo. Es decir, que de los encuestados el 58% son sedentarios ya que se hace necesario realizar actividad física moderada todos los días..

Tabla 4 - ¿Qué haces en tu tiempo libre?

V	F	%
Ver televisión	28	33
Salir a pasear	34	40
Leer un libro	23	27
Total	85	100

Según la tabla el 40% de los encuestados salen a pasear, en cambio el 33% ve la televisión y por último el 27% por ciento lee un libro. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría salen a pasear. Este gráfico nos dice que el 60% de los encuestados realizan actividades que no involucran movimiento y esto puede ser un indicador clave de llegar a una vida sedentaria.

Tabla 5 - ¿con qué frecuencia te sientas delante del televisor o computadora?

V	F	%
Diario	47	55
Interdiario	14	16
Semanas	24	28
Total	85	100

Esto nos arrojó que el 55% lo realiza Diario, un 28% lo hace semanal y un 16% lo hace interdiario. La globalización nos ha llevado a permanecer largas horas sentados en el computador pero esto no implica de mantenernos en movimiento durante el día. Cabe destacar con este gráfico que la percepción de permanecer largas horas frente a la televisión o computadora no aplica para todos ya que el 44% no lo hacen diariamente.

Tabla 6 - ¿Consumes comida chatarra?

V	F	%
Si	118	79
No	32	21
Total	150	100

Según el Gráfico No. 3, el 79% de los encuestados consumen comida chatarra, en cambio el 21% no lo hacen. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría consume comida chatarra. Con los resultados arrojados con esta pregunta se hace necesario explicar dentro de la campaña publicitaria las consecuencias a mediano y largo plazo que conlleva el consumo de comidas chatarras.

Gráfico 3 - ¿Consumes comida chatarra?

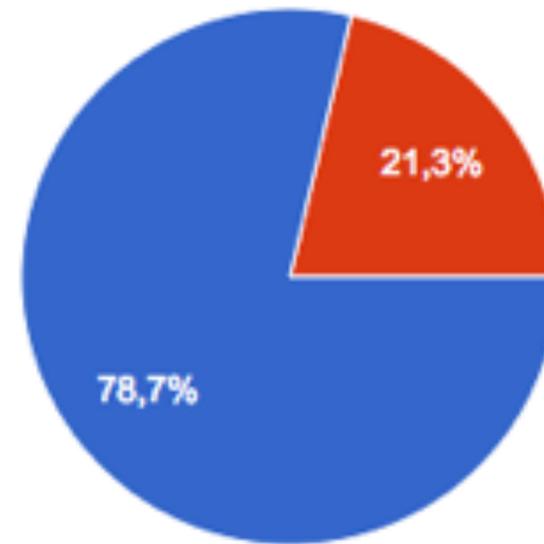
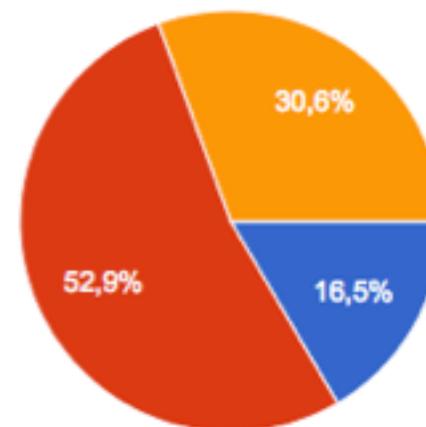


Tabla 7 - ¿Con qué frecuencia la consumes?

V	F	%
Diario	19	16
Semanal	63	53
Quincenal	36	31
Total	118	100

Gráfico 4 - ¿Con qué frecuencia la consumes?



Según los resultados del gráfico 4, arrojó que el 53% lo realiza Semanal, un 31% lo hace quincenal y un 16% lo hace diario. Este gráfico nos indica que hay una tendencia a consumir comidas chatarras en el fin de semana, lo que nos indica que debemos tener mayor frecuencia de incidencia en las redes sociales en el fin de semana, para contrarrestar el consumo de estas comidas no saludables.

Tabla 8- ¿Comes saludable?

V	F	%
Si	96	64
No	54	36
Total	150	100

Según el Gráfico No.5, el 64% de los encuestados comen saludable, en cambio el 36% no lo hacen. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría comen saludable. Cabe destacar que según la investigación realizada previamente, se hace necesario explicar en qué consiste una comida saludable para poder definir parámetros reales.

Gráfico 5 - ¿Comes saludable?

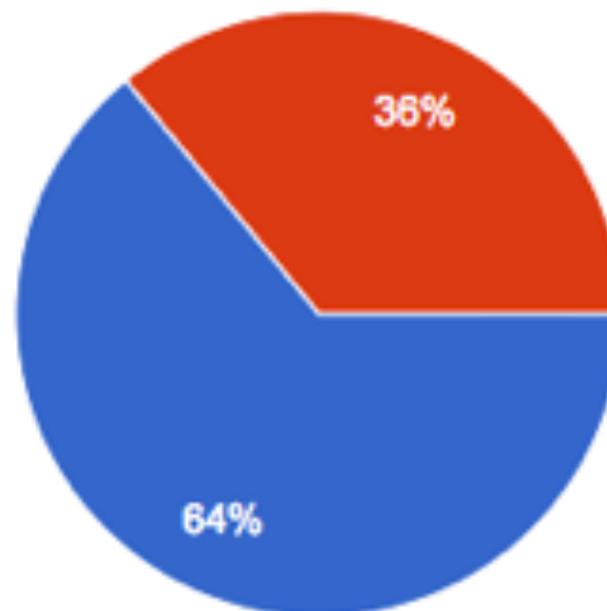
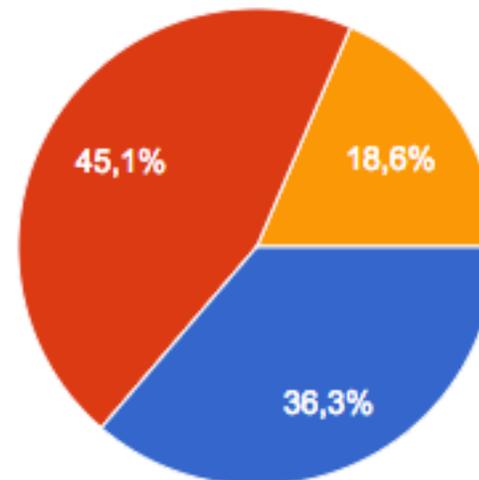


Tabla 9 - ¿Qué consideras que es más saludable?

V	F	%
Frutas	36	37
Ensaladas	45	46
Proteínas	17	17
Total	98	100

Gráfico 6 - ¿Qué consideras que es más saludable?

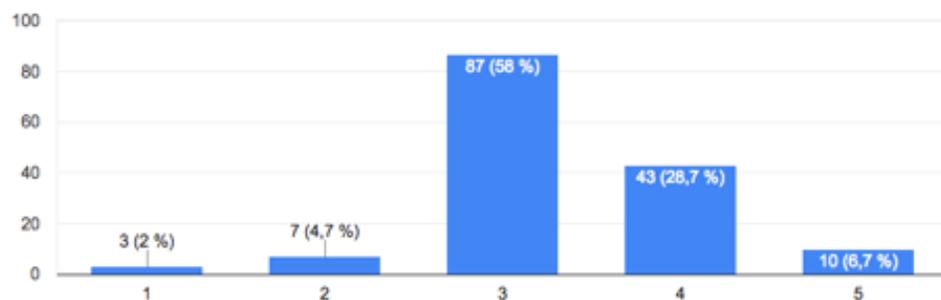


Según el Gráfico No. 6 , el 46% de los encuestados consideran que las ensaladas son más saludables, en cambio el 37% consideran que son las Frutas y por otro lado el 17% consideran que son las Proteínas. Basado en los datos suministrados por los encuestados, prefieren ingerir ensaladas que frutas y proteínas, considerándolas más saludable para su cuerpo. Se hace necesario explicar los beneficios de cada una para poder clasificar cuál es más saludable.

Tabla 10- Del 1 al 5 ¿Qué tan saludable es tu comida? Siendo 1 menos saludable y 5 más saludable

V	F	%
1	3	2
2	7	5
3	87	58
4	43	29
5	10	7
Total	150	100

Gráfico 7 - Del 1 al 5 ¿Qué tan saludable es tu comida? Siendo 1 menos saludable y 5 más saludable

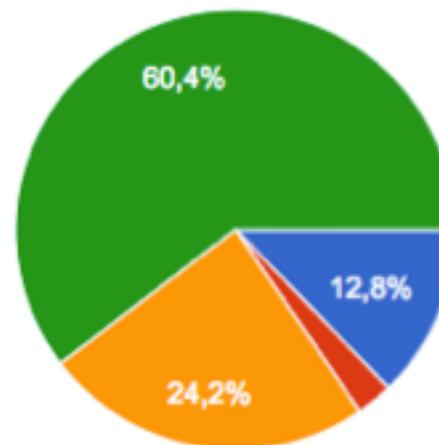


Al decirle a los encuestados, que dieran un número del 1 al 5 de qué tan saludable es su comida, según el gráfico No 7, el 58% otorgó un 3, el 29% un 4, el 7% un 5, el 5% un 2, y por último un 2% un 1. La tendencia de esta pregunta se fue al centro, indicándonos que los encuestados no estaban conscientes del nivel de saludable que era su comida. Integrar en la campaña imágenes de comidas saludable puede ayudar a enriquecer el conocimiento de qué es saludable.

Tabla 11 - ¿De qué manera la vida sedentaria afecta a la salud?

V	F	%
Obesidad	19	13
Diabetes	5	3
Cansancio	36	24
Todas las anteriores	90	60
Total	150	100

Gráfico 8 - ¿De qué manera la vida sedentaria afecta a la salud?



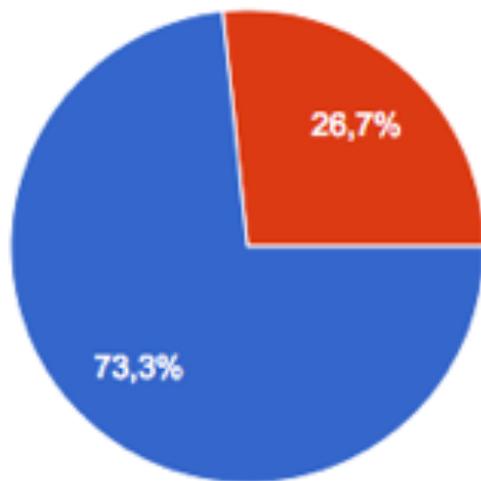
Al preguntar de qué manera la vida sedentaria afecta a la salud, según el gráfico No. 8, un 60% dice que son Obesidad, Diabetes y Cansancio, un 24% afirma que es el cansancio, cerca de un 13 % que es la Obesidad y un 3% que impacta con la Diabetes. 60% es un número interesante para analizar ya que indica el grado de conciencia que tienen los encuestados de las consecuencias que podría causar una vida sedentaria. Esto se traduce en difusión más rápida cuando el público objetivo tenga contacto con la campaña.

Objetivo 2: Determinar el grado de conocimiento sobre el sedentarismo.

Tabla 12- ¿Sabes qué es el sedentarismo?

V	F	%
Si	110	73
No	40	27
Total	150	100

Gráfico 9 - ¿Sabes qué es el sedentarismo?



Según el Gráfico No. 9, el 73% de los encuestados saben que es el sedentarismo, en cambio el 27% por ciento restante de los encuestados desconocen la palabra. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría saben sobre el sedentarismo. Esto nos da la posibilidad de poder utilizar la palabra sedentarismo sin ningún inconveniente ni ruido en la campaña ya que será según la muestra elegida un término que conocen.

Tabla 13 - De estas consecuencias ¿Cuál crees que causa el sedentarismo?

V	F	%
Falta de actividad física	88	80
Mala alimentación	21	19
Ingesta de alcohol	1	1
Total	110	100

El 80% de los encuestados consideran que es por la falta de actividad física, en cambio el 19% consideran que es la mala alimentación y por otro lado el 19% consideran que es la ingesta de alcohol.

Con esta pregunta podemos deducir que no se hace menester explicar que la Ingesta de alcohol contribuye al sedentarismo. Dando lugar a enfocar la campaña solo en la Falta de Actividad Física y en un segundo orden la Mala alimentación.

Tabla 14- ¿Conoces alguna institución que hable sobre el sedentarismo?

V	F	%
Si	14	13
No	96	87
Total	150	100

Según el Gráfico No. 10, el 87% de los encuestados desconocen instituciones que hablen del sedentarismo, el 13% si conocen. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría no saben de una institución que hable sobre el sedentarismo.

Para el plan de implementación estas cifras nos ayudarán a conseguir apoyo de las instituciones interesadas para que sean parte de la difusión de esta campaña.

Gráfico 10 - ¿Conoces alguna institución que hable sobre el sedentarismo?

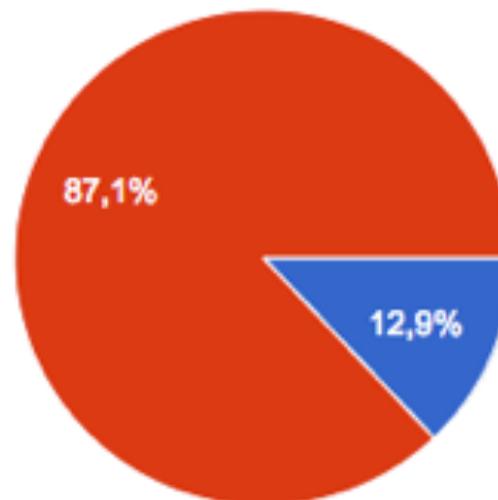


Tabla 15- De estas instituciones, ¿Cuál se dedica a crear conciencia sobre el sedentarismo?

V	F	%
Ministerio de Salud	2	22
SENASA	1	1
Ministerio de Deporte	11	14
Ninguna	76	69
Total	150	100

Muestra que el 69% de los encuestados dicen que no han escuchado hablar del sedentarismo a ninguna empresa, sobre el Ministerio de Salud un 20%, el 14% dicen que es el Ministerio de Deporte, y por último un 1% afirman que es SENASA. Esto indica que existe una tendencia a deducir por su nombre que el Ministerio de Salud contribuye con el sedentarismo. Aunque existen políticas públicas para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos aún estas instituciones han creado una campaña.

Objetivo 3: Describir el perfil de los jóvenes que sufren de obesidad.

Tabla 24- Edad

V	F	%
18 y 22	78	52
23 y 27	32	21
28 y 32	15	10
32 y 37	23	15
Más de 37	2	1
Total	150	100

Esta pregunta nos muestra que el 52% de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 22 años, seguidos del 21% con edades comprendidas entre 23 a 27 años, en tercer lugar el 15% que tienen entre 28 y 32 años, de 32 a 37 años un 15%, y por último el 1% de los encuestados tienen más de 32 años de edad.

Esto corrobora con la determinación del público objetivo, definiéndose entre los 18 y 30 años el segmento principal.

Tabla 25- sexo

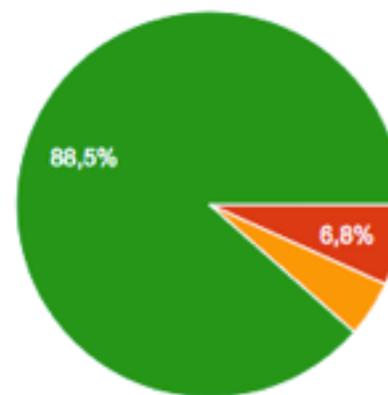
V	F	%
Mujer	95	63
Hombre	55	37
Total	150	100

El 63% de los encuestados pertenecen al género femenino, en cambio el 37% por ciento restante de los encuestados representan el género masculino. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría son mujeres.

Tabla 26- ¿Cuál es tu nivel de estudios?

V	F	%
Primaria	0	0
Secundaria	11	7
Técnico	7	5
Universitario	132	88
Total	150	100

Gráfico 16- ¿Cuál es tu nivel de estudios?



Con respecto al nivel de estudio de los encuestados, según el gráfico No 16, el 88% está conformado por estudiantes universitarios, seguidos por el 7% que son nivel Secundaria y por último el 5% que tienen un nivel técnico.

Tabla 27 - ¿Cuál es tu nivel de ingreso mensual?

V	F	%
5,000 - 9,000	23	15
10,000 - 14,000	21	14
15,000 - 19,000	22	15
20,000 -24,000	19	13
25,000 -29,000	12	8
Más de 29,000	53	35
Total	150	100

Con esta pregunta se muestra el nivel de ingresos de los encuestados donde el 35% posee un nivel adquisitivo de más de RD\$29,000, luego un 15% gana entre RD\$5,000 a RD\$9,000, un 15% entre RD\$15,000 - RD\$29,000 un 14% entre RD\$10,000 a RD\$14,000, un 13% gana entre RD\$20,000 a 24,000, un 8% entre RD\$25,000 a RD\$29,000.

Tabla 28- ¿Cuál es tu estado civil?

V	F	%
Soltero	114	76
Casado	36	24
Divorciado	0	0
Viudo	0	0
Total	150	100

Según el Gráfico, el 76% de los encuestados son solteros y el 24% son Casado. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría son solteras.

Tabla 29- ¿En qué zona resides?

V	F	%
Distrito Nacional	78	52
Sto. Dgo. Este	51	34
Sto. Dgo. Oeste	13	9
Sto. Dgo. Norte	8	5
Total	150	100

Al preguntar en qué zona residen el 52% de los encuestados afirmó que residían en el Distrito Nacional, el 34% señaló vivir en Santo Domingo Este, un 13% en Santo Domingo Oeste, un 9% en Santo Domingo Norte.

Objetivo 4: Elaborar una campaña de concienciación sobre las consecuencias e incidencias de la obesidad en la calidad de vida de los jóvenes.

Tabla 16- ¿Ha visto, leído o escuchado alguna publicidad sobre sedentarismo?

V	F	%
Si	51	34
No	99	66
Total	150	100

El 66% de los encuestados no han leído alguna publicidad sobre el sedentarismo, por otro lado el 34% si lo han leído o escuchado.. Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría no saben de una institución que hable sobre el sedentarismo.

Esta pregunta nos dice que los encuestados están pendiente del sedentarismo, y que son conscientes del poco esfuerzo que se realiza en torno a esta problemática. Basado en esta pregunta tenemos más probabilidad de difusión orgánica por parte de nuestro público objetivo.

Tabla 17- ¿A través de que medio ha visto, leído o escuchado la publicidad?

V	F	%
TV	14	23
Radio	8	13
Periódico	9	15
Revista	5	8
Redes Sociales	22	36
Youtube	1	2
Conversaciones	1	2
Universidad	1	2
Total	61	100

Esta pregunta nos arrojó, que el 36% lo hace por las Redes Sociales, el 23% TV, 15% Periódico, 13% Radio, 8% Revista, y un 2% lo hacen vía Youtube, Conversaciones y Universidad. Según el gráfico, las comunidades dentro de las redes sociales ya se ha hablado sobre el tema, y unirnos a estas cuentas podemos lograr mayor engagement de la campaña.

Tabla 18 - De los siguientes medios ¿Cuál o cuáles utilizas con mayor frecuencia?

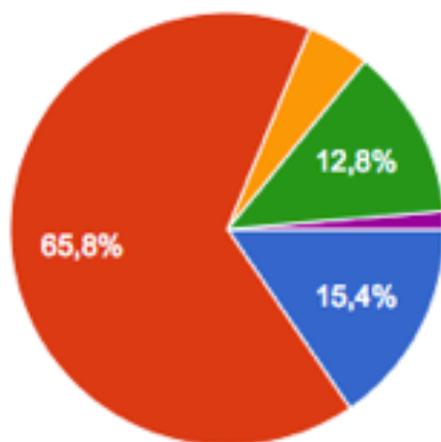
V	F	%
TV	43	20
Radio	43	16
Periódico	15	7
Revista	2	1
Redes Sociales	122	56
Videojuegos	2	1
Total	218	100

Con este gráfico se identifica el medio ideal según los encuestados. El 56% utiliza las Redes Sociales, el 20% TV, 16% Radio, y por último 1% Revista. Esto nos indica que el medio ideal según los encuestados es las redes sociales para mejor difusión dentro del público objetivo. Además, de utilizar algunas inserciones dentro de la televisión para abarcar el 20% de los encuestados.

Tabla 19- Dentro de las redes sociales ¿Cuál utilizas más?

V	F	%
Facebook	23	15
Instagram	99	66
Twitter	7	5
Youtube	19	13
No las utilizo	2	1
Total	150	100

Gráfico 11 - Dentro de las redes sociales ¿Cuál utilizas más?

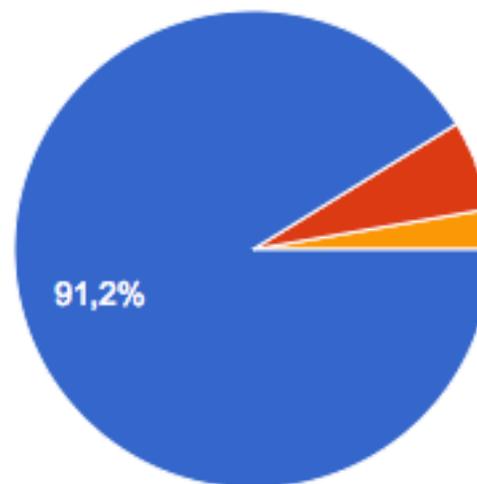


El siguiente gráfico No. 11, muestra cuál red social utiliza más los encuestados, un 66% Instagram, un 15% Facebook, el 13% dice que es Youtube y el 5% Twitter. Por otro lado el 1.3% no las utiliza. Basado en el gráfico el porcentaje mayor de inversión debe de ser Instagram para tener mejores resultados, ya que el 65.8% de los encuestados la prefieren.

Tabla 12- ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

V	F	%
Todos los días	135	90
Interdiario	10	7
Algunas veces	5	3
Total	150	100

Gráfico 12 - ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?



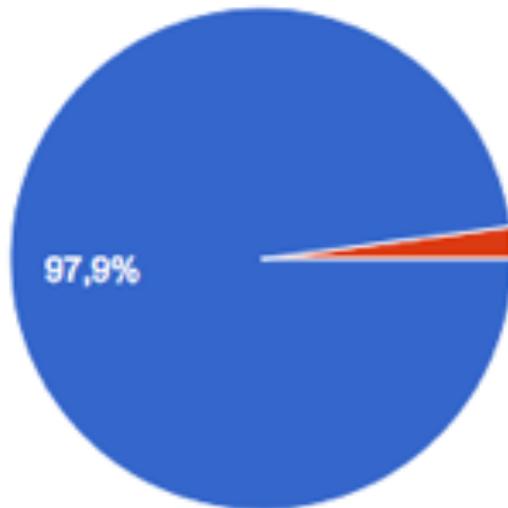
El gráfico No. 12 nos arrojó que el 90% todos los días, un 7% Interdiario y un 3% Algunas veces. Para poder tener mejor difusión la frecuencia de las inserciones deben de ser diarias para poder conectar más veces con nuestro público objetivo.

Tabla 21- ¿Estás de acuerdo con que se realice una campaña de concientización sobre el sedentarismo?

V	F	%
Si	145	97
No	5	3
Total	150	100

Según el Gráfico No. 13, el 97% de los encuestados están de acuerdo que se realice una campaña de concientización sobre el sedentarismo, el 3% no lo desean.

Gráfico 13 - ¿Estás de acuerdo con que se realice una campaña de concientización sobre el sedentarismo?

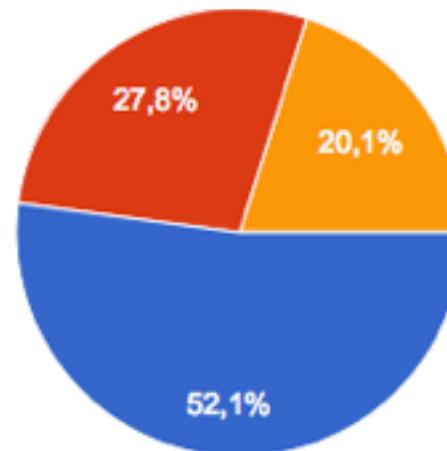


Determinando así, que de 150 personas encuestadas la mayoría desean que se haga una campaña de concientización sobre el sedentarismo. Esto nos da la aprobación casi unánime de los encuestados para crear, desarrollar e implementar la campaña.

Tabla 22 - ¿Qué mensaje sugieres que deba comunicarse?

V	F	%
Activa tu cuerpo	76	51
Párate de la silla	42	28
Muévete	32	21
Total	150	100

Gráfico 14 - ¿Qué mensaje sugieres que deba comunicarse?

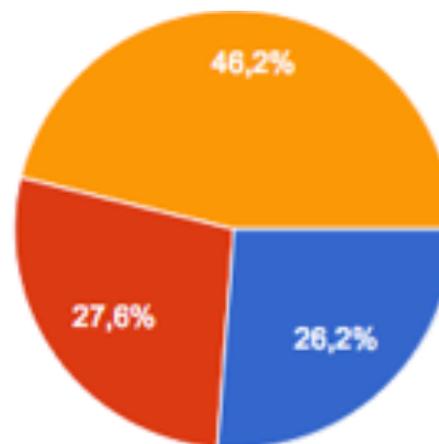


Al preguntar qué mensaje sugieren para la campaña el 51% señaló Activa tu cuerpo, un 27.8% Párate de la silla y un 20.1% afirmó que debe de ser Muévete. Con este gráfico No. 14, podemos determinar que el mensaje principal de la campaña será Activa tu cuerpo, ya que tuvo mayor aceptación con nuestro público objetivo.

23- ¿Con cuál de estos tipos de mensaje te identificas?

V	F	%
Testimonio	39	26
Humorístico	41	27
Problema/solución	70	41
Total	150	100

Gráfico 15 - ¿Con cuál de estos tipos de mensaje te identificas?



Al preguntar qué tipo de mensaje te identifica, según el gráfico No. 15, el 47% sugiere Problema/Solución, el 27% Humorístico y por último el 26% Testimoniales. Con el tipo de mensaje Problema y solución podremos evidenciar el peligro de la vida sedentaria y dar la solución fácil para poder evitar este estilo de vida.

CAPITULO III

PROPUESTA CREATIVA

3.1 EL BRIEFING PARA LA PUBLICIDAD

El sedentarismo es una pandemia, es el 4to factor de riesgo de mortalidad global, cobra vida de más de 5 millones de personas al año, es más poderoso que el consumo de droga, tabaquismo y la obesidad. Es el causante principal de las enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, la obesidad y la hipertensión.

El target primario al cual la campaña está dirigida son estudiantes universitarios y/o profesionales dominicanos que se desenvuelven en el polígono central de la ciudad de Santo Domingo. Hombres y mujeres con edades entre los 17-40 años de edad. Personas que están al tanto de las últimas tendencias digitales, que saben manejarse con facilidad en el internet. Son personas con estilo de vida estresante y cambiante. Con una ideología no definida y que se les hace difícil mantener una

disciplina ante las actividades físicas. Suelen tener una dieta descontrolada y prefieren comer comida chatarra. Sin embargo desean estar saludables.

En la actualidad las entidades públicas relacionadas al tema no han iniciado ningún programa ni campaña para mejorar la situación. Por el contrario empresas privadas como Grupo Nutrimed y Nestle realizan charlas, levantamientos y actividades para concientizar a la población sobre este fenómeno.

La propuesta de campaña llevada a cabo para concientizar a los jóvenes sobre el sedentarismo tiene como objetivo disminuir la inactividad física y lograr el entendimiento de los jóvenes que el sedentarismo puede causar la muerte. Junto a esta, una estrategia comunicativa enfocada en los medios más recurridos por este blanco de público.

3.2 RACIONAL Y PLAN CREATIVO

Apegados al objetivo de alertar a la sociedad sobre las consecuencias de una vida sedentaria, se creará una campaña centrada en los headline con una palabra de acción “Activa” como eje de los copy, complementando el copy central con “Activa tu cuerpo”. Para conectar con el público se utiliza el tagline “Solo necesitas 30 min para evitar la muerte”. Con este headline y tagline queda expresado todo el objetivo de la campaña y el público podrá entender de inmediato el concepto. Además, las piezas estarán acompañadas de fotografías de personas en situaciones reales en donde se evidencia que la vida sedentaria no es una opción. Como cierre se utilizará un texto de anclaje la página web: activatucuerpo.do para que los interesados pueden tener información desglosada de la campaña.

Para la colocación se utilizarán copys inteligente para cautivar la atención del público objetivo, de modo que continúen la conversación y se replique el mensaje de manera orgánica. Además, de los medios convencionales se utilizará como soporte los ascensores de empresas seleccionadas, para la colocación de la campaña.

3.2.1 BLANCO AL QUE SE DIRIGE LA CAMPAÑA

Hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 17-40 años de edad. Personas que están al tanto de las últimas tendencias digitales, que saben manejarse con facilidad en el internet y que le gusta estar saludable. Son personas con estilo de vida estresante y cambiante. Suelen tener una dieta descontrolada y prefieren comer comida chatarra.

3.2.2 OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Sensibilizar a la población sobre los efectos perjudiciales del sedentarismo, y aumentar el conocimiento sobre los beneficios de la actividad física regular para la salud.

3.2.3 TONO DE LA CAMPAÑA

Se apela a un tono persuasivo y cálido para lograr el efecto deseado.

3.2.4 PROMESA QUE SE QUIERE COMUNICAR

Elevar la calidad de los jóvenes que realicen contacto con la campaña motivándolo a realizar actividad física.

3.2.5 REASON WHY

Para reducir la tasa de sedentarismo en jóvenes y prevenirles enfermedades crónicas no transmisibles con la diabetes y la obesidad.

3.2.6 SLOGAN DE LA CAMPAÑA

Activa tu cuerpo

3.2.7 EJE DE LA CAMPAÑA

El eje apela a lo emocional, destacando los beneficios que brinda una vida activa.

3.2.8 POSICIONAMIENTO

Con la campaña se busca posicionar en los jóvenes dominicanos la importancia de realizar actividad física y cómo podemos evitar padecer alguna enfermedad.

3.3 DISEÑO Y PRODUCCIÓN

Para la implementación de la Campaña Activa tu cuerpo se ha realizado una serie de piezas gráficas basadas en recursos fotográficos y textos magnificados para mayor entendimiento del público.

ARTES PUBLICITARIOS

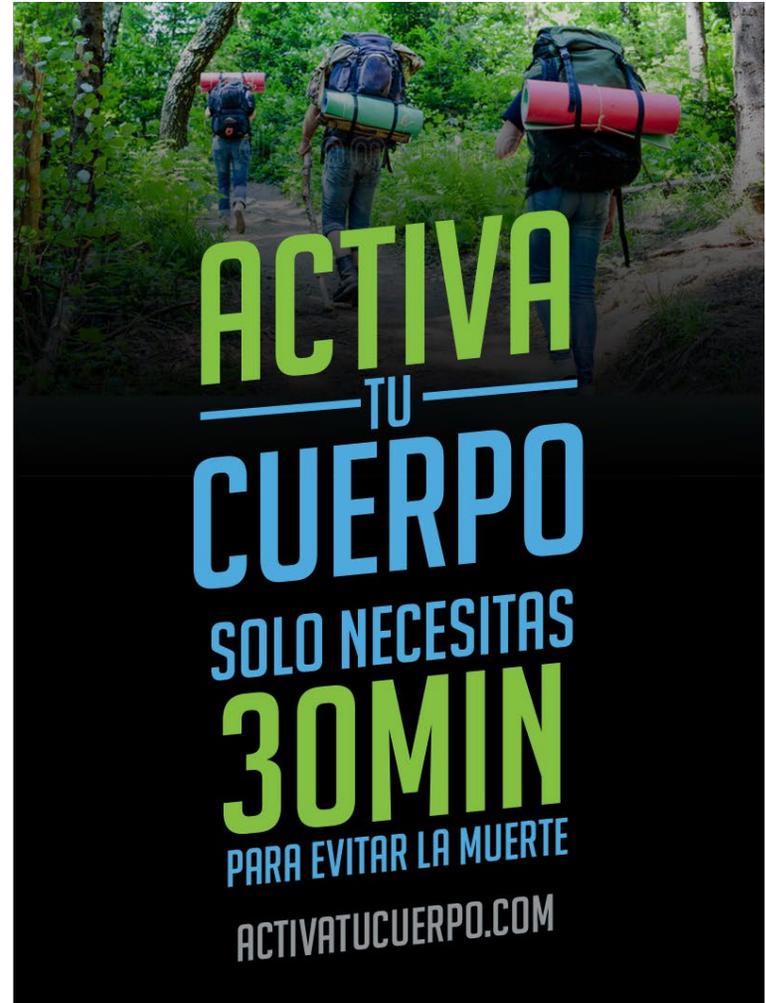
Título o Head Line: Activa tu cuerpo

Copy: Solo necesitas 30 minutos para evitar la muerte.

Slogan: Activa tu cuerpo

Texto de cierre: Activatucuerpo.com





MEDIOS EXTERIORES

Medio: Valla y marquesina.

Formato: 80x48 | 20x50

Ubicación: Av. John F. Kennedy con Máximo Gómez, Ave. Abraham Lincoln - Ágora
Ave. Máximo Gómez esq. México, Elevado 27 de febrero al nivel de la Leopoldo Navarro

Texto: Activa tu cuerpo, solo necesitas 30 minutos para evitar la muerte.

Imagen: Joven realizando actividades físicas.

Cierre: Activatucuerpo.com





REDES SOCIALES

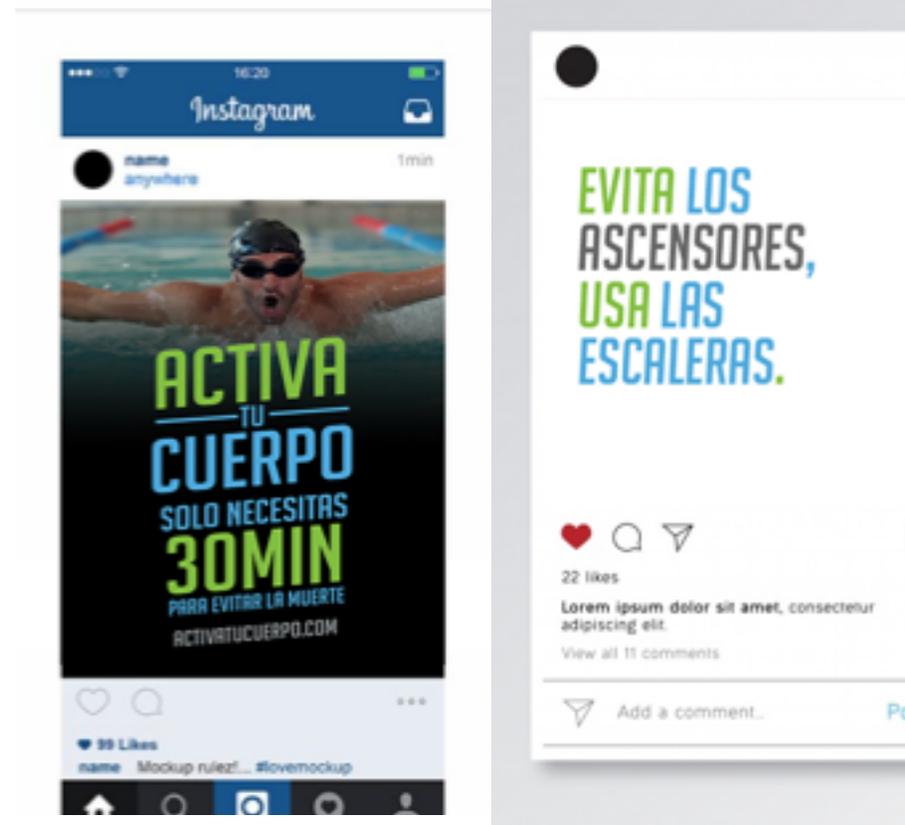
Medio: Facebook, Instagram.

Formato: 600x400 | 1920x1080

Texto: Activa tu cuerpo, solo necesitas 30 minutos para evitar la muerte.

Imagen: Jóvenes realizando actividades físicas.

Cierre: Activatucuerpo.com



BTL

Los ascensores tienen como objetivo brindar comodidad a las personas y evitar realizar un esfuerzo físico para subir las escaleras. Con la colocación de un texto de anclaje: ¡Qué pena el ascensor está dañado, tendrás que utilizar las escaleras. Lograremos motivar a las personas que toman el ascensor a cambiar de rutina y realizar una actividad física moderada.



3.4 PRESUPUESTOS Y PLAN DE MEDIOS

La selección de los medios para exposición de la campaña será en Radio, Exterior e Internet. Son los medios ideales para conectar con el público objetivo y tener más retroalimentación de los mensajes.

En los medios exteriores se utilizarán valles, marquesinas y cilindro. Se utilizarán estos medios de comunicación indirecta por su capacidad de impacto visual, flexibilidad geográfica y permanencia. Estas características nos permitirán captar la atención del público objetivo. El costo de producción es de RD\$165,200 (Anexo 3) y para la colocación de 3 meses un monto en las ubicaciones seleccionadas RD\$544,415 (Anexo 4). Las redes sociales son el medio ideal para difundir de manera rápida y eficaz el mensaje de la campaña.

Las piezas que se utilizarán en las redes sociales serán animadas, basadas en copys inteligente que alerten a los jóvenes, acompañado del headline principal “Activa tu cuerpo” . Para la producción de la campaña en redes sociales el monto asciende a RD\$165,200 (Anexo 5) y para la colocación de 3 meses en Facebook e Instagram RD\$386,745.00 (Anexo 6).

En la Radio se pautaran durante 3 meses en las emisoras 100.1FM , 104.9 FM y 97.3 FM, con frecuencia diaria para cautivar al público objetivo. Además, se utilizará a Spotify (Anexo 7) como soporte secundario de la Radio. El costo para la producción del jingle es de RD\$182,900 (Anexo 8) y la colocación de RD\$231,420 (Anexo 9).

Se realizó un desglose de inversión completo para tener el monto total de la colocación (Anexo 10).

CONCLUSIONES

Como el propósito del estudio fue crear una campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes dominicanos se puede arribar a las siguientes conclusiones:

El sedentarismo es causante de diabetes, obesidad y riesgos cardiovasculares en los jóvenes.

Las entidades gubernamentales competentes no han iniciado ningún programa o campaña para concienciar y dar solución al problema del sedentarismo en la población.

No existen campañas de concienciación sobre las consecuencias e incidencias de la obesidad en la calidad de vida de los jóvenes.

La mayoría de los jóvenes llevan una vida sedentaria, dedican mucho tiempo a los dispositivos electrónico, y poseen una dieta descontrolada.

RECOMENDACIONES

Luego de arribar a las conclusiones precedentes y como parte del propósito del estudio se recomienda lo siguiente:

Que los Ministerios de Salud, de Deporte y SENASA sean parte de la difusión de la propuesta de campaña y que asuman como suya esta iniciativa y su puesta en implementación, ya que poseen el poder del Estado y la credibilidad para poder difundir a nivel nacional el mensaje.

A

ANEXOS

Anexo 1

Cuestionario aplicado a la muestra para la recolección de datos.

Cuestionario

Somos estudiantes de término de la Universidad APEC optando por el título de Licenciatura de Publicidad. Este cuestionario es la herramienta de recolección de datos para nuestra Campaña de bien social sobre el sedentarismo en jóvenes dominicanos, 2018.

Sesión 1. Sedentarismo en la salud

1. ¿Realizas alguna actividad física?

- a) Sí
- b) No (pasar a la pregunta No. 6)

2. ¿Qué tipo de actividad realizas?

- a) Estiramiento
- b) Aeróbico
- c) Trabajo de fuerza

3. ¿Con qué frecuencia realizas esta actividad física?

- a. Diario
- b. Semanal
- c. Cada dos semana

4. ¿Qué haces en tu tiempo libre?

- a. Ver televisión
- b. Salir a pasear
- c. Leer un libro

5. ¿Con qué frecuencia te sientas delante del televisor o computadora?

- a) Diario
- b) ~~Interdiaria~~
- c) Semanal

6. ¿Consumes comida chatarra?

- a. Sí
- b. No (pasar a la pregunta 8)

7. ¿Con qué frecuencia la consumes?

- a. Diario
- b. Semanal
- c. Quincenal

8. ¿Comes saludable?

- a. Sí
- b. No (pasar a la pregunta 10)

9. ¿Qué consumes como saludable?

- a. Frutas
- b. Ensaladas
- c. Proteínas

10. Del 1 al 5 ¿Qué tan saludable es tu comida? Siendo 1 menos saludable y 5 más saludable.

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

11. ¿De qué manera la vida sedentaria afecta a la salud?

- a. Obesidad
- b. Diabetes
- c. Cansancio
- d. Todas las anteriores

Sesión 2. Grado de conocimiento

12. ¿Sabes qué es el sedentarismo?

- a. Sí
- b. No (pasar a la pregunta 18)

13. De estas consecuencias ¿Cuál crees que causa el sedentarismo?

- a. Falta de actividad física
- b. Mala alimentación
- c. Ingesta de alcohol

14. ¿Conoces alguna institución que hable sobre el sedentarismo?

- a. Sí
- b. No (pasar a la pregunta No.16)

15. De estas instituciones, ¿Cuál se dedica a crear conciencia sobre el sedentarismo?

- a. Ministerio de Salud
- b. SENASA
- c. Ministerio de Deporte

Sesión 3. Campaña Publicitaria

16. ¿Ha visto, leído o escuchado alguna publicidad sobre sedentarismo?

- a. Sí
- b. No (Pasar a la pregunta 18)

17. ¿A través de que medio ha visto, leído o escuchado la publicidad?

- a. TV
- b. Radio
- c. Periódico
- d. Revista
- e. Redes sociales
- f. Otro _____

18. De los siguientes medios ¿Cuál o cuáles utilizas con mayor frecuencia?

- a. a.TV
- b. Radio
- c. Periódico
- d. Revista
- e. Redes sociales
- f. Otro _____

19. Dentro de las redes sociales ¿Cuál utilizas más?

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. YouTube
- e. No las utilizo (Pase a la pregunta 21)

20. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

- a) Todos los días
- b) Inter diario
- c) Algunas veces

21. ¿Estás de acuerdo con que se realice una campaña de concientización sobre el sedentarismo?

- a. Sí
- b. No (Pasar a datos demográficos)

22. ¿Qué mensaje sugiere que deba comunicarse?

- a. Activa tu cuerpo
- b. Párate de la silla
- c. Muévete

23. ¿Con cuál de estos tipos de mensaje te identificas?

- a. Testimoniales
- b. Humorísticos
- c. Problema y Solución

Sesión 4. Datos demográficos

24. ¿En qué rango de edad te ubicas?

- a) Entre 18 y 22 años
- b) Entre 23 y 27 años
- c) Entre 28 y 32 años
- d) Entre 33 y 37 años
- e) Más de 37 años

25. Sexo

- a. Femenino
- b. Masculino

26. ¿Cuál es tu nivel de estudios?

- a) Primaria
- b) Bachiller
- c) Técnico
- d) Estudiante universitario
- e) Licenciado

27. ¿Cuál es tu nivel de ingreso mensual?

- a) Entre RD\$ 5,000 – RD\$9,000
- b) Entre RD\$10,000- RD\$14,000
- c) Entre RD\$15,000- RD\$19,000
- d) Entre RD\$20,000- RD\$24,000
- e) Entre RD\$25,000- RD\$29,000
- f) más de RD\$29,000

29. ¿Cuál es tu estado civil?

- a) Soltero
- b) Casado
- c) Divorciado
- d) Viudo

29. ¿En qué zona resides?

- a) Santo Domingo DN
- b) Santo Domingo Oeste
- c) Santo Domingo Este
- d) Santo Domingo Norte
- e) Santo Domingo Sur
- f) Otro (indique) _____

Anexo 2

Cuadro relación de variables e indicadores.

Objetivos	Variables	Indicadores	Items
Determinar cómo influye el sedentarismo en la salud de los jóvenes.	Sedentarismo en la salud	Nivel de Actividad Física	1. ¿Realizas alguna actividad física? a. Si b. No (pasar a la pregunta 6) 2. ¿Qué tipo de actividad realiza? a. Estiramiento b. Aeróbico c. Trabajo de fuerza 3. ¿Con que frecuencia realiza esta actividad física? a. Diario b. Semanal c. Cada dos semana
		Estilo de Vida	4. ¿Qué haces en tu tiempo libre? a. Ver Televisión b. Salir a pasear c. Leer un libro 5. ¿Con que frecuencia te sientas delante del televisor o Computadora? a. Diario b. Inter diario c. Semanal 6. ¿Consumes comida chatarra? a. Si b. No (pasar a la pregunta 8) 7. ¿Con que frecuencia la consumes? a. Diario b. Semanal c. Quincenal

	Salud de los Jóvenes	Alimentación	<p>8. ¿Comes saludable?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No (pasar a la pregunta 10)</p> <p>9. ¿Qué consumes como saludable?</p> <p>a. Frutas</p> <p>b. Ensaladas</p> <p>c. Proteínas</p> <p>10. ¿En grado, esa comida es saludable y ayuda a mantener tu salud?</p> <p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 3</p> <p>d. 4</p> <p>e. 5</p> <p>11. ¿De qué manera la vida sedentaria afecta la salud?</p> <p>a. Obesidad</p> <p>b. Diabetes</p> <p>c. Cansancio</p>
Determinar el grado de conocimiento sobre el sedentarismo.	Grado de Conocimiento del sedentarismo	Definición	<p>12. ¿Sabes que es el sedentarismo?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No (pasar a la pregunta 18)</p>

		Conciencia	<p>13. De estas consecuencias ¿Cuál crees que causa el sedentarismo?</p> <p>a. Falta de actividad física b. Mala alimentación c. Ingesta de alcohol</p> <p>14. ¿Conoces alguna institución que hable sobre el sedentarismo?</p> <p>a. Si b. No (pasar a la pregunta 16)</p> <p>15. De estas instituciones, ¿Cuál de ella, se dedica a crear conciencia sobre el sedentarismo?</p> <p>a. Ministerio de Salud b. SENASA c. Ministerio de Deporte</p>
Elaborar una campaña de concienciación sobre las consecuencias e incidencias de la obesidad en la calidad de vida de los jóvenes.	Campaña de concienciación	Conocimiento	<p>16. ¿Ha visto, leído o escuchado alguna publicidad sobre sedentarismo?</p> <p>a. Si b. No (Pasar a la pregunta 18)</p>
		Medios	<p>17. ¿A través de que medio ha visto, leído o escuchado la publicidad?</p> <p>a. TV b. Radio c. Periódico d. Revista e. Redes sociales f. Otro (Indique...)</p> <p>18. De los siguientes medios ¿Cuál o cuáles utilizas con más frecuencia?</p> <p>a. TV b. Radio c. Periódico d. Revista e. Redes sociales</p>

			<p>f. Otro (Indique...)</p> <p>19. Dentro de las redes sociales ¿Cuál es la que más utilizas?</p> <p>a. Facebook b. Instagram c. Twitter d. YouTube e. No las utilizo (Pase a la pregunta 21)</p> <p>20. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?</p> <p>a) Todos los días b) Inter diario c. Algunas veces d. Otro (Indicar...)</p> <p>21. ¿Está usted de acuerdo en que se realice una campaña de concienciación sobre el sedentarismo?</p> <p>a. Sí b. No (Pasar a datos demográficos)</p> <p>22. ¿Qué mensaje sugiere que deba comunicarse?</p> <p>a. Activa tu cuerpo b. Moverse es Medicina c. Menéate</p> <p>24. ¿Con cuál de estos tipos de mensaje te identificas?</p> <p>a. Testimoniales b. Humorísticos c. Problema y Solución</p>
Describir el perfil de los <u>jovenes</u> que sufren de obesidad.	Datos Demográficos	Edad	<p>25. ¿En qué rango de edad se ubica usted?</p> <p>a) Entre 18 y 22 años b) Entre 23 y 27 años c) Entre 28 y 32 años d) Entre 33 y 37 años e) Más de 37 años</p>

		Sexo	26. Sexo a. Femenino b. Masculino
		Estudio	27. ¿Cuál es su nivel de estudios? a) Primaria b) Bachiller c) Técnico d) Estudiante universitario e) Licenciado
		Ingreso	28. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? a) Entre RD\$ 5,000 – RD\$9,000 b) Entre RD\$10,000- RD\$14,000 c) Entre RD\$15,000- RD\$19,000 d) Entre RD\$20,000- RD\$24,000 e) Entre RD\$25,000- RD\$29,000 f) más de RD\$29,000

		Residencia	<p>29. ¿En qué zona reside?</p> <p>a) Santo Domingo DN</p> <p>b) Santo Domingo Oeste</p> <p>b) Santo Domingo Este</p> <p>c) Santo Domingo Norte</p> <p>d) Santo Domingo Sur</p> <p>e) Otro (indique) _____</p>
		Estado Civil	<p>30. ¿Cuál es su estado civil?</p> <p>a) Soltero</p> <p>b) Casado</p> <p>b) Divorciado</p> <p>c) Viudo</p>

Anexo 3

Tabla de presupuesto
producción de
exteriores.

EXTERIORES	
Descripcion	Valor Total
Director de Fotografía	\$20,000.00
Director Arte	\$35,000.00
Fotografia	\$15,000.00
Maquillaje	\$10,000.00
Director General	\$35,000.00
Arte Final	\$25,000.00
Subtotal	\$140,000.00
ITBIS 18 %	\$25,200.00
Total	\$165,200.00

Anexo 4

Tabla de presupuesto
colocación de exteriores.

Localidad	Mobiliario	Ubicación	Cantidad de Caras	Tarifa Real Mensual x Cara	Tarifa Negociada Mensual x Cara	Real Mensual	Negociado Mensual	Real por 3 Meses	Negociable por 3 Meses	Ahorro
Santo Domingo	valla luminica (80x48)	Av.Máximo Gomez esq. 27 de febrero	2	\$30,000.00	\$25,500.00	\$60,000.00	\$51,000.00	\$180,000.00	\$153,000.00	15%
Santo Domingo	24x50 marquesina	Ave. John F. Kennedy esq. Máximo Gómez	3	\$15,000.00	\$14,250.00	\$45,000.00	\$42,750.00	\$135,000.00	\$128,250.00	5%
santo Domingo	valla luminica (80x48)	Ave. Abraham Lincoln	2	\$30,000.00	\$25,500.00	\$60,000.00	\$51,000.00	\$180,000.00	\$153,000.00	15%
					Sub-total	\$165,000.00	\$144,750.00	\$495,000.00	\$434,250.00	\$60,750.00
					ITBIS 18%	29,700.00	26,055.00	89,100.00	78,165.00	
					Total	\$194,700.00	\$170,805.00	\$584,100.00	\$512,415.00	\$71,685.00

Anexo 5

Tabla de presupuesto
producción de redes
sociales.

INTERNET	
Descripcion	Valor Total
Director de Fotografia	\$20,000.00
Director Arte	\$35,000.00
Fotografia	\$15,000.00
Maquillaje	\$10,000.00
Director General	\$35,000.00
Arte Final	\$25,000.00
Subtotal	\$140,000.00
ITBIS 18 %	\$25,200.00
Total	\$165,200.00

Anexo 6

Tabla de presupuesto
colocación de redes sociales.

MEDIOS	TAMANO		POSICION	TARIFA REAL MENSUAL	TARIFA NEGOCIADA MENSUAL	TARIFA REAL 3 MESES	TARIFA NEGOCIADA A 3 MESES	AHORRO
	PIXELES	PIXELES						
FACABOOK PROMOTED CONTENT	600	400	PROMOCION	\$60,000.00	\$57,000.00	\$180,000.00	\$171,000.00	5%
INSTAGRAM PROMOTED CONTENT	300	150	PROMOCION	\$55,000.00	\$52,250.00	\$165,000.00	\$156,750.00	5%
			sup total	\$115,000.00	\$109,250.00	\$345,000.00	\$327,750.00	17,250
			ITBIS 18%	\$20,700.00	\$19,665.00	\$62,100.00	\$58,995.00	3105
			total	\$135,700.00	\$128,915.00	\$407,100.00	\$386,745.00	

Anexo 7

Tabla de presupuesto
producción de radio.

RADIO	
Descripción	Valor Total
Locutor Principal	\$40,000.00
Fondo Musical	\$30,000.00
Horas de Estudio	\$40,000.00
Direc y Creatividad	\$45,000.00
Subtotal	\$155,000.00
ITBIS18%	\$27,900.00
	\$182,900.00

Anexo 8

Guión producción
comercial Spotify
y Radio.

Texto	Música: Área verde	S.I
Hombre joven: ¡Párate de esa silla que te vas a morir rápido!	Audio: Música área verde de un parque, pajaritos haciendo ruido.	-
Hombre joven 2: ¿Cómo así? ¿De qué me hablas?		-
Hombre joven: No sabias que el sedentarismo mata a más personas que las drogas. Párate y activa tu cuerpo.		-
Hombre joven 2: ¿y que tengo que hacer?		-
Hombre joven: Tranquilo, solo tienes que realizar 30min de actividad física al día ¡Y listo!		-
Locutor: Sigue la conversación en activatucuerpo.do		-

Anexo 10

Desglose de inversión total
de medios.

MEDIO	PRIMER MES	SEGUNDO MES	TERCER MES	SUBTOTAL	ITBIS	TOTAL
Radio	77140.00	77140.00	77140.00	231420.00	\$41,655.60	\$273,075.60
Exterior	\$144,750.00	\$144,750.00	\$144,750.00	434250.00	\$78,165.00	\$512,415.00
Internet	\$156,750.00	\$156,750.00	\$156,750.00	470250.00	\$84,645.00	\$554,895.00
						\$1,340,385.60
						13,509,620
						12,169,234.40

R

REFERENCIAS

Alcantara, Y. (18 enero, 2016). Tasa de abandono escolar en el sector público, Diario Libre República Dominicana, Pág. 7.

Almonte, C. (30 septiembre, 2017). Sociedad de Cardiología llama a poner en marcha campañas masivas de prevención, Diario Libre República Dominicana, Pág. 10.

Andia, S. (2014). Manual para entender y tratar el sedentarismo. Barcelona: NED Ediciones.

Ángeles, M. (2010). Manual de Publicidad. Madrid: ESIC Editorial.

Aragonés A. (2015). Actividad Física para la salud y reducción del sedentarismo. Bilbao: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e igualdad.

Batista, S. (7 octubre 2017). Mayor Parte recursos Educacional dedicados a la Educación Básica, Diario Libre República Dominicana, Pág. 8.

Carpintero, L. (2014). UF1783 - Plan e informes de marketing internacional. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Collado, D. (18 junio 2017). Hipertensión arterial afecta más del 32% de dominicanos, El nuevo Diario República Dominicana, Pág. 9.

Cuevas, J. (25 noviembre, 2016). Apoyarán campaña de la Cámara de Diputados contra obesidad infantil, Tras las huellas República Dominicana, Pág. 2.

Estudio AFINOS (2010). Sedentarismo, adiposidad y factores de riesgo cardiovascular en adolescentes. Madrid: Revista Española de Cardiología, pag. 285.

Fernández, M. (4 Junio 2015). Mover, la agresiva campaña para combatir el sedentarismo en Chile. El definido Chile, Pág. 12.

Hilario, Y. (8 Agosto 2014). Exercise is Medicine certificará Médicos, Diario Libre República Dominicana, Pág. 7.

Incarbone, J., Matsudo, V. (22 marzo 2014). Sugieren usar la educación física para combatir el sedentarismo, Diario Libre República Dominicana, Pág. 7.

Javier, J. (2010). Prevalencia de actividad física y su relación con variables sociodemográficas y estilos de vida en la población de 18 a 65 años de Pamplona. Madrid: Revista Española de Salud Pública.

Laboratorios Amadita, (18 septiembre 2017) Amadita auspicia charla: “Nuevos paradigmas en prevención de enfermedades crónicas no transmisibles”. Laboratorios Amadita República Dominicana, Pág. 2.

Marine R. (2016) Exercise is Medicine, EIM República Dominicana, Pág. 1.

Labrada, L. (2014) Adíos al infarto. Estados Unidos: Editorial Diáspora.

Martínez, D. (2014). Actividad Física, Hábitos Sedentarios y Riesgos Cardiometabólicos en Adolescentes. Madrid: Departamento de Educación Física, Deporte y Motricidad Humana Universidad Autónoma de Madrid.

Martínez, E. (2010). El uso de los medios de comunicación en marketing y publicidad. Madrid: AKAL Comunicación.

Martínez, E. (2016). Publicidad digital. Hacia una integración de la planificación, creación y medición. Madrid: ESIC Editorial.

Ministerio Salud Pública República Dominicana (Diciembre, 2010). Normas Nacionales para la Atención Integral de Adolescentes. República Dominicana: Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social MISPAS. Pág. 103.

MSAL Argentina (2015), Programa Nacional de Lucha contra el Sedentarismo. Argentina: Dirección Nacional de Promoción de la salud y control de enfermedades no transmisibles.

Montero, C. (13 de agosto de 2015). Sedentarismo e iniciativa física no son lo mismo. Chile: Scielo, pág. 4.

Moral, J. (2014). Sedentarismo, salud e imagen corporal en adolescentes. Sevilla: Wanceulen Editorial Deportiva.

NESTLÉ, (2017). Nestlé por tu corazón. República Dominicana: Nestlé Dominicana.

OMS (2015). Sedentarismo. Estados Unidos: Organización Mundial de la Salud.

Pantell, R. (2010). Taking Care of your child. Estados Unidos: Addison-Wesley Publishing Company.

PAHO, (2016). Apura el paso, vence a la diabetes, Organización Panamericana de la Salud, pág. 12.

Ramírez, L. (25 Octubre,2010). Aumenta obesidad y sobrepeso en los menores de RD. Hoy República Dominicana, Pág. 5A.

Rivera, J. (2012). Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones. Madrid: ESIC Editorial.

Santiago, A. (27 septiembre 2013). En la República Dominicana hay un millón de pacientes con diabetes, Diario Libre República Dominicana, pág. 7

UNICEF, (2013). Educación básica. Estados Unidos: United Nations International Children's Emergency Fund

Varela, M. T. (3 de Julio de 2011). Actividad física y sedentarismo en jóvenes universitarios de Colombia. Colombia Médica, pág. 2.

Vilajoana, S. (2011). Las leyes de la publicidad. Barcelona: Editorial UOC.

Yáñez, C. (2 junio 2015) Agresiva campaña para terminar el sedentarismo en Chile, La Tercera Chile, pág. 2.

