

"Influencia del Marketing Alimentario en los hábitos de consumo: Análisis comparativo entre las estrategias utilizadas por marcas comerciales versus el uso adecuado de la comunicación por parte del profesional de salud para adultos paraguayos entre 18 y 40 años de edad"

(INIC02-335)

Institución Proponente: Facultad Politécnica - Universidad Nacional de Asunción

Sitio web: www.pol.una.py

Objetivo General del Proyecto

El objetivo principal de este estudio es analizar y comparar las distintas estrategias de marketing que utilizan las marcas comerciales de alimentos con las herramientas de comunicación y educación que emplean los profesionales de la salud para influir en los hábitos de consumo. Se pretende identificar de qué manera estas estrategias afectan la percepción y elección de los productos alimenticios, así como su efecto en la salud de los consumidores.

Resultados Esperados

1. Se espera proporcionar un análisis claro y comprensible de las tácticas de marketing más efectivas utilizadas por las marcas alimentarias en Paraguay. Al entender estas estrategias, se podrán identificar las tendencias de consumo y cómo los consumidores responden a distintos mensajes publicitarios.
2. Además, se propone evaluar cómo los profesionales de la salud transmiten mensajes sobre alimentación saludable y qué tan efectivos son en comparación con la publicidad comercial. Esto ofrecerá una visión sobre las brechas que podrían existir entre el conocimiento sobre alimentación saludable y los hábitos de consumo reales de los adultos jóvenes.
3. A través de encuestas y entrevistas con consumidores, así como entrevistas a profesionales de la salud, el proyecto buscará recopilar datos que permitan una comprensión más profunda de la relación entre el marketing y los hábitos alimentarios. Con esta información, se podrá ofrecer recomendaciones tanto a las marcas como a los profesionales de la salud para que sus estrategias educativas y de marketing sean más efectivas y alineadas con los principios de una alimentación saludable.

Monto Financiado por Conacyt (G)	Monto Contrapartida (G)	Monto Total (G)	Monto Transferido (G)	Rendición Presenta (Monto Conacyt) (G)
----------------------------------	-------------------------	-----------------	-----------------------	----------------------------------------

Estado del Proyecto: Adjudicado

Modalidad : Proyectos de Investigación Aplicada con enfoque CTS

Tipo de Organización: Pública

Objetivos Socioeconómicos

Nabs: 10.5|10.5. SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD|Servicios de difusión y publicidad

UNESCO: 3206|3206. CIENCIAS DE LA NUTRICION |Ciencias de la Nutrición

OCDE: 3.5. Otras ciencias médicas

ISIC:

Contratos/ Adendas

#	Descripción	Firma	Inicio	Fin ejecución	Fin vigencia
---	-------------	-------	--------	---------------	--------------

Miembros de equipo

#	Nombres	Rol	Resumen de Formacion
---	---------	-----	----------------------