



**Universidad
Politécnica
de Cartagena**



**FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
E M P R E S A**

LAS PROMESAS DEL MARKETING. INVESTIGACIÓN DE PRODUCTOS

Alba Sánchez de Bustamante Albaladejo

Curso 2014/15

Director: Jose Antonio Martínez García

**Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de
Graduado en Administración y Dirección de Empresas**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. PULEVA OMEGA 3	
1.1. Introducción del producto.....	5
1.2. ¿Qué es lo que dice la empresa?.....	6
1.3. ¿Qué dice la evidencia científica al respecto?	9
1.4. Conclusión.....	19
2. LEGGINGS NIVEA Q10	
2.1. Introducción del producto.....	22
2.2. ¿Qué es lo que dice la empresa?.....	23
2.3. ¿Qué dice la evidencia científica al respecto?	26
2.4. Conclusión.....	30
3. CEREALES SPECIAL K	
3.1. Introducción del producto.....	32
3.2. ¿Qué es lo que dice la empresa?.....	33
3.3. ¿Qué dice la evidencia científica al respecto?	36
3.4. Conclusión.....	45
4. ALLÍ ADELGAZANTE	
4.1. Introducción del producto.....	48
4.2. ¿Qué es lo que dice la empresa?.....	49
4.3. ¿Qué dice la evidencia científica al respecto?	53
3.3. Conclusión.....	55

5. COCA- COLA LIFE

5.1. Introducción del producto	57
5.2. ¿Qué es lo que dice la empresa?	59
5.3. ¿Qué dice la evidencia científica al respecto?	62
5.4. Conclusiones.....	66
CONCLUSIONES FINALES	69
BIBLIOGRAFÍA	72

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo aborda el estudio de las acciones de marketing empleadas por cinco grandes empresas para lograr hacer sus productos más atractivos, y la realización de un análisis de algunos de los argumentos que emplean para ello en su publicidad, con el fin de investigar lo que difiere el mensaje que transmiten de la realidad. Me basaré en evidencias científicas que confirmen o refuten la idea que comunica la empresa al consumidor.

La motivación por este tema en el trabajo surgió tras ir conociendo a lo largo del estudio de las asignaturas de marketing la importancia del mismo en la sociedad, cómo se puede influir en la actitud de un consumidor ante su perspectiva de un producto y la necesidad de realizar un gran estudio de mercado para tener éxito en su aceptación. Tras ir conociendo todos los detalles necesarios para conseguir llamar la atención de un cliente, y lo más importante, que el cliente quede satisfecho con la compra y quiera volver a confiar en la marca, me llevó a pensar si realmente cuando se vende un producto todo lo que se dice es cierto, o hay una verdad oculta en todo ello, ya que, para vender hay que hacer incidencia en todo lo positivo que reporta su consumo, pero lógicamente no se hace alusión a los puntos negativos. Haciendo uso del conocimiento de la ley, y aprovechando los vacíos legales, las empresas pueden llevar a confundir al cliente, y ofrecerle algo que realmente no de los resultados que busca, u omite información que sí que sería de interés para él y que si la conociera no compraría el producto.

El tema tratado en el presente trabajo está motivado por mi sed de “verdadero conocimiento”; el formarme a lo largo de la carrera en marketing me lleva a analizar hoy día cada detalle cuando quiero comprar cualquier producto, desde su diseño, precio eslogan, hasta su publicidad, compromiso con la sociedad etc.

En el trabajo he analizado 5 productos de marcas muy conocidas y que tienen un gran éxito, los cuales me han llamado la atención por el poder de convicción que tienen y lo atractivo que lo hacen a la compra. Primero, he analizado el mensaje que transmite la empresa, tanto en la publicidad como en su página Web, pasando por sus labores de compromiso con la sociedad etc. Y luego he analizado punto por punto todo lo que

promete la empresa con el consumo de su producto buscando los avales científicos que deben demostrarlo, finalizando con una síntesis y conclusión final.

Para terminar, realizo unas conclusiones finales del trabajo, y un detalle de la bibliografía consultada para la realización del mismo.

1) PULEVA OMEGA 3

1.1. INTRODUCCIÓN

Está muy de moda en estos últimos años la leche "enriquecida" con Omega 3 (O3), por lo que he elegido para analizar la marca Puleva, ya que se anuncia como la pionera en introducir esta novedad. Creo que no hay marca de leche que no atribuya como beneficio de este enriquecimiento la reducción de colesterol, y mi labor como investigadora es descubrir si realmente cumple la función prometida.

Hay palabras clave en la publicidad que inducen a pensar que hay algo de mentira en lo que ofrece el producto, y una de ellas es que digan que el producto está "enriquecido" con algún ingrediente, cuando realmente la cantidad que introducen del mismo es ínfima, siendo más seguro de obtener su beneficio consumiéndolo directamente, u obteniéndolo de un alimento que lo tenga por naturaleza.

No tenemos que dejarnos engañar cuando un producto se venda anunciando ciertas características, y mucho menos comprarlo por la alusión que se hace a la presencia de cierto enriquecimiento, ya que si tu finalidad al consumirlo es obtener un aporte del mismo, estás equivocándote a la hora de comprar el alimento. Un claro ejemplo de esto, con la presencia de Omega 3 sería, que una simple sardina contiene 20 veces más de O3 que un vaso de leche.

Además la leche es desnatada, y es otra cosa que me gustaría analizar, ¿es mejor la leche desnatada, semi-desnatada o la entera? dependerá siempre de qué beneficio queramos obtener de la misma. En la televisión nos inculcan que es más sano beber leche desnatada porque es baja en calorías, y si está enriquecida con Omega 3, ácido oleico, o nueces (como la otra variedad de leche Puleva), pues mucho mejor.

La intolerancia a la lactosa es algo que, además, está muy a la orden del día, por lo que voy a investigar qué es, a qué se debe, y si un derivado suyo como los yogures son igual, más o menos perjudiciales para la salud, ya que en Europa se consume mucha leche, yogures y queso, y ya que este tema es tan amplio haré alusión a los yogures, ya que hay evidencias que demuestran que es mucho mejor su consumo que el de la leche.

También voy a analizar el precio al que se vende la leche Puleva con Omega 3, con respecto a la leche normal sin ningún tipo de enriquecimiento ni descremación.

Así que mi trabajo con este producto será estudiar si esta leche nos aporta todo lo que nos transmite su publicidad.

1.2. ¿QUÉ ES LO QUE DICE LA EMPRESA?

Puleva es una de las marcas más conocidas de leche en España, con una larga trayectoria (más de 100 años de historia), que tiene multitud de tipos de leche ofrecidos para las distintas etapas de nuestra vida, y amoldadas a nuestras necesidades desde el nacimiento, hasta una edad avanzada.

En su página Web podemos ver toda su línea de leches, su compromiso con los consumidores y portal de salud, nutrición y bienestar entre otros.

Si pinchamos en la leche "Puleva Omega 3", comenta que Puleva lanzó hace 10 años este producto al mercado, siendo el primero elaborado con leche desnatada enriquecida con ácidos grasos O3 y oleico, comentando que son una combinación de nutrientes que se encuentran en la dieta mediterránea.

Tiene un apartado que explica qué es el O3 y el ácido oleico y para qué es necesario su consumo para nuestro organismo, incidiendo en que ambos nos ayudan a tener un corazón sano, libre de exceso y colesterol.

En cuanto al producto en sí y la publicidad impresa encontramos lo siguiente:



En el envase del producto prima la continencia de ingredientes que le diferencian de la competencia (omega3 y ácido oleico). Indica que la leche es desnatada (sinónimo de salubridad hoy día), y el dibujo dice mucho, un corazón, (debido a que según indica la marca, el consumo de esta leche ayudará a controlar el colesterol y tener un corazón sano), y el dibujo de las hojas del olivo, (debido a que el ácido oleico proviene de ahí). Cualquier anuncio que encontremos en internet de forma gráfica sitúa el producto en un entorno natural, con productos sanos y naturales de nuestra tierra (verduras, aceite de oliva, etc.).

Tiene multitud de anuncios publicitarios, que en los últimos años utilizan el eslogan "corazones agradecidos" y "corazón contento", empleando este último la canción tan conocida de Marisol y realizándole una pequeña variación a la letra.

En el spot publicitario de 2012 "corazones agradecidos" decía lo siguiente:
"Con alimentos naturales como la leche desnatada y ácidos grasos Omega 3 y oleico hemos ayudado a muchas personas a regular sus niveles de colesterol y triglicéridos. Por eso hoy millones de corazones nos dan las gracias. Puleva Omega 3, gente con buen corazón"

SPOT 2013 → *"Un corazón sano, es un corazón contento. Desayuna Puleva con Omega 3 para ayudar a cuidar tu corazón. Hemos eliminado la grasa saturada, e incluido ácidos grasos esenciales Omega 3 y oleico que te ayudan a regular tu colesterol. Puleva Omega 3. Corazón sano. Corazón contento. Puleva me va"*

SPOT 2014 → *"Tengo el corazón contento y con Puleva lleno de alegría, tengo el corazón contento desde aquel momento en que tu llegaste a mí. Desayuna Puleva con Omega 3 y oleico que te ayuda a regular tu colesterol. Puleva Omega 3, corazón sano. Descubre con Puleva Omega 3, si tienes el corazón contento haciendo nuestro test"*.

Se puede decir que en su publicidad, tanto televisiva como impresa se hace alusión a la presencia de Omega 3 y oleico y lo buenos que son para la salud del corazón, y la reducción del colesterol. Así que si hacen tanto hincapié en esto, será el objeto de estudio.

Hay algo que me ha sorprendido mucho con respecto al precio de la leche Puleva, y es que es bastante elevado. Resulta complicado encontrar la variedad de leche entera clásica entre el surtido de leches que oferta en los supermercados, siendo todas las que encuentras con enriquecimiento de algún tipo, enriquecida con calcio, con calcio con isoflavonas, con Omega 3, leche fresca, ecológica etc, enriquecimientos que encarecen bastante su precio. Para realizar una comparativa de precios, he buscado en un supermercado la leche de su marca blanca, la clásica leche entera y tiene un precio de 0.61€. La leche entera Asturiana, que es otra de las leches más consumidas de marca, se sitúa en un precio de 0.79€, y la que se encuentra como leche más clásica de Puleva

es la enriquecida en calcio, con un precio de 1.21€. Aquí ya se aprecia una subida de precio significativa, simplemente por el hecho de contener un "ligero enriquecimiento" en calcio. Por último si buscamos la leche Puleva con Omega 3, su precio se eleva a 1,46 € y con adición de nueces 1,49€. Se puede ver un aprovechamiento de la marca en cuanto a su "especialización" en la misma, ofreciendo un gran abanico de posibilidades a la hora de seleccionar un tipo de leche para consumir, adaptada a todos los gustos y necesidades. La cuestión es que estos enriquecimientos son mínimos, y sin embargo en los precios sí que se manifiesta de forma muy significativa.

1.3. ¿QUÉ DICE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA AL RESPECTO?

¿Es necesario el consumo de leche? ¿Es mejor la leche entera, semi o desnatada?

Lo primero a lo que quiero hacer referencia es a que este producto es descremado, o desnatado como coloquialmente se dice. Hay muchos mitos sobre si es bueno o no el consumo de leche en la edad adulta, y es que si te paras a pensar, somos los únicos mamíferos que seguimos consumiendo leche a la edad adulta, ¿realmente es necesaria?, y aquí es donde nace la opinión de; pues la tomo desnatada que contiene menos calorías y por tanto ¿será más sana no?

Hoy día vayas a la casa de quien vayas es muy difícil encontrar en sus neveras leche entera, la más consumida es la semi-desnatada, y en las viviendas en las que gusta seguir una alimentación "sana" se utiliza la descremada, pero solo es necesario investigar un poco para encontrar multitud de artículos y estudios científicos en los que se demuestra que no es que sea la peor opción elegir leche descremada, sino que llega a ser peligrosa para nuestro organismo y que el consumo de leche aumenta el colesterol.

¿Cómo es posible que este tipo de información no esté a pie de calle?, y más preocupante aún, que se venda un producto resaltando que produce un efecto beneficioso en algo cuando su resultado puede no llegar a ser beneficioso en algunos casos.

Desde la dietética oficial se nos recomienda el consumo de lácteos, debido a su riqueza en proteínas, grasas, vitaminas, fósforo y calcio, pero son numerosos estudios científicos los que señalan los lácteos y la leche de vaca (la más consumida) como uno de los factores que desencadenan en enfermedades y trastornos de la salud actuales. (UNED¹, 2015).

La leche tiene una gran fama asociada al crecimiento y siendo catalogada como esencial su consumo para nuestros huesos y dientes, pero su realidad es muy distinta, ya que se trata de una sustancia muy concentrada y densa, difícil de digerir y asimilar, y es que: "*no nos nutrimos de lo que comemos, sino de lo que digerimos, asimilamos y metabolizamos*" (Lobo, 2010)

Uno de los principales problemas que ocasiona la digestión de la leche de vaca es su alto contenido en proteína láctea, que neutraliza el grado de acidez de los jugos gástricos (necesarios en el estómago) favoreciendo infecciones, putrefacciones intestinales y cambios en el PH gástrico.

Hay una gran serie de riesgos asociados al consumo de leche, los cuales se encuentran avalados científicamente, entre los que encontramos:

Cáncer: explicándose el mismo a través de 3 vías:

Factor de crecimiento insulínico tipo 1 (IGF-1): La leche está diseñada para promover el crecimiento, el cual se produce por la activación del IGF-1, en mayor medida que con la proteína proveniente de la carne. Esto se asocia a un mayor riesgo para padecer cáncer. (Hoppe et al. 2004)

Estrógenos: Aunque son cantidades pequeñas para producir un efecto real, la presencia de estrógenos de la leche fomenta el riesgo de padecer cáncer. (Ganmaa y Sato, 2005)

¹ Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Otras hormonas que contiene la leche, como la betacelulina, se encuentran ligadas a la formación de células cancerígenas. (Yamamoto et al, 2004)

Todo esto está analizado de forma aislada, la leche también contiene protectores contra el cáncer como el ácido linoleico conjugado o el suero. (Amarú y Field, 2009)

En cuanto a enfermedades autoinmunes y alergias se sabe muy poco, hay estudios que demuestran una posible asociación con diabetes tipo 1, debido a una respuesta inmune ante ciertas proteínas de la leche, pero esto ocurriría en personas con predisposición genética y una barrera intestinal comprometida. (Virtanen et al, 1998)

Hay una sólida relación entre la leche y el acné, siendo peor el consumo de leche pasteurizada por la destrucción de la lactoferrina.

En cuanto a la osteoporosis, podemos encontrar estudios de los dos bandos opuestos. Hay estudios que demuestran que las mujeres que consumen una elevada cantidad de leche tienen mayor riesgo de fracturas, mientras que otros encuentran en su consumo un efecto protector (Shin y Joung, 2013; Wolk et al., 2014)

Se ha observado una relación directa entre el consumo de lácteos con el incremento de la diabetes, sobre todo juvenil. Según estudios hechos en el Hospital de Toronto, los anticuerpos generados en niños por el consumo de lácteos reacciona con la molécula p69 de las células pancreáticas de los islotes de Langerhans, explicando el espectacular aumento de la diabetes en los años 60 en EEUU y Europa. (Dosh, 2006)

Hay un estudio que demuestra que después de realizar 25.000 análisis de sangre, los niveles más bajos de calcio se encontraban en personas que consumían 3,4 y 5 vasos de leche al día. (William, 2010)

Hace unos años, los científicos aun no tenían muy claro si era necesario o no el consumo de leche, aún habían científicos que estaban ante la postura de que no había pruebas suficientes para desaconsejar el consumo de leche en la edad adulta, ni de que su consumo estuviera unido a la posibilidad de desarrollar riesgos en algunos tipos de cáncer, sin embargo, en estos últimos años, hay multitud de estudios que afirman que no

es necesario su consumo como sinónimo de salud; Según unos profesores de nutrición David Ludwig (profesor de pediatría y nutrición de la escuela de Harvard) y Walter Willet (profesor de epidemiología y nutrición, además de presidente de la escuela de Harvard), no existen pruebas sobre el beneficio de la leche en la salud, además de que las recomendaciones oficiales llevan a los niños a consumir una gran cantidad de azúcar presente en los productos lácteos. Ludwig y Willet rechazaron *la "falsa idea promovida por la industria agroalimentaria que indica que los productos lácteos serían necesarios, sobre todo, para solidificar los huesos", "a través del mundo, las tasas de fracturas son menos elevadas en los países donde no se consume leche respecto a las naciones donde se consumen lácteos. Además, el consumo de leche no protege de fracturas a los adultos".* (Ludwig y Willet, 2013)

Una de las razones que convierten a la leche en un alimento denso, es su alto contenido en grasa, siendo la mayor parte de estas saturadas, siendo su contenido en colesterol muy elevado. Ante este problema las Administraciones de Gobierno occidentales recomiendan su consumo en la variedad descremada, pero aunque ésta se anuncie con un contenido de 2% de grasa, contiene una gran cantidad de azúcares, y la grasa que contiene es superior a la de 3 lonchas de bacón. (Magee, 2009)

En cuanto a la manipulación de la leche, hay que tener varias cosas en cuenta, y es que la leche es un producto muy delicado, y para que no comience su proceso de descomposición, necesita de dos procesos de manipulación: el UHT y la pasteurización, además de la homogeneización.

Tanto con el UHT, como con la pasteurización (consistentes ambos en aumentar mucho la temperatura de la leche y posteriormente enfriarla) se destruyen multitud de vitaminas y enzimas de la leche.

Por último la homogeneización es un proceso muy dañino, ya que reduce los glóbulos de la grasa en gran cantidad, perjudicando a la absorción del intestino, causando acumulaciones peligrosas que pueden terminar en infartos o arteriosclerosis. En cuanto al consumo de leche descremada, hay varias razones por la que se entiende que no es saludable, frente a los mitos de la sociedad que piensa que es más sana por su menor contenido en grasa.

La leche descremada contiene una media de 13 gramos de azúcar por vaso, siendo la ingesta recomendada para mujeres y hombres de 20 y 32 gramos respectivamente. Es cierto que un vaso de leche descremada de 2% contiene "solo" 122 calorías, pero los expertos recomiendan que se consuman estas calorías con alimentos más nutritivos.

La leche desnatada es separada de la leche entera en un proceso de centrifugado, siendo un dato de interés, que antes de ser procesada tiene un color azul y es de consistencia aguada, muchas empresas le inyectan leche en polvo, y además durante el proceso se somete a alta presión y calor que ocasiona que se "oxide" el colesterol de la leche. Estudios demuestran que el colesterol oxidado es cancerígeno, irrita los vasos sanguíneos, crea placas en las arterias y oxida las moléculas de colesterol ya existentes en nuestro cuerpo.

Este tipo de leche contiene muy poca o casi ninguna leche saturada, pero una revisión literaria de la revista *American Journal of Clinical Nutrition*, demuestra que no hay evidencia suficiente que pruebe que una alimentación que incluye grasas saturadas esté directamente vinculada al incremento de sufrir enfermedades cardíacas o accidentes cerebro- vasculares. (Calderón, 2012)

Según un estudio, la leche desnatada no ayuda a adelgazar, y esto sucede porque cuando eliminamos la ingesta de grasa nos refugiamos en los carbohidratos, ya que esta leche no suprime el apetito. Un estudio de investigación realizado a 12.829 niños demostró que los que bebían más de 3 porciones de leche al día aumentaban de peso, y que el consumo de leche descremada de 1% provocó un aumento de peso (Berkey, 2005).

Al eliminar la grasa láctea de la leche, lo que queda son los factores que sí que ayudan a promover el cáncer, pero eliminan las que sí protegen. Según meta-análisis sobre lácteos y cáncer de próstata, no se encuentra asociación con la leche entera, pero sí con la desnatada, concluyendo lo mismo en el estudio del cáncer de ovario. (Greenwood et al, 2013)

"Enriquecimiento"

Por ahora con los estudios revisados sobre la leche descremada no es muy aconsejable su consumo, y en vista a que se anuncia como beneficiosa para el corazón y el colesterol, no muy aconsejable en mi opinión, pero sigamos estudiando el otro componente estrella del producto, el Omega 3.

La asociación del control del colesterol con el Omega 3 es un tema importante y delicado, el cual es muy poco entendido por la gente, y ante el que hay muchas equivocaciones.

El Omega 3 está compuesto por ácidos grasos EPA y DHA, los cuales, según estudios clínicos demuestran que no influyen de manera significativa en los niveles de colesterol, ni en el LDL², ni en el HDL³.

Hay que tener en cuenta una cosa, y es que la industria farmacéutica siempre intenta lucrarse de la aplicación de estudios científicos para ofrecer a la sociedad algo que busca (y la bajada del colesterol es una de las cosas más deseadas), si realmente algo tan sencillo de obtener como es el Omega 3 redujera el colesterol, ya habría un medicamento en el mercado solucionando este problema de la población.

El Omega 3 tiene multitud de beneficios y finalidades; bajar los triglicéridos, reducir la agregación y adhesión de plaquetas, bajar la presión sanguínea y frecuencia del latido etc., pero no combate el colesterol. Para reducir el colesterol hay que combinar distintos factores, entre ellos es muy importante cambiar la dieta, basándola en una dieta mediterránea (reducir el consumo de grasas saturadas, aumentar el consumo de frutas y verduras etc.) y realizar actividad física, no beber leche.

Por ahora es cierto que el Omega 3 es bueno para los problemas cardiovasculares (algo en lo que se hace mucha incidencia en la publicidad de Puleva,

² Es el encargado de llevar el colesterol del hígado a los tejidos que lo requieran. Se ha descubierto recientemente que existen dos tipos de LDL, uno formado por partículas de mayor tamaño que fluyen por la sangre sin pegarse a las paredes de las arterias, y otro formado por partículas más pequeñas que sí, y que puede producir arteriosclerosis.

³ Encargado de transportar el colesterol de los tejidos de vuelta al hígado cuando ya ha sido 'usado'.

"corazón contento, corazón sano"), pero nada de cierto en lo referente al colesterol, y otra cosa, recordemos que el "enriquecimiento" que le hacen a la leche con Omega 3, es mínimo, como comenté al principio del estudio, una simple sardina contiene 20 veces más de O3 que un vaso de leche, la cantidad de O3 recomendada por la Comisión Europea es de 250 mg por día, siendo esto equivalente a unos 200 gramos de pescados grasos por semana, por tanto tendríamos que consumir una barbaridad de leche para conseguir su beneficio, Puleva indica en su etiqueta que contiene 60 mg de O3 por cada 100 gr de leche, es decir, un 0.06%, mientras que 100 gr. de salmón contiene 1500 mg, es decir, 25 veces más.

Tiene también cualidades beneficiosas la ingesta de DHA contenido en el Omega 3, siendo este fundamental en el desarrollo del cerebro de los bebés. Hay estudios que demuestran que reporta una gran cantidad de beneficios al desarrollo de los bebés durante el embarazo. Los hijos de madres que consumían más de 340g de pescado a la semana muestran un mejor desempeño en una serie de pruebas cognitivas, las madres a su vez, tienen menos síntomas de depresión posparto, y los bebés obtienen un mejor desarrollo neuronal. Estas cualidades beneficiosas no hay que olvidar que se obtienen con el consumo de pescado en sí en cantidades considerables, no reportaría este beneficio la ínfima cantidad de O3 que contiene la leche (Daniels et al, 2004; Hibbeln et al, 2002 y 2007)

No veo muy factible por ahora, y siempre en mi opinión, comprar este producto, y no olvidemos una cosa, todo en exceso es malo. En una investigación sobre la relevancia de los cambios de nutrición durante la gestación, introduciendo el consumo de O3, se descubrió que con un consumo excesivo de esta sustancia, además de producirse una situación de estrés oxidativo, se llega a inhibir la formación de ácidos grasos esenciales. Un desequilibrio en la composición de ácidos grasos en la dieta, puede predisponer el desarrollo de una resistencia insulínica y provocar diabetes (Herrera, 2012).

Los efectos de los ácidos grasos O3 sobre las lipoproteínas en el organismo no se encuentran completamente definidos. Lo más llamativo y claramente demostrado es la disminución que provoca en triglicéridos y VLDL en todo tipo de sujetos, sin embargo, sus efectos sobre los niveles de LDL Y CHDL dependen del tipo de paciente y su

perfil lipídico. En pacientes con colesterol total elevado, los O3 disminuyen el LDL si a la vez se reduce el consumo de grasas saturadas. El efecto sobre el HDL varía desde una pequeña disminución, a un ligero aumento en pacientes con triglicéridos elevados (UNED, 2015).

Además de todo lo visto anteriormente, investigando un poco más, encuentro la evidencia científica que demuestra que NO hay una evidencia clara que diga que los Omega 3 tengan un efecto apreciable en cuanto a mortalidad, fenómenos cardiovasculares o contra el cáncer (temas a los que hace alusión con sus beneficios las campañas publicitarias de Puleva), el estudio se realizó a 36913 participantes, y se llegó a la conclusión de que la introducción de O3 no tenía un claro efecto sobre la mortalidad total, eventos cardiovasculares combinados o cáncer (Hooper et al, 2006).

“Una exhaustiva revisión del British Medical Journal tampoco ha conseguido demostrar que el consumo de micronutrientes consiga reducir la mortalidad ni los problemas cardiovasculares”. Habiendo realizado una evaluación minuciosa de todos los trabajos científicos hasta la fecha sobre ácidos grasos O3, realizando una selección de 88 trabajos con más de 36.000 pacientes, de entre un total de 15.159 publicaciones (Marco, 2006).

Hay personas que son amantes de los lácteos, y supone un problema para ellos el tener que eliminarnos de su dieta, por lo que he decidido estudiar si son igual de perjudiciales los yogures, o la opción de tomar productos sin lactosa, que favorecen la digestión.

¿Es mejor el yogur que la leche?

El yogur es un alimento que se obtiene de la fermentación de la leche por microorganismos específicos (*Streptococcus thermophilus* y *Lactobacillus bulgaricus*). Las bacterias ácido- lácticas constituyen un conjunto de microorganismos benignos, datos de propiedades similares, que producen ácido láctico⁴ como producto final del proceso de fermentación. Éstas se complementan con las bacterias presentes en nuestra

⁴ Ácido láctico: producto orgánico que se produce naturalmente en el cuerpo de cada persona, siendo un combustible para el ejercicio, encontrándolo en los músculos, sangre y varios órganos. Esta sustancia se produce cuando el esfuerzo físico supera el nivel en el que nuestro cuerpo a no puede producir más energía usando el oxígeno. A partir de ahí, nuestro cuerpo empieza a funcionar de forma anaeróbica y se forma el ácido láctico. (Vidactiva, revista de deporte)

flora intestinal y contribuyen al buen funcionamiento del aparato digestivo. Una de las propiedades más destacables del yogur es su capacidad para regenerar la flora intestinal, la cual se ve afectada por una mala alimentación y, sobre todo, por infecciones y abuso de medicamentos como los antibióticos. (Textoscientíficos.com)

El Departamento de Medicina Preventiva y Predictiva de la Unidad *Nutritional Epidemiology* realizó un estudio en Milán en 2011 que relaciona el consumo de alimentos fermentados como el yogur con una menor incidencia de cáncer de colon. (vidanaturalia.com)

¿Leche sin lactosa?

Otra cuestión que he querido analizar es la intolerancia a la lactosa, y es que es un problema que según la FEAD (Fundación Española del Aparato Digestivo), entre el 20 y el 40% de la población española podría sufrir esta intolerancia. La ingesta de lactosa no afecta del mismo modo a todas las personas, notando unas sus efectos de forma inmediata al consumir pequeñas cantidades de lácteos, mientras que otras tienen un umbral de sensibilidad más alto.⁵

La lactosa, es un tipo de azúcar que se encuentra en la leche y otros productos lácteos, necesitando el cuerpo una enzima llamada lactasa para poder digerir la lactosa. La intolerancia se produce cuando el intestino delgado no produce la cantidad suficiente de esta enzima. Los síntomas que pueden aparecer debido a la intolerancia son: distensión abdominal, cólicos abdominales, diarrea, gases o náuseas. (NIDDK, 2014)

Está muy de moda la leche "sin lactosa", debido a la intolerancia tan elevada que existe entre la población. Y por lo tanto he decidido investigar si es cierto lo que prometen estas marcas que publicitan estos productos.

La leche contiene alrededor de un 5% de lactosa, siendo esta un disacárido (azúcar formado por 2 monosacáridos unidos: glucosa y galactosa). Nuestro organismo produce de forma natural la lactasa, la cual es capaz de romper la lactosa en sus dos

⁵ Página Web de la FEAD (Fundación Española del Aparato Digestivo)

partes comentadas anteriormente, haciendo que estos dos azúcares puedan ser absorbidos por el intestino.

A la leche sin lactosa, lo que se le hace no es extraerle la lactosa, sino que se le añade la enzima de la lactasa, con lo cual esta leche que consumes ya tiene la lactosa separada en glucosa y galactosa.

Las personas ya producimos de forma natural la lactasa, pero se le introduce a este tipo de leche porque una parte de la población tiene un déficit de producción de lactasa.

Al tratarse de un producto de moda de estos últimos años, y prácticamente "nuevo", aun no hay evidencias científicas que demuestren que su consumo por personas sanas hagan que se revierta el proceso de adecuación evolutiva del organismo, y se promueva la intolerancia a la lactosa, pero la experiencia dice que sería posible que la reducción del consumo de lactosa diese lugar a la anulación de la producción de lactasa en nuestro organismo, como ocurrió con el caso de los celíacos, a los que se les aconsejaba no consumir gluten hasta los 6 meses de vida, y ahora se recomienda su ingesta a partir de los 5 meses para minimizar la posibilidad de contraer la enfermedad celíaca. (Tormo, 2011)

Aun así, no se puede hacer una afirmación a día de hoy de que la ingesta de leche sin lactosa por personas sanas sea mala.

Lo que sí se demuestra claramente en estudios, es que con la realización de actividad física, especialmente la de entrenamiento de fuerza, ayuda a fortalecer los huesos, mientras que no hay estudios concluyentes que garanticen que esto lo haga la leche (Borer, 2005).

1.4. CONCLUSIONES

En síntesis podríamos decir lo siguiente:

Puleva anuncia este producto como el pionero en "enriquecer" su leche con Omega3, nutriente súper necesario en nuestro organismo, que ayuda a combatir el colesterol y enfermedades cardiovasculares, además que estar compuesto por leche desnatada, vista por la sociedad como la más "sana" y adecuada para el consumo, un producto más que necesario en nuestras neveras por sus cualidades, enzimas, calcio, vitaminas etc.

Siempre la sociedad le ha tenido miedo al colesterol, pero es más que necesario para nuestro organismo, se trata de un lípido que se encuentra en los tejidos corporales y en el plasma sanguíneo y su presencia es necesaria. Cumple varias funciones, entre las que se encuentran; la formación y mantenimiento de las membranas celulares, precursor de la vitamina D, precursor de la bilis y de muchas hormonas, entre ellas las sexuales. (Carrero y Herráez, 2015)

Tenemos un problema en la sociedad, y es que creemos todo lo que escuchamos, y en multitud de ocasiones hablamos sin saber, la gente oye hablar de colesterol y solo piensa en aportes negativos, y aquí hemos podido ver que en los últimos años se esta demostrando que hay evidencias que afirman que el colesterol es bueno, siempre que provenga de un buen origen, y el más natural posible y menos tratado industrialmente.

En este estudio me he centrado en analizar lo que he considerado más importante, que se trata de una leche desnatada, y su enriquecimiento con Omega 3, ya que además de ser lo que más parece resaltar la empresa, son ingredientes con los que la sociedad se encuentra muy equivocada en cuanto a sus beneficios y necesidad de consumo.

Curiosamente, y una vez más, debido al boca a boca y a las mentiras que se escuchan a diario en televisión, radio, y multitud de medios a los que estamos sometidos, no solo no estamos bien informados acerca de las finalidades de estos

ingredientes, sino que además puede que esté distorsionada la realidad de los mismos, llevándonos en muchas ocasiones a error en cuanto a sus finalidades.

Referente a la leche descremada, resulta ser que, no es que no solo no sea la mejor para el consumo, sino que además es la menos recomendada por médicos y especialistas, debido a los procesos por los que pasa de pasteurización, pérdida de vitaminas etc., y todo lo que haría que quisiéramos consumirla, incluso la otra razón por la que la tomamos es porque pensamos que desnatada significa "más sana", y es cierto que contiene menos grasa, pero no tenemos que olvidarnos que contiene muchos azúcares, los cuales no son buenos para nuestro organismo. Siempre hemos pensado que este producto era "vital" para tener fuertes nuestros huesos, obtener calcio etc., pero no es así, somos la única especie mamífera que seguimos consumiendo la leche tras pasar el momento prenatal, y estudios demuestran que es un alimento completamente innecesario, que podemos cubrir ese consumo de calorías con otros alimentos mucho más sanos y necesarios, y que incluso su abuso puede desencadenar en enfermedades, pero aun así, si nos gusta consumirla, mejor hacerlo con leche ecológica, y no leche que pasa por procesos UHT y de pasteurización. Otra opción sería el consumo de yogures, que son más recomendables y beneficiosos para el aparato digestivo, tienen una alta digestibilidad y aumentan nuestras defensas.

Debido a la alta tasa de intolerantes a la lactosa, Puleva, entre todas sus variedades de leche oferta "mañanas ligeras", leche sin lactosa, la cual, es cierto que es mucho mejor para digerir por los intolerantes debido a la separación de la lactosa en sus dos componentes, y la introducción de la lactasa.

En cuanto a su "enriquecimiento" con Omega 3, esta palabra suena alarmante, ya que es una técnica muy utilizada en el marketing, y es que no sé porqué les permiten utilizar esta palabra ante dosis tan ridículas que les introducen, ya que como hemos visto anteriormente una pequeña sardina, que en el mercado la encontramos a muy bajo precio multiplica considerablemente el contenido de Omega 3 que contiene una porción de leche Puleva. Por lo que si una de las razones por la que consume esta variedad de leche es por su presencia en O3, aconsejo que deje de hacerlo, y si es por reducir el colesterol, tampoco la compre, miles de estudios científicos demuestran que el Omega 3 no mejora los niveles de colesterol.

Por tanto, viendo todo lo expuesto, en mi más sincero consejo, no pienso que este producto sea el aconsejable para los perfiles a los que se dirige, y da una idea equivocada de sus productos a sus "fieles clientes", creando incluso una fundación que hace más creíble todo lo que "vende".

2) **LEGGINGS NIVEA Q10**

2.1. INTRODUCCIÓN

Este nuevo producto que promocionan en la televisión es muy curioso para analizar. Parece un producto milagroso; simplemente hay que ponerse estas *leggings* durante una media de 6 horas diarias para hacer tu vida normal, y según indica el envase "*remodelan al instante, reafirman vientre, glúteos y piernas*". En el anuncio hacen alusión al "Q10 microencapsulado", éste es el responsable de reafirmación y remodelación según ellos dicen, incluso afirman que en dos semanas se pueden observar los resultados, pero, ¿qué es el Q10? ¿Qué explicación hay de que esto logre este beneficio en nuestro cuerpo? y, ¿qué aval científico lo demuestra?

Nos encontramos ante un mercado que, aprovechándose de las necesidades de la sociedad de dar una buena imagen, tanto en el trabajo como con la familia y amigos, ofrece productos que nos inducen a error en cuanto a su uso, prometiendo resultados que no sabemos si realmente se lograrán alcanzar. Es cierto que la ciencia está muy avanzada, y hoy día se pueden alcanzar muchas cosas gracias a ella, pero no tenemos que dejarnos engañar, y tener claros los objetivos que tenemos al comprar un producto, y si la composición que lleva el mismo está destinado a obtener ese resultado. Este producto resalta la presencia del Q10, y antes de dejarnos embaucar por esta palabra que tanto se escucha en estos últimos años en los productos de belleza, debemos informarnos y cerciorarnos si hay evidencias científicas que demuestren que realmente tiene resultados en la finalidad que queremos obtener con su consumo.

Me gustaría analizar la información que da la empresa sobre el producto, las explicaciones y evidencias científicas al respecto si estas existieran, y contrastarlo con estudios científicos que hayan de la coenzima Q10 que nombran tanto y a la que achacan los resultados que se dicen obtener.

2.2. ¿QUÉ ES LO QUE DICE LA EMPRESA?

La empresa se comunica con el público a través de su página Web donde presenta sus productos, cuelga videos de experiencias de expertos o personas conocidas, y se pueden escribir opiniones sobre el producto, además de su anuncio televisivo que aparece en todas las cadenas importantes.

En la página Web de Nivea hay un apartado específico para este producto, en el que aparecen frases cortas que indican ventajas del producto y que lo hacen muy atractivo, además, ofrecen una ficha con sus características y videos en los que varias mujeres hablan de su experiencia con el uso de las *leggings*.

En los videos podemos ver a una estilista, a una actriz experta en fitness, una consultora de Lifestyle y a una mujer que es madre, presentadora y chef, en resumen, utilizan mujeres modelo para la vida de cualquiera, o bien, para hacernos sentir identificadas con ellas, o porque serían el modelo que nos gustaría seguir.

Estas mujeres, al hablar de su experiencia con el producto, hacen referencia a que puedes usar estos *leggings* tanto para hacer tu vida normal (ir al trabajo, a estudiar etc.) como sin necesidad de cambiarte, ponerte el top e ir directa al gimnasio. Hacen alusión a que ya notan sus resultados en tan solo 15 días de uso, y comentan la necesidad de "estar en movimiento", y que haciendo esto, entra en tu piel la "milagrosa coenzima Q10".

Al entrar en la ficha del producto afirma que *"con estos leggings con efecto reafirmante y remodelador lograrás una piel más firme a cada paso. Consigue reafirmar vientre, glúteos y piernas gracias a tu movimiento habitual, ¡en tan solo 2 semanas!"*

En la información del producto comentan que quién no sueña con tener una bonita silueta sin esfuerzos, que son cómodos y prácticos para usarlos para todo, y todo el día, y vuelve a hacer alusión a que el Q10 con efecto reafirmante y remodelador reafirmas al instante sin darte ni cuenta.

En cuanto al funcionamiento, indican que las cápsulas Q10 integradas en el tejido se liberan con el movimiento. Combinan la tecnología de suave compresión con la coenzima Q10 de la propia piel, aceite de almendras y aloe vera para trabajar eficazmente, logrando una piel más firme a cada paso, prometiendo su eficacia hasta después de 30 lavados.

En lo referente a su aplicación, indican que se utilice ropa interior debajo de los *leggings*, y que se utilice durante 6 horas al día para obtener mejores resultados, que no se utilice la prenda durante el embarazo, y la composición de las *leggings* que está formada por un 87% de poliamida y un 13% de elastano.

Consejo: mejorarán los resultados si se sigue una dieta equilibrada y practicando algo de ejercicio.

En el envase del producto y la publicidad gráfica se puede ver lo siguiente:



En el envase aparece una mujer de entre 30 y 40 años, con una bonita silueta, que muestra seguridad, y la imagen de que se siente feliz y bien consigo misma llevando puestos los leggings Nivea. Sale de forma llamativa y visible el componente principal de las leggings (el Q-10), y al lado un dibujo donde se representa gráficamente la absorción de la coenzima al llevarlas puestas.

En el resto de publicidad del producto podemos ver imágenes en las que se ve el cuerpo de una mujer con una naranja escondida (como signo del 'adiós a la piel de naranja'), un cuerpo con la cinta métrica en señal de reducción de volumen, o de la venta de las leggings también en formato corto, pudiendo llevarlas hasta debajo del vestido sin que nadie lo note.

En el spot publicitario aparece como protagonista la misma mujer del envase del producto, la cual muestra signos de un día a día movido (va al gimnasio, tiene una hija a la que va a recoger caminando, juega con ella etc.)

El anuncio dice lo siguiente:

“Ahora Nivea reafirma tu piel mientras te mueves. Nuevos leggings reafirmantes y remodeladores con Q10 microencapsulado. Rreafirman activamente y remodelan al instante. Efecto reafirmante a cada paso. Nuevos leggings reafirmantes y remodeladores Nivea Q10”

En un spot de 21 segundos dice la palabra "reafirma" 5 veces, y "remodelador" 3 veces. Graban perfectamente en la mente de la futura compradora el mensaje que quieren que llegue, y así, se evitan tener que dar la explicación, que realmente sería la apropiada, y es el por qué, gracias a esta coenzima se consiguen estos resultados.

2.3. ¿QUÉ DICE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA AL RESPECTO?

Primero he investigado sobre qué es la coenzima Q10 y las finalidades que tiene en el organismo, que es lo primero que hay que conocer para ver si se acerca a alguna de las promesas que hace este producto.

La coenzima Q-10 es una sustancia parecida a una vitamina que se encuentra presente en todo nuestro cuerpo, pero sobre todo en el corazón, hígado, riñones y páncreas. Se puede obtener en pequeñas cantidades de la ingesta de carnes y mariscos, y además se puede crear en los laboratorios. Conforme nos hacemos mayores, se va agotando la coenzima Q-10 que tenemos en nuestro organismo, también fumando, por lo que se utiliza como complemento nutricional en muchos productos. Funciona como antioxidante, siendo esencial para el funcionamiento de todas nuestras células. Muchas personas usan esta coenzima para el tratamiento de enfermedades del corazón, insuficiencia cardíaca, presión arterial alta, para ayudar a aumentar la energía etc. (MedlinePlus, 2015)

Los antioxidantes al ser consumidos en forma de alimentos reducen el desarrollo de enfermedades que afectan actualmente a la población (enfermedades cardiovasculares, tumorales y neuro-degenerativas). Han pasado a ser considerados por la población como "moléculas cuyo consumo es sinónimo de salud".

Hasta ahora bien, las coenzimas antioxidantes son buenas, pero ni rastro, ni referencia a funciones remodelantes y adelgazantes, y más curioso aún, bajo el dicho de "todo en exceso es malo", resulta que hay evidencias científicas que demuestran que no es muy bueno tampoco el suplemento de antioxidantes...

Los antioxidantes han pasado a ser de "cazadores de radicales libres" (en los 90), a moléculas cuyo consumo sería sinónimo de salud (última década).

El estrés oxidativo, es causado por un desequilibrio entre la producción de oxígeno reactivo y la capacidad de un sistema biológico de depurar rápidamente los reactivos intermedios o repara el daño resultante, y es un factor causal de algunas enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), que actualmente más afectan a la población mundial (patologías cardiovasculares, tumorales y neurodegenerativas).

Hay un reconocimiento experimental que afirma que la administración de antioxidantes en modelos animales de patologías asociadas al estrés oxidativo, no solo inhibe la aparición de este estrés, sino que también retarda y/o previene el desarrollo de las ECNT asociadas a dicha condición.

La última observación sería la acumulación de evidencia mayormente del tipo epidemiológica, de que el riesgo relativo de desarrollo y/o muerte por ECNT correlaciona en forma inversa con la ingesta de alimentos ricos en antioxidantes (frutas y verduras).

Basados en la evidencia de que un consumo de alimentos ricos en vitaminas antioxidantes reducían ciertas ECNT, se iniciaron unos estudios en los cuales se hizo una alimentación suplementada a una sub-población con altas dosis de vitaminas antioxidantes.

Transcurridos 20 años, a día de hoy, no existe evidencia científica que amerite el uso de estos suplementos como una forma de reducir el desarrollo y/o muerte por ECNT.

Recientemente, mediante el empleo del meta-análisis⁶, no solo no se apoya el uso de los suplementos antioxidantes en grandes dosis para tratar las ECNT, sino que además, en determinados grupos de individuos, el uso de tales preparados incrementan el riesgo e incidir en un aumento de la mortalidad.

Por tanto, hasta ahora, solo se puede recomendar el incremento del consumo de frutas y verduras ricas en antioxidantes. (Antioxidantes y salud: Evidencias científicas, 2015)

⁶ Potente técnica estadística que permite analizar de forma conjunta estudios que arrojan resultados que no son necesariamente coincidentes.

¿Es posible adherir la coenzima Q10 a unas leggings?

Para elaborar esta prenda se utilizan dos compuestos: elastano (13%) y poliamida (87%). El primero es una fibra sintética que aporta elasticidad, y el elastano es muy utilizado en la elaboración de medias, sujetadores etc.

La poliamida es un compuesto que se puede encontrar en la naturaleza o que puede ser fabricado sintéticamente. Tiene la facilidad de formar hilos, y se elabora a partir de dos monómeros (un cloruro de diácido y una diamina) a través de la técnica de polimeración interfacial. Al introducir en el proceso de polimeración interfacial un principio activo con baja solubilidad en agua, la propia poliamida que se está formando es capaz de encapsular en su interior dicho principio activo. La poliamida para actuar como una cubierta de la coenzima Q10, y dicha coenzima se incorpora a las fibras del tejido durante el proceso de hilado, de modo que cada filamento de los *leggings* contiene miles de microcápsulas que contienen su ingrediente estrella. Al ponerte las *leggings* las microcápsulas que están en el tejido se van rompiendo por la fricción con la piel.

Puede ser cierto, lo de que al utilizar las *leggings* se introduzcan en el cuerpo las microcápsulas de Q10, pero lo que le interesa al consumidor es que realicen la función que aseguran al vender el producto, y hasta ahora seguimos sin tener evidencias científicas. En la Web del producto no hay ningún estudio que demuestre los efectos reafirmantes de las *leggings*, ni hay por ningún sitio artículos publicados en revistas independientes sobre estos efectos (López, 2015).

“Las reivindicaciones de productos cosméticos, explícitas o implícitas, tienen que sustentarse con elementos de prueba apropiados y verificables, cualquiera que sea su tipo, incluidas, en su caso, evaluaciones de expertos. Si se utiliza un estudio como prueba, este debe ser pertinente para el producto y el beneficio que se reivindica, debe basarse en metodologías bien diseñadas y ejecutadas correctamente (válidas, fiables y reproducibles) y debe respetar las consideraciones éticas. La evaluación de la aceptabilidad de una reivindicación debe basarse en la ponderación de las pruebas

aportadas en el conjunto de estudios, datos e informaciones disponibles, según la naturaleza de la reivindicación y los conocimientos generales de los usuarios finales.”⁷

He estado buscando por palabras clave en una Web de artículos científicos donde aparecen todos los ensayos realizados. En ella se resume lo que se pretende, los métodos utilizados, resultados y conclusiones finales. Hay miles de artículos relacionados con estudios realizados con esta coenzima, pero por más que introduzco las palabras clave "reafirmante", "reductor", "adelgazamiento", etc., no encuentro nada. Hay multitud de ensayos relacionados con enfermedades coronarias, beneficios en el consumo de alimentos ricos en la coenzima Q10 en pacientes de avanzada edad, efecto de la coenzima Q10 en la médula espinal para lesión por isquemia-reperusión etc.

En un ensayo se utiliza la coenzima Q10 (antioxidante) para ejercer un efecto neuroprotector. Se utilizó en ratas macho, introduciéndoles la coenzima en cantidades de 300 mg. En el segundo día ya se obtenían puntuaciones significativas de mejora en la función neurológica, y una preservación de las neuronas motoras más normales (Hwang, 2015).

En otro ensayo se empleó la coenzima Q10 como tratamiento para la fatiga y la depresión en la esclerosis múltiple: El estudio se realizó controlado con placebo para determinar el efecto del suplemento Q10 (500 mg/día) frente al placebo 12 semanas. El estudio concluyó en que los suplementos Q10 en la cantidad indicada anteriormente pueden mejorar la fatiga y la depresión en pacientes con esclerosis múltiple (Sanoobar et al, 2015).

Y así podría continuar comentando multitud de ensayos, siendo la mayoría referidos a mejoras coronarias, incluso reducción de los niveles del colesterol, reducción de los marcadores biológicos asociados con enfermedades cardiovasculares (todo relacionado con lo mismo, mejora en enfermedades del corazón).

Lo curioso es que la mayoría de ensayos se hacen con ‘dietas’ ricas en esta coenzima, es decir, una buena dieta mediterránea, no siendo necesaria la

⁷ Reglamento (UE) n° 655/2013 por el que se establecen los criterios comunes a los que deben responder las reivindicaciones relativas a productos cosméticos.

suplementación en cápsulas ni de forma artificial, porque como redacté más arriba, hay grupos de personas a las que incluso les perjudica.

2.4. CONCLUSIÓN

Por lo tanto, después de mucho investigar se puede realizar una síntesis:

Nos encontramos en el caso de unas *leggings* que tienen una composición que pueden tener unas *leggings* cualquiera, y que su precio oscila entre 10 y 30 euros como cualquier otras *leggings* que podemos comprar en otro sitio, pero además ofrecen unas ventajas de reafirmación y remodelación que las demás no nos ofrecen, y con las que con sólo ponértelas una media de seis horas diarias (siempre en movimiento), ves los resultados.

La empresa emplea buenas técnicas de marketing, el anuncio aparece en las cadenas más vistas en televisión, aprovecha el *boom* de las *leggings*, que se utilizan mucho según la moda del momento, y hacen saber tanto en el anuncio, como en los videos de estas mujeres conocidas su facilidad de combinación tanto para ir al trabajo, como a tomar algo o para el gimnasio. Además hacen alusión continuamente a la coenzima Q10, que se utiliza en multitud de suplementos alimenticios, cremas etc., y que todos sabemos que es buena, sin llegar nunca a preguntarnos para qué es buena concretamente esta coenzima tan famosa, ni lo que se consigue con ella, simplemente confiamos en su efecto "reafirmante y remodelador" que nos aseguran en su publicidad, y la consumidora se crea una "ilusión" ante la posibilidad de mejorar su figura con el hecho de utilizar una prenda de vestir que normalmente tiene siempre en su armario y no va a suponer un esfuerzo ni cambio de rutina, que suele ser lo que más asusta y lo que más nos echa para atrás a la hora de comprar un nuevo producto.

La mayoría de mujeres de hoy día tienen muchas obligaciones y mucho estrés en su día a día, trabajo, llevar las tareas del hogar, cuidar a los niños, llevarlos al colegio, y también dedica algo de tiempo a ella misma (ir al gimnasio, salir con los amigos, etc.). Nivea con su spot publicitario y los videos que ha colgado en la Web, menciona todas estas situaciones que se pueden realizar llevando puestas sus *leggings*, y teniendo un ritmo de vida así, asegura notar enseguida los resultados.

Es cierto que la coenzima Q10 es necesaria en nuestro organismo y un gran aliado de nuestras defensas. Funciona como antioxidante y dota a nuestras células con una mayor energía y actividad, aunque también hemos podido ver que se aconseja su aporte mediante consumo directo de los alimentos, y si se hace en forma de suplemento tampoco es aconsejable abusar, pero no provoca ningún tipo de efecto adelgazante, ni remodelador en nuestro cuerpo, que es lo que promete el producto, y la causa única por la que se compraría el mismo.

Los consumidores nos cegamos ante las promesas que nos hacen al vendernos un producto, y normalmente no investigamos sobre él y si son ciertas las cosas que nos ofrecen.

Mi trabajo con el estudio de este producto era averiguar si realmente se puede obtener el resultado que promete la empresa, y no he encontrado ni si quiera una simple alusión a algo parecido por muchos artículos científicos que he revisado.

3) CEREALES SPECIAL K

3.1. INTRODUCCIÓN

Mi interés por estudiar este producto es, por lo conocido que es, por su renombre como marca y por su tan manido "Plan Special K", destinado con toda su línea de productos a las personas que buscan adelgazar. Special K es una sub-marca de Kellogg's, empresa especialista en cereales de todo tipo, con un amplio abanico de consumidores, destinada tanto a niños, como personas con problemas de estreñimiento, personas que buscan adelgazar, o simplemente amantes de los cereales en todas sus variedades (en forma de *snack*, cereales clásicos, con chocolate, yogur y multitud de sabores).

Siempre he tenido curiosidad de conocer por qué estos cereales son buenos para adelgazar, y conocer su información nutricional, ya que conozco mucha gente que ha comentado alguna vez la dieta Special K, y veo que lo adecuado es compararlo con otros cereales que están destinados a otro tipo de público para ver sus diferencias o similitudes, porque mi labor como analista en este trabajo es comprobar si la publicidad que se hace del producto realmente está correctamente dirigida al consumidor al que dice dirigirse, y si cumple las promesas que hace.

Voy a comparar los Special K con los Corn Flakes, también de Kellogg's, que consisten ambos en copos de maíz sin ningún tipo de añadido. Además realizaré una comparativa de sus precios, a ver si hay diferencias, porque es muy típico que los productos destinados a la dieta tengan una subida considerada de su precio simplemente por el hecho de que su publicidad se destine a personas que quieren adelgazar. Todos somos conscientes de que estos productos son más caros, pero pensamos que si ese precio es superior, es debido a que el proceso de fabricación será más complicado, o tendrán que tratar de una forma especial ese producto para destinarlo a un grupo específico de la población, y por eso deja de importarnos esa subida de precio. En muchas ocasiones es así, para convertir un producto en *light* o bajo en grasa hay que desgrasarlos o reducirles las cantidades de azúcar, y para que tengan el mismo sabor o el más parecido posible al original, les introducen componentes endulzantes, espesantes etc. Pero hay casos en los que con el marketing nos dicen que sus productos están destinados a la dieta, y al mirar su composición y compararla con otros productos no

destinados a estos, comprobamos que es prácticamente la misma la composición que tienen, o la diferencia es ridícula, y sin embargo en el precio se puede apreciar una gran subida.

3.2. ¿QUÉ ES LO QUE DICE LA EMPRESA?

Si buscamos en Internet, podemos encontrar tanto la página oficial de Kellogg's (en donde podemos pinchar en la pestaña de marcas y entrar en el apartado de productos Special K), como la página oficial de Special K. Además hay una página Web destinada al "Plan Special K", donde respondiendo a una serie de preguntas, con el consejo de unos expertos adecuan una dieta Special K especial para las necesidades de cada persona, en la que se incluyen, claro está, el consumo de este producto, y te dicen el peso que vas a perder en el tiempo que propones.

Al pinchar en la marca Special K en la página oficial de Kellogg's, podemos ver toda la selección de productos Special K, y un mensaje de la empresa diciendo que llevan más de 50 años con estos productos, acompañando cada día a millones de mujeres en su camino para sacar lo mejor de sí mismas, y para ayudarlas durante todo el día a cuidar su alimentación.

Al entrar en la Web oficial de Special K, nos informan de cada uno de sus productos y de los ingredientes que contienen.

En "Mi plan Special K", te realizan un cuestionario donde se adaptan a lo que necesitas y amoldan una dieta acorde a ello. Te preguntan qué tipo de alimentación sueles llevar, tu sexo, edad, qué tan activo es tu estilo de vida, tu peso y estatura, fecha para la que quieres obtener ese propósito, si es para una fiesta, unas vacaciones o un evento especial etc., y en un momento te dicen los Kg. que se estiman que vas a perder y personalizan una dieta para ti.

Entre las frases de sus páginas Webs podemos encontrar "*Un bol lleno de buenas vibraciones*", "*Planes para ayudarte a sentirte bien y estar guapa*" etc.

Todo está dirigido a un público objetivo muy concreto, las mujeres que quieren adelgazar y sentirse guapas y seguras con su aspecto.



Es muy conocido el logotipo de esta marca, resaltando la "K" en todos sus envases en el color rojo que le caracteriza. Esta letra, simula el contorno de la silueta de una mujer, dándole especial importancia al cuerpo 'sano y bonito'. Se puede ver cómo lucirían los cereales en tu cuchara de desayuno, y el trigo, que es la base de este producto.

Vamos a hacer un recorrido por los spot publicitarios de Special K de los últimos años, y comparemos el mensaje que pretenden retransmitir:

SPOT VERANO 2010 → *"Adoras esos vaqueros, y parece que ellos también te adoran a ti, así que disfruta de un desayuno bajo en grasas como el desayuno Special K todos los días y siéntete cada día estupenda. Special K de Kellogs. Siéntete estupenda"*. (Sale una mujer probándose unos vaqueros)

SPOT PUBLICITARIO 2012 → En este spot el mensaje lo transmiten de forma gráfica. Aparecen pies de muchas chicas transmitiendo el miedo al subirse a la báscula, y al subirse, la báscula en lugar de mostrar su peso, transmite palabras, como fuerza, orgullo, brillo, control, confianza etc., y finalmente sale la voz tan característica de la chica Special K diciendo *"Ahora es el momento de pensar en todo lo positivo que puedes ganar. Mi Special K tiene muchas y deliciosas maneras de ayudarte a sacar lo mejor de ti. Plan personalizado gratuito en Mispécialk.es. ¿Qué vas a ganar?"*

SPOT 2015 → *"La naturalidad del muesli crujiente. El intenso sabor del chocolate. La vitalidad de los frutos rojos. Con toda esta variedad, Special K llena tu vida de color"*. (Salen escenas de mujeres, una en el parque con su hija, otra paseando en su moto por la ciudad, y luego unas chicas que salen a correr por la playa)

En todos los anuncios publicitarios de Special K salen muchos rasgos comunes, la voz de la misma chica transmitiendo el mensaje, mujeres felices realizando actividades deportivas o comiendo un bol de cereales Special K, alusiones al peso y la buena figura gracias al consumo de este producto etc.

El mensaje que transmite es el de mujeres que consiguen estar seguras de sí mismas y contentas con su cuerpo debido a la combinación de deporte, comida sana y el consumo de estos cereales, o incluso en algunos de ellos simplemente con el consumo de Special K.

Dan la seguridad a las mujeres de que con Special K todo va a ir bien, y van a conseguir la talla deseada y sentirse bien consigo mismas, que además no se van a

cansar de seguir este tipo de alimentación porque ofrecen una gran variedad de sabores, incluso el tan deseado chocolate, y siempre todo bajo en grasas.

En cuanto al precio, como siempre, los productos destinados a la dieta tienen un precio bastante más elevado que lo que no, y en este caso no iba a ser menos, los Special K, tienen un precio de 2.89€, frente a 2.09€ de los Corn Flakes con el mismo contenido de cereales. Vamos a analizar si esta subida de precio está justificada, si realmente han conseguido una considerable reducción de calorías, grasas saturadas, sal etc.

3.3. ¿QUÉ DICE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA AL RESPECTO? COMPARATIVA CON CORN FLAKES

Special K realiza un gran marketing, sale en todas las cadenas más vistas de televisión, transmite siempre un claro mensaje, e incide en todas sus campañas en lo mismo; la ayuda que le ofrecen a las mujeres para estar guapas, delgadas y sentirse bien con ellas mismas.

Según dice, sus cereales son bajos en grasa, destinados a consumidoras que desean bajar de peso o mantenerse en la línea. Además muchas campañas las destinan a la variedad de sus productos, y es algo muy importante, porque a todas nos pasa que cuando comenzamos una dieta, al principio la cogemos con mucha ilusión, pero la poca variedad de productos que puedes consumir y la necesidad de consumir chocolate y otros pequeños caprichos, acaba cansándonos y terminamos cayendo en la tentación de comer productos "prohibidos" o acabar dejándonos la dieta. Special K ofrece una gran variedad de ingredientes combinados con los cereales, además de ofrecer snacks para picar entre horas cuando aparece el "gusanillo".

Me gustaría profundizar un poco en la información nutricional de Special K Classic, que es el cereal Special K más sencillo, sin ninguna incorporación de fresas, chocolate ni nada que aumente su contenido calórico, y compararlo con los tan conocidos Corn Flakes también de Kellogg's, que serían los copos equivalentes en cuanto a sencillez del copo (sin adición de más ingredientes) y que no están destinados o publicitados para el adelgazamiento.

MARCA	Nombre comercial	VALORES NUTRICIONALES POR 100 GRAMOS																			
		Energía (Kcal)	Proteínas (g)	Hidratos carbono (g)	Azúcares (g)	Grasas (g)	Grasas saturadas (g)	Fibra (g)	Vitaminas (mg)					Minerales							
								B1	B2	B3	B5	B6	B9 (µg)	B12 (µg)	H	E	Sodio (g)	Calcio (mg)	Fósforo (mg)	Magnesio (mg)	Hierro (mg)
DICKE'S	Copos de Avena	352	13,5	58,7	0,7	7	1,3	10	0,9	--	--	--	--	--	--	1,5	0,007	--	415	134	5,4
KELLOGG'S	All-Bran Choco	369	10	62	20	9	5	12	0,9	1	11,3	--	1,3	126	0,63	--	0,25	--	220	90	6
	All-Bran Plus Sabor Yogur	324	13	50	24	8	3,5	22	0,7	0,8	9	--	1	200	0,5	--	0,5	--	--	--	7
	Rice Krispies	382	7	85	9	1,5	0,4	1	1,2	1,3	15	--	1,7	167	0,85	--	0,7	--	--	--	7,9
	Smacks	374	6	84	45	1,5	0,4	3,5	1,2	1,3	15	--	1,7	166	0,83	--	0,7	267	150	50	7,9
	Corn-Flakes	372	7	84	8	0,9	0,2	3	1,2	1,3	14,9	--	1,7	166	0,83	--	0,7	--	--	--	8
	All-Bran Flakes	326	10	67	22	2	0,5	15	1,2	1,3	14,9	--	1,7	334	0,83	--	0,5	--	370	130	11,6
	Extra Trocitos de Fruta cr	443	6	62	27	19	10	6	0,9	1	11,3	--	1,3	126	0,63	--	0,45	--	140	50	6
	Special K Frutas Rojas ver	374	14	76	23	1,5	0,5	3	2,1	2,4	26,8	--	2,9	294	1,5	--	0,4	--	160	--	10,4
	Special K Chocolate	399	13	71	26	7	4	4	1,8	2	22,9	--	2,5	254	1,27	--	0,35	--	160	60	8,8
	All-Bran Plus	280	14	48	17	3,5	0,7	27	0,9	1	11,3	--	1,3	250	0,63	--	0,6	--	610	220	8,8
	Optivita Pasas	369	10	67	24	7	1	7	0,9	2	11,3	--	2,5	250	0,63	--	0,45	--	--	--	8,8
	Optivita Frutas del Bosque	371	10	67	20	7	1	8	0,9	2	11,3	--	2,5	250	0,63	--	0,45	--	--	--	8,8
	All-Bran Flakes Sabor yogur	344	10	67	25	4	1,5	12	1,2	1,3	14,8	--	1,6	296	0,82	--	0,45	--	--	--	10,4
	All-Bran Fruta & Fibra	358	8	68	23	6	3,5	10	0,9	1	11,3	--	1,3	250	0,63	--	0,55	--	190	70	8,8
	Special K sabor yogur nat	383	14	75	23	3	1,5	2,5	2,2	2,5	27,7	--	3,1	308	1,54	--	0,4	--	160	--	10,6
	Extra Chocolate & Avellan.	475	7	62	25	22	14	4,5	0,9	1	--	--	1,3	125	0,65	--	0,45	--	220	70	6
	All-Bran Flakes Chocolate	354	10	65	23	6	3	13	1,2	1,3	--	--	1,7	300	0,83	--	0,45	--	--	--	10,5
	Choco Krispies Cocorocks	408	7	77	32	8	3	3	1,2	1,3	14,9	--	1,7	166	0,83	--	0,35	--	--	--	8
	Special K Vainilla y Frutas	379	13	76	23	2,5	1,5	2,5	2,1	2,4	26,5	--	2,9	294	1,47	--	0,35	--	--	--	10,2
	Crunchy Nut con Miel y	387	6	85	35	2,5	0,6	2	1,2	1,3	14,9	--	1,7	334	0,83	--	0,45	--	--	--	8
Special K Classic	374	15	75	17	1,5	0,5	2,5	2,3	2,7	30,1	--	3,3	334	1,67	--	0,45	--	170	--	11,6	
Kellogg's Chocos	375	8	80	34	2,5	1	4,5	1,2	1,3	14,9	--	1,7	166	0,83	--	0,35	264	--	--	8	
Miel Pops	381	5	88	33	1	0,2	1	1,2	1,3	14,9	--	1,7	166	0,83	--	0,4	264	--	--	8	

CALORÍAS

Creo que no hay que entender mucho de nutrición para ver los números. Hay cifras que apenas difieren, pero además algunas son incluso superiores en los cereales Special K.

Hay algo en lo que los consumidores estamos muy equivocados a la hora de comprar un producto cuando queremos adelgazar o mantener la línea, y es que únicamente nos solemos fijar en las calorías, pero, ¿qué son realmente las calorías?

Una caloría es la cantidad de energía calorífica necesaria para elevar un grado Celsius la temperatura de un gramo de agua pura. Los seres vivos necesitan energía para sobrevivir, y esta la obtenemos de los macronutrientes aportados por la alimentación (Segatore L. et al. 1983).

Las calorías por lo que aquí dice son necesarias para el funcionamiento de nuestro organismo y muy importantes, no hay que darles tanta importancia a las calorías que aportamos a nuestro cuerpo sino más bien a qué hora del día las suministramos y el resto de componentes del producto, porque no es lo mismo 500 calorías aportadas por

alimentos como la pasta, fruta etc., que las mismas que se incluyen en un dulce. Hay que tener en cuenta muchos otros factores como los azúcares, grasas (saturadas o insaturadas) etc.

En cuanto a las calorías, estamos cansados de escuchar que la comida con más calorías que debemos tomar en el día es en el desayuno, porque da energía, Special K también lo da a entender en sus anuncios animando a realizar un desayuno Special K para empezar el día con buen pie, y es cierto que si tomamos un buen desayuno empezaremos el día con más fuerza y si estás más activo quemarás más calorías, pero estudios científicos realizados hace relativamente poco, aseguran que no existe evidencia científica suficiente para apoyar la tesis de que el desayuno sea la comida más importante del día, o hacer el tan conocido "desayuno de campeones". Estos estudios publicados en el American Journal of Clinical Nutrition por la University of Alabama y la University of Bath desestiman la importancia nutricional de la rutina de un desayuno de estas características, y además sugieren que no tiene efecto alguno sobre el metabolismo, la pérdida de peso o la salud en general.

Si hablamos de las calorías que contienen 100 gramos de cereales, los Corn Flakes tienen 2 calorías menos que los destinados para adelgazar, una cifra más que alarmante, ya que estamos tan convencidos de que al comprar los Special K tendrán muchas menos calorías que los cereales normales que ni nos paramos a realizar esta simple comparación, y los destinados a adelgazar contienen más calorías.

HIDRATOS DE CARBONO

Los carbohidratos tienen como principal función suministrar energía al cuerpo, especialmente al cerebro y al sistema nervioso. Estos, se clasifican en simples o complejos dependiendo de la estructura química del alimento y la rapidez con la cual se digiere y se absorbe el azúcar. Por lo tanto son más sanos los carbohidratos complejos, porque los simples tienen azúcares refinados que se digieren rápidamente y aportan muy poco valor nutritivo porque no contienen suficientes nutrientes esenciales, y de entre los simples encontramos las frutas que por su puesto son beneficiosas. (MedlinePlus, enciclopedia médica).

Los carbohidratos complejos contienen fibra, vitaminas y minerales, que cuentan con un valor nutricional más alto que los simples, y hay que tener en cuenta una cosa, si te excedes en el consumo de hidratos de carbono (de cualquier tipo), la parte no utilizada se almacena en el hígado y se convierte en grasa.

Los cereales forman parte de los carbohidratos complejos, y su presencia en azúcares en los Corn Flakes es de nivel medio, con 8 gramos de presencia, lo equivalente a 2 cucharillas de azúcar, situándose según la FACUA en un nivel medio, mientras que la presencia de azúcar de los Special K es de 17 gramos, situándose en un nivel alto, siendo alarmante esta cifra.

En cuanto a la presencia del almidón, es buena porque se trata de un polisacárido que se obtiene exclusivamente de los vegetales, que lo sintetizan a partir del dióxido de carbono que toman de la atmósfera y del agua que toman del suelo. Éste es muy importante en nuestra dieta, ya que nos aporta la mayor parte de energía que conseguimos (Gómez, 2003).

GRASAS

Las grasas son un tipo de nutrientes que se obtienen de la alimentación, siendo esencial su consumo pero no abusando del mismo. La grasa da al cuerpo energía para funcionar adecuadamente. Durante el ejercicio, el cuerpo utiliza las calorías de los carbohidratos, pero pasados 20 minutos el cuerpo empieza a necesitar las calorías que provienen de la grasa. También son necesarias para mantener la piel y el cabello saludable, ayuda a absorber las vitaminas A, D, E y K y aísla el cuerpo para mantenerlo caliente.

Todas las grasas están compuestas de ácidos grasos saturados e insaturados. Se denominan saturadas o insaturadas dependiendo de cuánta cantidad de cada tipo de ácido graso contengan.

Las grasas insaturadas pueden ayudar a bajar el colesterol LDL, por lo que son las grasas más buenas, y que podemos encontrar en el aceite de oliva por ejemplo.

Las grasas saturadas elevan el nivel de colesterol LDL (es decir, el conocido como malo), aumentando el riesgo de poder sufrir un ataque cardíaco, accidentes

cerebro vasculares u otros problemas de salud importantes. Las encontramos en productos de origen animal como la mantequilla, el queso o la leche entera, además de encontrarlas en productos procesados como en este caso los cereales.

Los cereales Special K tienen un total de 1,5 gramos de grasas, descomponiéndose en 1 gramo de grasas saturadas y 0.5 de insaturadas. Curiosamente de nuevo encontramos que los Corn Flakes tienen un total de 0.9 gramos de grasa, siendo el 0.2 de grasas saturadas.

En 2008 FACUA⁸, realizó un estudio de mercado sobre un total de 155 variedades de cereales, de los cuales 134 tenían altos niveles de azúcar, excesivas grasas saturadas en 25 de ellos, y exceso de sal en 35 de ellos.

FACUA demandó al Gobierno de España y a la Comisión Europea para que hicieran mejoras en la legislación que regula la composición, etiquetado y publicidad de estos productos, especialmente los dirigidos a los niños.

La presencia de grasas en ambos cereales es baja, se encuentra en un nivel bajo, y esto es bueno, pero nuevamente encontramos mayor presencia en los conocidos Special K destinados a la dieta.

Entre 2001 y 2004, los paquetes de cereales Special K, llevaban un logotipo rojo con el texto *“el desayuno con Special K, 0% de materia grasa”* y como ven, no es cierto, siendo además grasa saturada la que contienen, aunque sea en un nivel bajo.

El tribunal francés correccional Bobigny en el año 2008 condenó a la empresa por mentir al afirmar que sus Special K tenían *“0% de materia grasa”*, considerando que se trataba de publicidad engañosa. La empresa tuvo que modificar su etiquetado tras darle la razón al tribunal y a la Dirección General de la Competencia, el Consumo y la Lucha contra los Fraudes (Dgccrf), que puso de manifiesto, *“la persistencia de afirmaciones que engañaban al consumidor sobre la composición del producto”*.

⁸ Organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, dedicada a la defensa de los derechos de los consumidores)

Tras darle la razón, la empresa tuvo que cambiar el etiquetado a “pobre en materia grasa”.

VITAMINAS

Las vitaminas son sustancias que el cuerpo necesita para crecer y desarrollarse normalmente. Las vitaminas que necesitamos las personas son 13, la vitamina A, C, D, E, K y B (tiamina, riboflavina, niacina, ácido pantoténico, biotina, B-6, B-12 y ácido fólico), y por lo general estas vitaminas se encuentran en los alimentos que consumimos.

Cada vitamina tiene su función específica, y para obtener las suficientes, basta con llevar una alimentación variada.

Las vitaminas que contienen estos cereales son las B, así que analizaremos cada una de ellas y para qué son necesarias en nuestro organismo.

La vitamina B1, también conocida como tiamina, se utiliza a menudo en combinación con otras vitaminas B. Ésta es requerida en nuestros cuerpos para utilizar los carbohidratos de forma correcta. La tiamina probablemente es segura cuando se toma por vía oral en las cantidades apropiadas, aunque ha habido casos de reacciones alérgicas e irritación de la piel. En personas sanas adultas, su consumo diario recomendado es de 1,1 mg para las mujeres y 1,2 mg en hombres. En los cereales Special K, su enriquecimiento supera el máximo recomendado.

La vitamina B2, también conocida como riboflavina, es importante para el crecimiento corporal y la producción de glóbulos rojos, y además ayuda en la liberación de energía de los carbohidratos. La ingesta adecuada en adultos es, en hombres y mujeres de 1.3 y 1.1 mg respectivamente. Los cereales a menudo vienen enriquecidos o fortificados con riboflavina. En los cereales Special K, nos encontramos con una cantidad de 2.7 mg, que está bien porque es buena para el organismo.

La vitamina B3, está compuesta por niacina y niacinamida. La niacina se usa para el colesterol alto, además junto con otros tratamientos para problemas de

circulación y multitud de finalidades, y la niacinamida se utiliza para el tratamiento de la diabetes y para dos trastornos de la piel llamados pénfilo buloso y granuloma anular.

La niacina cuando se toma en cantidades mayores de las que el cuerpo necesita se convierte en niacinamida. La niacina y la niacinamida probablemente son seguras para la mayoría de personas cuando se toman por vía oral. Un efecto secundario menor con la niacina es una reacción de enrojecimiento de la piel. Otros efectos secundarios menores de la niacina y la niacinamida son molestias estomacales, gas intestinal, mareos, dolor en la boca y otros problemas. La ingesta diaria recomendada de niacina en adultos es de 16 mg al día, y la cantidad máxima recomendada es de 35 mg. En los cereales Special K la cantidad de vitamina B3 es de 30,1 mg, no superando la cantidad máxima permitida.

La vitamina B6, es necesaria en nuestro cuerpo para producir anticuerpos, mantener la función neurológica normal, producir hemoglobina para transportar el oxígeno en los glóbulos rojos hasta los tejidos, descomponer proteínas y mantener el azúcar en la sangre en los rangos normales. Se trata de una vitamina hidrosoluble, y el cuerpo no la puede almacenar, por lo que es necesario un suministro continuo de tal vitamina en nuestra dieta. Las dosis altas de esta vitamina pueden causar: dificultad para coordinar el movimiento, entumecimiento y cambios sensoriales, y su deficiencia puede ocasionar: confusión, depresión, irritabilidad y úlceras en la boca y lengua. La ingesta recomendable para los adultos es de 1,3 mg al día. Los Special K contienen una dosis de 3,3 mg, siempre hablando de su contenido en 100 gramos de producto.

La vitamina B9, también conocida como ácido fólico, tratándose de la forma artificial del folato que se encuentra en suplementos, y se agrega a los alimentos fortificados. Con ella ocurre como con la vitamina B6, al ser hidrosoluble, el cuerpo necesita un suministro continuo de dicha vitamina. Ayuda en el trabajo celular, en el crecimiento de los tejidos, y ayuda a prevenir la anemia. Su deficiencia puede llevar a: diarrea, encanecimiento del cabello, úlceras bucales, úlceras pépticas, retraso en el crecimiento, hinchazón en la lengua y llevar a ciertos tipos de anemia. Funciona junto con la vitamina B12 y la C para ayudar al cuerpo a descomponer, utilizar, y crear nuevas vitaminas. Por lo general, el consumo excesivo de esta vitamina no es mala, ya que está continuamente eliminándose del organismo a través de la orina. Los Special K

por cada 100 gramos contienen 334 microgramos, siendo la cantidad normal recomendada en adultos de 400.

La vitamina B12, se trata también de una vitamina hidrosoluble, por lo que se expulsa continuamente del organismo. Ésta es importante para el metabolismo, ayuda a la formación de glóbulos rojos en la sangre y al mantenimiento del sistema nervioso central. Los niveles bajos de esta vitamina pueden causar: anemia, pérdida de equilibrio, entumecimiento o debilidad. La dosis diaria recomendada en adultos es de 2,4 microgramos. 100 gramos de Special K contienen una cantidad de 1.67 microgramos (MedlinePlus, enciclopedia médica).

Es muy habitual en los productos procesados la incorporación o enriquecimiento con ciertas vitaminas necesarias para el organismo, en este producto en concreto las cantidades incorporadas son significativas, y recomendable su ingesta para el buen funcionamiento de nuestro metabolismo. Todo esto suele encarecer el precio del producto, y se puede ver si lo comparamos con las cantidades de los Corn flakes, que en todas las vitaminas encontramos la mitad de presencia, salvo en la vitamina B9, pero lo que estudiamos aquí es lo que contiene malo o no adecuado a lo que anuncian, y podemos entender, en cuanto a presencia de vitaminas, un pequeño encarecimiento del producto.

MINERALES

Los minerales que contienen estos cereales son: sodio, fósforo y hierro. A continuación estudiamos para qué sirve cada uno y la cantidad de ingesta recomendada.

○ SODIO

El sodio, es utilizado por nuestro cuerpo para controlar la presión arterial y el volumen sanguíneo, también lo necesita para que los músculos y los nervios funcionen apropiadamente.

El sodio se encuentra de forma natural en la mayoría de los productos. No hay que abusar en nuestra dieta de él, porque su exceso puede provocarnos hipertensión arterial o acumulación grave de líquido.

No debemos de caer en el error de que sal y sodio es lo mismo porque no es así, y podría llevarnos a una ingesta equivocada o excesiva si los confundimos. La sal, conocida también por cloruro sódico, está compuesta en un 40% por sodio y un 60% por cloruro.

La OMS recomienda rebajar el consumo de sodio a fin de reducir la tensión arterial y el riesgo de enfermedades cardiovasculares, ACV y cardiopatía coronaria entre los adultos. Pretende reducir la ingesta de sodio por debajo de los 2 gramos (5 de sal) al día en el caso de los adultos (Bibbins-Domingo et al, 2010).

Pues bien, los Special K tienen una presencia de sodio de 0.45 gramos por cada 100 gramos de producto, situándose en un nivel medio de sodio según los niveles establecidos por la FACUA, y en este caso los Corn Flakes tienen una cantidad superior, situándose en el nivel alto de la tabla.

- FÓSFORO

Se trata de un mineral que constituye el 1% del peso corporal de una persona, siendo su principal función la formación de los dientes y huesos. Además cumple un papel importante en la forma como el cuerpo usa los carbohidratos y las grasas, es necesario para que el cuerpo produzca la proteína del crecimiento, conservación y reparación de células y tejidos, y ayudar al cuerpo a producir ATP, molécula que el cuerpo utiliza para almacenar energía. La recomendación de ingesta diaria en adultos es de 700 mg al día. Los Special K contienen una cantidad por cada 100 gramos de 170 miligramos, siendo esta cantidad aceptable, ya que lógicamente esta dieta debería ir suplementada de alimentos variados, no basada únicamente en la ingesta de estos cereales.

- HIERRO

Es un mineral que se encuentra en cada célula del cuerpo humano y se le considera un mineral esencial debido a que es necesario para producir las proteínas hemoglobina y mioglobina que transportan el oxígeno. La recomendación diaria de su consumo es en adultos de 8 mg en los hombres y en las mujeres de entre 19 y 50 años de 18 mg, esta disparidad se explica por las pérdidas de hierro que tienen mensualmente

las mujeres con las hemorragias del periodo. La presencia de 100 gramos de Special K es elevada, debido a un enriquecimiento que le han realizado, siendo de 11,6 mg.

Con el consumo de sodio hay que tener cuidado y no excedernos en su consumo, situándose estos cereales en una presencia de nivel medio, por lo que no podríamos abusar de su consumo, en cuanto al fósforo y el hierro son minerales muy importantes para nuestro organismo y que enriquezcan el cereal con ellos es positivo. Si los comparamos con los Corn Flakes, estos tienen unos niveles elevados de sodio (nada recomendables para el organismo), no contienen nada de fósforo y de hierro contienen la mitad, traduciéndose todo esto a un aumento del precio del producto Special K (MedlinePlus, enciclopedia médica).

3.4. CONCLUSIÓN

He analizado los componentes más importantes a tener en cuenta de los Special K, y los he contrastado con los mismos de los cereales equivalentes de la misma marca no destinados a adelgazar. En casi todos ellos sorprendentemente encontramos cantidades ligeramente superiores en los que queremos destinar para perder peso. Es cierto que los cereales Special K se encuentran enriquecidos con vitaminas necesarias para el buen funcionamiento de nuestro organismo y los Corn Flakes no, traduciéndose esto siempre en un aumento del precio del producto, pero, si lo que buscamos es obtener estas vitaminas, las obtenemos en cantidades iguales o incluso superiores en productos naturales, directamente de la fruta, verdura o pastas que las encontramos en los supermercados a un precio inferior. En cuanto al enriquecimiento con minerales, encontramos el fósforo y el hierro, los cuales también los podemos encontrar de forma natural en productos que consumimos normalmente en nuestra dieta, por lo que ni la presencia de vitaminas y minerales debería ser la causa de comprar este producto.

Esta marca se ha labrado un gran renombre entre la población española, y nos ha conseguido convencer con su publicidad, que con su consumo en cualquiera de las variedades, combinado con otros alimentos sanos, y algo de deporte, conseguiremos las mujeres en este caso, lograr la figura tan deseada que esperamos.

Es cierto que sería posible reducir nuestro peso con las dietas que nos proponen, siempre teniendo en cuenta la alimentación y estilo de vida que llevásemos anteriormente, pero lógicamente si antes llevábamos una vida más sedentaria y rica en alimentos grasos, y la cambiamos por una correcta alimentación y un poco de deporte notemos cambios en nuestro organismo. Ellos nos aconsejan 5 comidas al día, en las cuales promueven el consumo de sus cereales en el desayuno y la cena, y de forma opcional una barrita de cereales al medio día y en la merienda. Las cantidades de cereales que aconsejan tomar son muy pequeñas, y lo que puede ocurrir en un cambio tan brusco de alimentación es que caigamos pronto en la tentación de alimentos "prohibidos" y que sea peor el remedio que la enfermedad, y caer en un efecto rebote causado por la ansiedad de dejar de tener ciertos caprichos. El cuerpo es muy sabio, y es mejor seguir consumiendo algún producto dulce en pequeñas cantidades y al inicio del día que puedes quemarlo a lo largo del día, que dejar de consumir todo lo que nos gusta de golpe.

Mi estudio no consiste en analizar si es cierto que si un grupo de población realiza esta dieta consigue su objetivo, sería posible como he dicho anteriormente, si cambiamos los malos hábitos. También sería posible que tras pasar esos 15 días de dieta volvamos a comer como antes, y recuperemos el peso perdido, o incluso algún kilo de más, ya que no hay que buscar una dieta que nos quite unos kilos en un periodo corto de tiempo, sino encontrar unos hábitos de vida saludables y de alimentación que podamos prolongar en el tiempo de forma cómoda, y acostumbrar al cuerpo a ello.

Mi curiosidad al realizar este estudio era comprobar si realmente este producto se puede catalogar como producto de "dieta" o bajo en grasa y saludable como dicen en su publicidad, y creo haber demostrado con el estudio de sus cifras que no parece ser tan cierto. Lo que sí es evidente es que la empresa ofrece dos productos prácticamente idénticos, en los que las diferencias se encuentran en el diseño de su envase, el público al que se dirigen y significativamente en su precio.

Mi consejo tras realizar este estudio, es que no intentemos buscar un producto para alcanzar objetivos de mejorar nuestra imagen, que como siempre llegamos a la conclusión de que esto lo podemos conseguir con una correcta alimentación y deporte regular, no siendo necesario gastar más en productos "mágicos" o dietéticos, y que

mucho menos nos dejemos engañar por las grandes marcas que dominan el mercado, las cuales tienen unos objetivos, siendo el primordial aumentar sus beneficios. Si invierten tanto en marketing es para conseguirlo, y tienen por supuesto que convencer a su público objetivo.

4) ALLÍ ADELGAZANTE

4.1 INTRODUCCIÓN

Mi interés por estudiar este producto es su gran poder de marketing. Aprovechándose del deseo de personas, más concretamente mujeres, por perder peso sea como sea, ha dado en el clavo en su publicidad, y es que, por un lado ofrece adelgazar un 50% más complementándolo a la dieta solo por consumir estas cápsulas, y por otro lado, y no menos importante, está autorizado por la UE a consumirlo sin necesidad de prescripción médica.

Estos dos puntos son la clave del éxito de este producto, ¿quién no va a querer probarlo, si no hay nada que perder? Si la UE autoriza su consumo sin prescripción, ¿no debe de ser malo no? Pero hay muchas lagunas en la legislación vigente, y de eso se aprovechan las industrias farmacéuticas, que venden productos rozando el límite de lo legal. Es cierto que están obligadas a anunciar en su prospecto los posibles efectos adversos, pero a nadie le gusta ver todo lo malo que le puede pasar si consume un producto farmacéutico, porque pensamos que son efectos casi imposibles de padecer, y que simplemente los escriben por obligación de la normativa.

¿Qué es lo que hace que sin esfuerzo se pierda más peso? ¿Merecen la pena los posibles efectos adversos por perder un poco más?, y ¿realmente perderemos ese peso prometido?

Por otro lado, es un tratamiento que no es aconsejable tomar durante más de 6 meses, si fuera bueno su consumo, ¿Por qué restringen su tiempo de suministro?

Además, estudios científicos demuestran que no hay dieta que haga perder peso a corto plazo que no repercuta en el largo plazo en recuperar ese peso y además, algún kilo extra. Así que de nada sirve perder algún kilo de más en poco tiempo si luego va a tener un efecto rebote y se va a recuperar.

4.2. ¿QUÉ ES LO QUE DICE LA EMPRESA?

La empresa vende su producto como la solución a aquellas personas que tienen problemas de peso, y necesitan otra motivación a seguir con la dieta que les aconsejan sus médicos. Indica que se trata de un programa de apoyo y que está clínicamente probado y que ayuda a perder más peso con su consumo. Promete unos resultados a largo plazo.

El precio del producto es de 63 € con 84 comprimidos, teniendo que tomar 3 pastillas diarias, es decir, habría que comprar todos los meses una caja de comprimidos.

Recomienda que se mantenga en el tiempo el cambio de vida a una más saludable, que se realice ejercicio, y que su consumo se haga por personas mayores de 18 años y con un IMC de 28 en adelante.

Allí aconseja que se propongan unos objetivos unos días antes de comenzar a tomar los comprimidos, estableciendo unas calorías y grasas diarias con ayuda de la “calculadora de objetivos de *Allí*”.

Al emplear la “calculadora de *Allí*” comienza con algo que me llama mucho la atención, y es que aconseja una dieta de 1400 calorías, la cual es muy inferior a la recomendada. De media una mujer debe consumir 2.200 calorías y un hombre 2.900 con un intervalo de actividad ligera o moderada, entre un coeficiente de variación del 20%. (UNED, 2015)



Recomendaciones RDA: Ingesta de calorías recomendadas

Categoría	Edad (años) o condición	Peso (kg)	Altura (cm)	T.M.B. a (kcal/día)	Ración media de kcal b		
					Múltiplo-TMB	Por kg	Por día c
Lactantes	0,0 - 0,5	6	60	320	-	108	650
	0,5 - 1,0	9	71	500	-	98	850
Niños	1 - 3	13	90	740	-	102	1300
	4 - 6	20	112	950	-	90	1800
	7 - 10	28	132	1130	-	70	2000
Varones	11 - 14	45	157	1440	1,70	55	2500
	15 - 18	66	176	1760	1,67	45	3000
	19 - 24	72	177	1780	1,67	40	2900
	25 - 50	79	176	1800	1,60	37	2900
	51 +	77	173	1530	1,50	30	2300
Mujeres	11 - 14	46	157	1310	1,67	47	2200
	15 - 18	55	163	1370	1,60	40	2200
	19 - 24	58	164	1350	1,60	38	2200
	25 - 50	63	163	1380	1,55	36	2200
	51 +	65	160	1280	1,50	30	1900
Embarazo	1er trimestre						+ 0
	2º trimestre						+ 300
	3er trimestre						+ 300
Lactantes	1er semestre						+ 500
	2º semestre						+ 500

- a) T.M.B. = Tasa de Metabolismo Basal. Cálculo basado en ecuaciones de la FAO y después redondeados.
 b) El intervalo de actividad ligera a moderada, el coeficiente de variación es de 20%.
 c) Las cifras están redondeadas.

Fuente: UNED

Si a una persona que tiene problemas de sobrepeso se le aconseja una ingesta de calorías tan baja, seguramente no dure mucho tiempo con esta dieta, y pueda tener un efecto rebote, además de que se sentirá cansada y con falta de muchos nutrientes que su cuerpo le pedirá y no estará suministrando adecuadamente.

He simulado varios casos en la “calculadora” y los únicos datos que pide son el sexo y el peso. Es imposible calcular correctamente las calorías recomendadas sin un mínimo de datos como son (estatura, IMC, tipo de constitución, etc.). Además da igual el peso que pongas, aunque sea un peso muy bajo recomienda unas calorías de 1.200, y con mi peso (51kg) y estatura (1.60m) , es muy poca ingesta de calorías las que me recomiendan consumir, pasando por alto el que yo no necesitaría realizar esta dieta, ni mucho menos ingerir estos comprimidos. No es lo mismo pesar 70 kg midiendo 1’50 m que 1’75 m. Ahí se encuentra el límite entre la delgadez o la obesidad, y con este programa lo que se intenta es regular el exceso de peso, y no utiliza los métodos correctos para medirlo y aconsejar un buen consumo de calorías.

PROSPECTO. EFECTOS ADVERSOS

Efectos adversos graves

No se conoce la frecuencia con la que ocurren estos efectos adversos.

Reacciones alérgicas graves:

- *Los signos de una reacción alérgica grave incluyen: dificultad grave para respirar, sudoración, erupción en la piel, picor, hinchazón de la cara, ritmo cardíaco rápido, colapso.*

Deje de tomar las cápsulas y busque ayuda médica inmediatamente si sufre estos efectos.

Otros efectos adversos graves:

- *Sangrado rectal*
- *Diverticulitis (inflamación del intestino grueso). Los síntomas incluyen dolor de la parte baja del estómago (abdominal), especialmente en el lado izquierdo, posiblemente con fiebre y estreñimiento.*
- *Pancreatitis (inflamación del páncreas). Los síntomas podrían incluir dolor abdominal grave, a veces irradiando hacia la espalda, posiblemente con fiebre, náuseas y vómitos.*
- *Ampollas en la piel (incluyendo ampollas que explotan).*
- *Dolor de estómago grave causado por cálculos biliares (piedras en la vesícula).*
- *Hepatitis (inflamación del hígado). Los síntomas pueden incluir piel y ojos amarillentos, picores, dolor de estómago e hígado sensible.*

Deje de tomar las cápsulas e informe a su médico si sufre alguno de estos efectos.

Efectos adversos muy frecuentes:

Pueden afectar a más de 1 de cada 10 personas que toman allí

- *Gases (flatulencia) con o sin manchas aceitosas.*
- *Evacuación repentina.*
- *Deposiciones aceitosas o grasas.*
- *Heces blandas.*
- *Informe a su médico o farmacéutico si alguno de estos efectos adversos empeora o se complica.*

Efectos adversos frecuentes:

(Pueden afectar hasta a 1 de cada 10 pacientes que toman alli)

- *Dolor de estómago (abdominal).*
- *Inpresencia (fecal).*
- *Deposiciones fluidas o líquidas.*
- *Deposiciones más frecuentes.*
- *Ansiedad.*

Informe a su medico o farmacéutico si alguno de estos efectos adversos empeora o se complica.

- *Aumento de los niveles de algunas enzimas hepáticas.*
- *Efectos en la coagulación sanguínea en personas que estén tomando warfarina u otros medicamentos anticoagulantes.*

Informe a su médico de que está tomando Allí cuando se haga un análisis de sangre.

Si considera que alguno de los efectos adversos que sufre es grave o si aprecia cualquier efecto adverso no mencionado en este prospecto, informe a su médico o farmacéutico.

Composición de Alli :

El principio activo es orlistat. Cada cápsula dura contiene 60 mg de orlistat.

Los demás componentes son:

- *Contenido de la cápsula: Celulosa microcristalina (E460), glicolato sódico de almidón, povidona (E1201), laurilsulfato de sodio y talco.*
- *Cuerpo de la cápsula: Gelatina, índigo carmín (E132), dióxido de titanio (E171), laurilsulfato de sodio, monolaurato de sorbitán y tinta negra (Shellac, óxido de hierro negro (E172) y Propilenglicol).*
- *Banda: Gelatina, polisorbato 80 e índigo carmín (E132).⁹*

⁹ Prospecto farmacéutico.

4.3. ¿QUÉ DICE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA AL RESPECTO?

El fabricante sugiere que el uso de *Allí* con control dietético, basado en la restricción calórica y de grasas, se pierde un 50% de peso más que haciendo solo dieta, y es cierto que se consigue ya que se produce una reducción de la absorción de grasa (Jiménez, 2012).

Las dietas que reducen las grasas y las calorías normalmente producen los efectos contrarios según estudios científicos. A corto plazo permiten reducir de peso, pero a largo plazo suelen dejar algún kilo de más, casi sin excepción.

Cuando reduces un macronutriente en tu alimentación, lo tiendes a sustituir por otro. Lo que ha ocurrido en las últimas décadas es que hemos hecho caso a nuestros “expertos”, reduciendo el consumo de grasas y se ha ido aumentando el consumo de carbohidratos, y esto ha desencadenado en un aumento de la obesidad y por tanto el aumento de enfermedades coronarias (Marcos, 2012).

Las grasas naturales son muy importantes en nuestra dieta, teniendo que evitar el consumo de grasas trans o vegetales hidrogenadas.

Hoy día, cuando hablamos de perder peso siempre hacemos referencia a lo mismo, a la ingesta de un menor número de ‘calorías’ y al ejercicio físico para reducirlas. Planteamos el metabolismo como un sistema cerrado que consume y gasta energía, llegando a la conclusión de que nuestra dieta se puede controlar “contando calorías”, y esto da lugar a serios problemas.

Estudios de seguimiento de la evolución del peso de miles de personas demuestran que el adulto gana entre 0.2 y 1 kg al año, o una media de 4000 calorías acumuladas, a pesar de ingerir unas 800.000 calorías, por lo que algún efecto que no se está teniendo en cuenta con las dietas actuales debe de estar haciendo el cuerpo para mantener la homeostasis¹⁰

¹⁰ Homeostasis: propiedad de un sistema que regula las variables de manera que las condiciones internas se mantienen estables y relativamente constantes.

Nuestro organismo tiene diversas formas de alterar el gasto energético, más allá de la actividad física voluntaria, que suele ser el único factor que solemos tener en cuenta a la hora de perder peso.

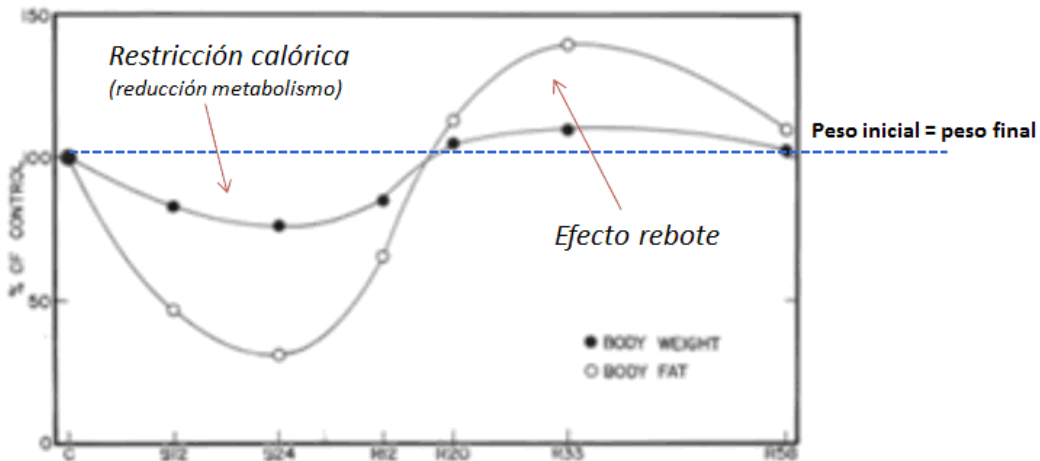
El cuerpo no es un sistema pasivo con un gasto fijo, si le modificas la cantidad de energía que recibe, o se alteran sus reservas de energía (grasa), intenta entender qué está pasando, y se ajusta para maximizar su “supervivencia” (Rosenbaum et al, 2010).

El hipotálamo es un área del cerebro que produce hormonas que controlan el hambre y la temperatura corporal entre otros. Juega un papel muy importante en el tema de la ingesta de calorías, actúa como un termostato, si intentas modificar la energía que le suministras a tu cuerpo, el hipotálamo ajustará otros factores que influyen en el peso. Aquí empieza a actuar el adipostato, que es el encargado de regular la grasa en el organismo (MedlinePlus, enciclopedia médica).

Hay muchas hormonas que participan en el sistema regulatorio, siendo la más importante la leptina. La leptina es segregada principalmente por la grasa y es interpretada por el cerebro como un indicador de la energía acumulada en el cuerpo. Cuando el cuerpo nota que las reservas están bajando, responde con la sensación de “hambre” y reduce el metabolismo para conservar energía, hasta que recupera un nivel de grasa con el que se siente más “tranquilo”.

En un estudio realizado a 30 voluntarios que se sometieron a una dieta de inanición de 1600 calorías, excesiva en carbohidratos y muy baja en grasa, se observaron problemas serios de ansiedad, depresión, falta de libido etc. Durante las 24 primeras semanas el peso bajó significativamente pero al recuperar la dieta normal los participantes recuperaron el peso perdido, incluso cogieron peso de más. Esto se debe al “efecto rebote”, cuando un cuerpo se somete a una restricción calórica, el metabolismo se ralentiza, llegando el hipotálamo a “apagar” incluso, en muchos casos, sistemas no vitales para reducir el consumo, si después de una dieta vuelves al nivel de calorías previo, y tu metabolismo va más lento, el cuerpo acumula más grasa que antes (Keys, 1953).

Entre 1999 y 2008 la FDA recibió 32 notificaciones de problemas graves en el hígado, acabando 6 de ellos en fallo hepático, tras el consumo de *Alli*. Los principales efectos asociados al medicamento son ictericia (color amarillento en la piel y el blanco de los ojos), debilidad y dolor estomacal. Advierte a los consumidores de este producto que si detectan indicios de fiebre, fatiga, color parduzco al orinar o dolor abdominal que contacten con su médico (El Mundo, 2009).



Fuente: Fitness Revolucionario

4.4 CONCLUSIÓN

Fuera de la posibilidad de tener efectos secundarios con este producto, como fallo hepático, dolor abdominal etc. (que si leemos las contraindicaciones de cualquier medicamento nos sorprendería ver los riesgos que corremos), lo que más me preocupa es su facilidad de suministro, sin necesidad de una prescripción médica. Cualquier persona mayor de edad (y no sé qué tipo de control llevarán con esto en las farmacias), podría acceder a su compra. Hoy día el peso es algo que preocupa en muchos casos en exceso a la sociedad, el deseo de parecernos a nuestros ídolos, personajes de televisión etc., adolescentes preocupados por su imagen por las burlas de los compañeros, cualquiera podría hacer uso de este medicamento, que no lleva ningún tipo de control de suministro.

Al entrar en la Web del producto me sorprende su poca profesionalidad, al no establecer unos parámetros con filtros “lógicos” a la hora de calcular el peso “ideal”, filtrando con preguntas tan sencillas como; tipo de complexión (que afecta mucho en el peso), o establecimiento de una lógica peso-estatura.

Los vendedores de este producto tanto en su Web, como en artículos hablan de un libro con las claves para que el producto funcione (libro que ronda los 17 euros), esta información podrían suministrarla con el producto y no aprovecharse del marketing para vender y vender. Hacen mucha incidencia en que debe consumirse por personas mayores de edad y con problemas de sobrepeso, acompañando siempre su consumo con ejercicio y una dieta hipocalórica, este tipo de dieta consiste en consumir menos calorías de las que quemamos a diario, las cuales ellos estiman en 1.600, ingesta muy inferior a la recomendada, y a una persona que tiene problemas de sobrepeso no le puedes restringir de esa forma la ingesta de calorías porque acaba teniendo un efecto rebote que puede provocarle una subida de peso mayor.

Estamos muy equivocados sobre lo que debemos y no debemos comer, nuestro cerebro es muy listo y va más allá de nuestra restricción de basar todo del peso en las calorías. Como hemos visto anteriormente las grasas son necesarias, y el eliminarlas de nuestra dieta hacen que las suplantemos por carbohidratos, que es lo que suele suceder con las dietas hipocalóricas, que es la que recomienda el fabricante de estas pastillas.

En cuanto a su precio, qué decir, tienen un precio excesivamente elevado, que si lo combinamos con el libro de ideas y consejos el primer mes, el cliente gasta 80€.

Opino que claro que puede ser cierto que su componente principal (Orlistat), reduzca la absorción de grasa en el organismo, ya que está científicamente comprobado, y por tanto pueda ayudar al paciente con una dieta adecuada y ejercicio, reducir su peso a corto plazo, pero realmente esto también es posible sin el consumo de estas pastillas. Pero la cuestión no es esa, sino si la persona está dispuesta a perder algo más de peso en poco tiempo poniendo su salud en riesgo por los posibles efectos adversos, y si esto no provocará más adelante un efecto rebote, que es lo que ocurre en la mayoría de los casos.

Todo producto que se respalda en el marketing para hacer bonita una situación complicada, conviene dedicarle un estudio de sus pros y contras y ya decidir qué es lo que merece la pena, sobre todo cuando se juega con nuestro dinero, y lo más importante, nuestra salud.

5) COCA COLA LIFE

5.1. INTRODUCCIÓN

Para finalizar mi trabajo, me gustaría estudiar el producto “Cola Cola Life”, el cual ya se comercializa desde 2013 en Chile, Argentina, incluyéndose Reino Unido entre otros en 2014, y Francia y otros países europeos a principios de 2015.

Se presenta como un producto novedoso de la marca, cambiando incluso el color de su publicidad, saliéndose del tan representativo color rojo, y siendo ahora el color verde representante de lo natural, junto con su eslogan “*destapa tu naturaleza*”.

No hay que negar que Coca Cola es una de las mejores empresas a nivel mundial, que ofrece un producto que todos en el mundo han probado alguna vez, y que tiene una calidad en cuanto a su marketing inimitable e insuperable. Siguen sorprendiéndonos con cada nuevo lanzamiento de sus campañas, consigue emocionar, hacernos sentir identificados con las situaciones y personas que aparecen en sus campañas, y con su campaña de Coca Cola Life no iba a ser menos.

Coca Cola prácticamente ha llegado a todo tipo de públicos a lo largo de sus casi 130 años de existencia. También ha tenido que afianzarse este público y seguir lanzando campañas destinadas a su público más fuerte. Pero con la nueva Coca Cola Life están haciéndose hueco entre un público que era reacio a su consumo, y son esas personas deportistas que prohíben en sus dietas el consumo de refrescos, personas que se preocupan por el medio ambiente, por el cuidado de su salud y llevan una alimentación más estricta o más sana, personas que buscan la naturalidad en lo que consumen, y cómo no, Coca Cola es capaz de cualquier cosa, y dice con su nuevo producto que lo consigue, consigue acercarse a estas personas que escapaban de su mensaje.

Hoy día, el poder de la información lo es todo, y con Internet podemos acercarnos a conocer todo lo que queramos simplemente indagando un poco. Es cierto, que se debe tener mucho cuidado a la hora de creer o no en la información que se lee, y siempre ver la fuente de la que salen y contrastar su veracidad.

Al introducir en Google “Coca Cola Life” salen multitud de informaciones, de todo tipo, pero sobre todo de desprestigio sobre este nuevo producto, y me ha hecho querer seguir indagando más, porque es cierto que la mayoría de las cosas que se dicen están contrastadas y basadas en artículos científicos. Se pueden lanzar muchos bulos e intentos de desprestigio, y más sobre marcas que ganan tantos millones anuales, a los que la competencia podría intentar debilitar, pero también podemos darle la vuelta al asunto y pensar todo lo que podría lograr una empresa que mueve tanto dinero, que cotiza en bolsa, y tiene a los mejores trabajando para hacer un marketing simplemente perfecto.

Es cierto que todo lo que se comercializa debe pasar por unos controles y una normativa, tanto de comercio como de ética a la hora de transmitir la información, pero también hay muchos vacíos legales, y verdades ‘a medias’ que pueden inducir a error a los consumidores, y ese es el objetivo de mi estudio. Un consumidor debe conocer exactamente lo que está comprando y decidir a partir de ahí si quiere o no gastarse su dinero en el producto.

Además en la publicidad de esta Coca Cola salen niños, cuestión que debe ser tratada más adelante porque podría inducir a error ya que este refresco contiene cantidades elevadas de azúcares no recomendables para la ingesta infantil, además de su presencia de cafeína.

Coca Cola tiene una gran historia, y muchos temas de los que se podrían hablar. En este estudio me centraré en estudiar su composición contrastando con evidencias científicas, su publicidad, y el impacto medioambiental que no considero menos importante ya que, el público que respeta el medio ambiente también le gusta conocer la forma de obtención de lo que consume, y si Coca Cola ofrece un producto ‘natural’ deberá cumplir en su labor de respeto con el medio.

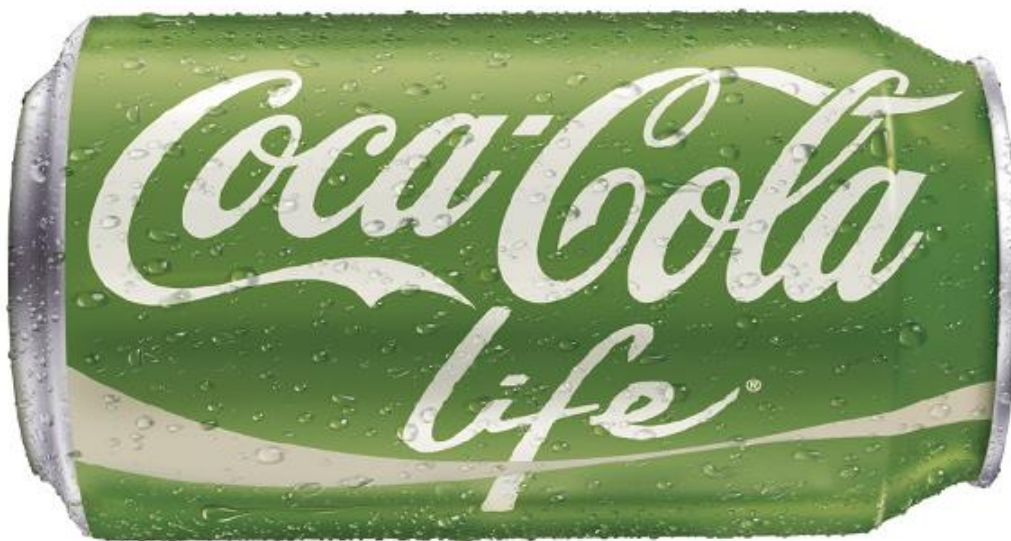
5.2. ¿QUÉ ES LO QUE DICE LA EMPRESA?

Coca-Cola nace el 8 de mayo de 1886 en Atlanta, cuando el farmacéutico John S. Pemberton quería crear un jarabe para los problemas de digestión y que además aportase energía, comenzó vendiéndose a un precio de 5 centavos el vaso, vendiéndose unos 9 al día, comenzando a tener esta bebida un gran éxito, fundándose en 1891 The Coca-Cola Company, comenzándose a embotellar y distribuir por todo el mundo. (Web oficial de Coca Cola)

A día de hoy, esta marca está presente en todas partes, siendo patrocinadora de todo tipo de eventos, comprometiéndose tanto en el ámbito social, como cultural y medioambiental.

Coca Cola hace concursos, crea proyectos, y se inquieta por todo lo que preocupa a la sociedad en cada momento.

Según dice la marca en la Web francesa, la nueva Coca Cola tiene un sabor dulce de origen natural, y se reducen en un 30% sus calorías con respecto a la original, gracias a la combinación de extractos de estevia y el azúcar.





Resulta muy llamativo ver a Coca Cola vestida de verde, pero al querer entrar en este tipo de público, y mostrar la naturalidad con la que se presenta la nueva Coca Cola en cuanto a ingredientes, en toda su publicidad la ubican en entornos campestres y rodeada de mucho 'verde' para transmitir el mensaje y la nueva imagen que quiere dar.

En cuanto a la publicidad en televisión, aquí no hemos podido verla aún, pero en Youtube se pueden ver varios spot publicitarios con el eslogan “Primer beso” o “Ser padres” entre otros.

SPOT “PRIMER BESO” (2013)→ En este anuncio publicitario se recrean escenas de los primeros besos en la vida de varias personas, en circunstancias, épocas y lugares completamente distintos. Coca Cola vuelve a emocionar, suscitando momentos recordados por todos en nuestras vidas, un momento que cada uno de vosotros ha vivido y recuerda siempre con alegría, ya por la que nos dio en ese momento, o por la sensación que nos hace sentir al pasar el tiempo y recordar la inocencia con la que lo vivimos. Se muestran escenas de besos diferentes, sonando de fondo una canción muy conocida y más que adecuada para la situación “Kess me- Sixpence none the Richer”. Entre medio de las escenas, con frases muy cortas pero directas nos recalca el mensaje, para que quede más claro lo que intenta retransmitir y hacer sentir al público, además consigue hacer un símil perfecto, queriendo retransmitir que, lo mismo que sientes en tu primer beso lo sentirás cuando pruebes la nueva Coca Cola, que habrán dudas, pero

todo cambiará desde que la pruebes. El texto que se va leyendo a lo largo del Spot publicitario es el siguiente:

“¿Te acuerdas? Claro que te acuerdas. ¿Qué sabor tendrá? ¿Sabré qué hacer? No, ni idea. Fue incómodo. Fue placentero. Fue increíble. Y cambió todo para siempre. Así es Coca Cola Life. Está hecha con endulzantes naturales. Es deliciosa y bajas calorías. Y está esperando tu primer beso. Déjate llevar una vez más. Destapa tu naturaleza “

SPOT “SER PADRES” (2013)→ En este anuncio Coca Cola, como siempre, en pocos segundos y sin necesidad de palabras, simplemente con una canción adecuada que transmite sentimientos y la recreación de una situación en muchos casos cotidiana nos retransmite fácilmente su mensaje. En este spot se narra la historia, desde que una mujer anuncia a su marido el nacimiento de su primer hijo, uno de los momentos más importantes y alegres que pueden darse en la vida de alguien, hasta las complicaciones que pueden crearse en el camino de educar a un hijo, y el trabajo duro que ello conlleva, pero que acaban sacando lo mejor de cada nosotros, porque un hijo es un regalo de la vida, porque *“Coca Cola Destapa tu Naturaleza”*. Coca Cola quiere acompañarnos en todos los momentos importantes de nuestras vidas, y con este anuncio se acerca a esos padres de familia que necesitan también tomar un descanso, refrescarse y coger un poco de energía para seguir con su dura rutina de ‘ser papá’.

Coca Cola hace anuncios publicitarios que duran alrededor de un minuto normalmente, son algo más extensos que la mayoría pero porque es una gran empresa que puede permitirse aparecer unos segundos de más en todos los canales que vea convenientes y las franjas horarias que elija. Esta gran empresa, nunca pasa desapercibida y su *modus operandi* en toda su publicidad es ‘emocionar’, y siempre lo consigue en apenas segundos. Invierte sumas millonarias en marketing, según su gerente, tienen previsto un gasto en marketing de unos 300 millones de dólares para los próximos 3 años, y esto se transmite a sus beneficios (Diario Financiero, 2015).

Este producto aún no ha entrado en España oficialmente, pero en la zona Gourmet del Corte Inglés sí que se pueden encontrar latas de este refresco. No tengo muy claro la finalidad concreta que tendrá la marca con su introducción en nuestro país, por ahora parece que lo quieren vender como algo muy selecto en supermercados muy

exclusivos, y a un precio también muy exclusivo. El precio medio de una lata de 33 Cl. de Coca Cola clásica es de 0.57€, el de Coca Cola Life es de 1.20€.

5.3. ¿QUÉ DICE LA EVIDENCIA CIENTÍFICA AL RESPECTO?

Antes de comenzar a hablar de la composición de Coca Cola Life, quiero hacer mención a la Coca Cola Light y Coca Cola Zero.

La Coca Cola Light fue la pionera de la marca en ofrecer su refresco cola en 1984 en España, con una sustitución de los azúcares por edulcorantes y reducción de sus calorías por tanto. Su valor energético es de 0.2 kcal, grasas 0 g; de las cuales azúcares 0 g, proteínas 0 g y sal 0.02g. La Coca Cola Zero, se lanzó al mercado en 2006, ofreciendo las mismas aportaciones calóricas y grasas que la Coca Cola Light, con una variante, ofrecía el mismo sabor que la Coca Cola original.

Coca Cola Life sí que contiene azúcares y por tanto más calorías que la Coca Cola Light y Zero que conocemos hasta el momento en nuestro país, la diferencia con la Coca Cola original es que contiene menos azúcares y calorías, y que los azúcares que contiene son de caña y endulzantes naturales como Stevia, destinando este producto a un público más exigente con lo que consume, que no está satisfecho con el consumo de productos industriales, sino que busca la naturalidad en lo que compra. Una lata de Coca Cola Life contiene 89 calorías, frente a las 138 que contiene la bebida original. *“La bebida tiene 22,1 gramos de azúcar frente a los 35 de la versión original”*(ABC, 2014)

Para poder hacer un examen exhaustivo del producto mencionaré primero su información nutricional y composición:

Información nutricional (porción 200 ml):

Valor energético → 36 Kcal.

Carbohidratos → 9 g; de los cuales azúcares → 9 g

Sodio → 15 mg.

Ingredientes:

Agua carbonatada¹¹, azúcar, colorante caramelo, ácido fosfórico, aromatizantes, edulcorante: Stevia (glucósidos de Esteviol) (23 mg/100ml), conservante: benzoato de sodio. Cafeína.¹²

La carbonatación puede producir de forma natural o siendo forzada por un fabricante. Se ha argumentado que el agua carbonatada puede llegar a erosionar huesos y dientes, que puede aumentar el ácido estomacal y filtrar el calcio, pero hasta día de hoy aún no hay experimentos que demuestren estas afirmaciones (Dohrman, 2014).

Azúcar: Pertenece al grupo de los carbohidratos, más concretamente al subgrupo de los disacáridos. La sacarosa sería lo que coloquialmente conocemos como azúcar común. La sacarosa, la encontramos añadida de forma natural en muchos alimentos que consumimos, como frutas y verduras, no siendo necesaria la ingesta añadida del azúcar al ya ser más que abundante en muchos productos naturales que consumimos. Aproximadamente el azúcar tiene 4 kcal por gramo, no recomendando la OMS la ingesta de más de 100 kcal diarias procedentes del azúcar (García, 2015).

El libro “Lick the Sugar Habit” habla de 76 maneras en las que puede provocar efectos nocivos el azúcar en nuestro organismo, las cuales están avaladas científicamente, y entre las que encontramos: Supresión del sistema inmunológico y deterioro de las defensas contra enfermedades infecciosas, aumento de la ansiedad, dificultad de concentración entre otras (Appleton, 1988).

Colorante caramelo: De color oscuro y sabor amargo. Se obtiene por la caramelización con reactivos de azúcares como el jarabe de glucosa o fructosa, extraídos del maíz o el trigo. En altas dosis puede provocar problemas intestinales y provocar una disminución de la absorción de Vitamina B6¹³.

¹¹ Conocida también como soda. Es agua sin saborizantes que contiene dióxido de carbono que burbujea cuando la bebida se despresuriza. (Enciclopedia Libre Universal)

¹² Página Web oficial de Coca Cola Argentina.

¹³ Vitamina B6: Vitamina hidrosoluble que el cuerpo no puede almacenar y por tanto hay que suministrar continuamente a la dieta. Ayuda al organismo a producir anticuerpos y producir hemoglobina entre otras funciones (MedlinePlus, enciclopedia médica)

Portavoz de Coca Cola España: *“los riesgos del 4-MEI son inferiores a los de tomar patatas fritas”*. Según comenta el portavoz, un consumidor debería tomar cantidades desorbitadas de este compuesto para alcanzar los niveles que alcanzaron los animales en los ensayos, aun así para tranquilizar a los consumidores tanto Coca Cola como Pepsi se comprometen a reducir las cantidades de este colorante en sus productos” (Valerio, 2012).

Ácido fosfórico: Ácido, que se utiliza en la industria de la alimentación, obteniéndose a través de la acción del ácido sulfúrico sobre el fosfato de tricálcido. A temperatura ambiente es una sustancia cristalina y se emplea como acidulante¹⁴, en los refrescos de cola. En su aplicación a la alimentación puede ser dañino para el calcio de los huesos, ya que no permite una adecuada absorción en el organismo, incrementando la probabilidad de sufrir fracturas, contribuyendo además al aumento de la osteoporosis. Combinado con azúcar refinada y fructosa dificulta la absorción de hierro (Ecured, enciclopedia colaborativa)

Aromatizantes: Sustancia que se añade a un alimento o bebida en este caso, para aportarle un nuevo aroma al que tenía. No hay evidencias hasta el momento de que los aromatizantes que incluye Coca Cola sean nocivos para la salud. (Ecured, enciclopedia colaborativa)

Glucósidos de Esteviol: Se trata de edulcorantes purificados de la hoja de estevia, con un alto contenido endulzante, llegando a ser entre 40 y 300 veces más dulce que la sacarosa. El Grupo Científico sobre Aditivos Alimentarios de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria ha analizado la seguridad de este edulcorante y no se detecta ningún tipo de efecto carcinógeno¹⁵.

“El Grupo Científico antes dicho ha establecido una Ingesta Diaria Admisibles (IDA) para un consumo seguro de 4 mg por Kg de peso corporal por día, valor que coincide con el ya establecido por el Comité Mixto de FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios” (Gottau, 2012).

¹⁴ Acidulante: Ayuda a controlar la acidez de un alimento y mantener su PH. (Web Contigosalud)

¹⁵ Cancerígeno: Cualquier factor que favorece la aparición o la agravación de una enfermedad cancerosa. (Web salud)

A priori no es perjudicial su consumo, pero sí que se establece un límite de ingesta diaria. Una persona que pese unos 50 kg no debe consumir más de 200 mg. Una lata de Coca Cola Life contiene alrededor de 77 mg, por lo que no sería recomendable para esta persona tomarse más de 3 latas diarias, dentro de los límites establecidos.

Conservantes (Benzoato de sodio): Se trata de un conservante sintético derivado del benceno¹⁶. Se utiliza para evitar la aparición de levaduras y bacterias. En dosis bajas puede producir asma y urticaria si se consume a la vez que algunos colorantes. Puede ocasionar problemas tóxicos y alergias, provocando su acumulación en el organismo el riesgo de padecer cáncer.¹⁷

Este riesgo de padecer cáncer se debe a que el cuerpo cuando se ve expuesto a un cancerígeno, el sistema inmunológico se vacía con el paso del tiempo hasta adquirir una deficiencia inmunológica, no teniendo nutrientes suficientes para de-toxicarse a nivel celular (Doctornews, 2012).

Cafeína: Se trata de una sustancia amarga que provoca muchos efectos en el metabolismo, siendo el más destacado el de estimulación del sistema nervioso central. Un consumo en pequeñas cantidades no debe ser negativo, pero su consumo en exceso puede provocar entre otros problemas: nerviosismo, estrés, dolores de cabeza etc.

En cuanto a las enfermedades relacionadas con el consumo de cafeína:

Enfermedades cardiovasculares: Derivadas no del consumo de la cafeína en sí, sino de otras prácticas que van íntimamente relacionadas con el consumo de café; tabaco, abuso de alcohol etc.

Presión arterial: Durante décadas se ha creído que el consumo de cafeína aumentaba la presión arterial, pero estudios recientes no han conseguido demostrar que un consumo

¹⁶ Benceno: Químico líquido y transparente a base de petróleo de olor dulce (Enciclopedia médica MedlinePlus)

¹⁷ Obtenido del listado de aditivos alimentarios.

moderado de cafeína desencadene en problemas arteriales, aun así se recomienda un consumo moderado a personas que padezcan hipertensión.

Colesterol en sangre: Estudios realizados afirman que el café puede aumentar los niveles de colesterol total y colesterol LDL (colesterol malo), esto no sucede por la cafeína, sino por unos componentes del café llamados diterpenos¹⁸, los cuales se eliminan a través del filtrado.

Enfermedades coronarias: *“varios estudios demuestran que los consumidores habituales de café en dosis moderadas tienen un riesgo menor de padecer enfermedades coronarias, posiblemente debido a los antioxidantes presentes en el café”*.

Cáncer: *“La mayor parte de la evidencia científica sugiere que el consumo habitual de café o té no tiene una relación significativa con el riesgo de padecer ningún tipo de cáncer”* (EUFIC, 2007) ¹⁹

5.4. CONCLUSIÓN

Nos encontramos ante un nuevo producto de Coca Cola que se empieza a abrir camino en el mercado mundial. Se vende ya en varios países y parece ser que quiere darse a conocer también en España, comenzando por un público más selecto. Su precio en nuestro país es más que elevado, superando el doble del precio de una lata de Coca Cola clásica, por el hecho de ser “natural” y venderse en un punto tan selecto.

En su publicidad, las características que se resaltan del producto son su inferior cantidad de calorías, y su endulzamiento a partir de la estevia.

Lógicamente el marketing se caracteriza por embellecer las buenas cualidades del producto y no mencionar las cualidades no tan buenas, por eso me paro a analizar punto por punto cada uno de sus componentes.

¹⁸ Diterpenos: Tipo de odorante de origen natural.

¹⁹ European Food Information Council.

Es curioso ver cómo estudiando un poco los ingredientes de la bebida se puede poner en duda la seguridad que supone consumir este producto. Hay ingredientes que tienen avales científicos que demuestran que pueden provocar enfermedades graves e incluso favorecer la aparición de cáncer. Ante estos estudios y denuncias que se lanzan al aire, la empresa tranquiliza al consumidor, afirma que no es más perjudicial el componente que usan que otros productos que consumimos a diario, y prometen incluir menos cantidad de estos componentes en el producto, pero, si realmente no es peligroso el uso de ellos, ¿por qué reducir su incorporación al producto si no debe causar ningún daño? Resulta increíble pensar que hay componentes en los productos que consumimos que puedan derivarse incluso del propio petróleo. Nos encontramos en el siglo XXI y aun no hay una normativa que controle 100% a la gran industria y nos garantice seguridad en lo que consumimos. Grandes empresas respaldadas por grandes asesores, abogados y cantidades de dinero que ellos mismos guardan para pagos de multas millonarias, búsqueda de vacíos legales y aprovechamiento del desconocimiento de la población que les hace “disfrazar” su producto y hacerlo agradable y apetecible a su consumo gracias a las grandes cantidades de dinero invertidas en un buen marketing. Como todo, si no se toman cantidades excesivas no provocan un peligro inminente, pero si no tenemos cuidado con lo que compramos unimos muchos factores negativos que con el tiempo repercuten en nuestra salud.

Este producto pasa por todas las pruebas de seguridad necesarias en alimentación y los componentes que incluye son todos legales, pero lo que tenemos que plantearnos a la hora de comprarlo es si realmente la imagen y la idea que nos vende la empresa es la ideal que tenemos sobre este producto.

Como hemos dicho anteriormente, este producto está dirigido a un nuevo público objetivo, un público más exigente con lo que consume, que busca lo natural y ecológico, y por su puesto, lo producido con un mayor respeto al medio ambiente.

He buscado por tanto como algo esencial, algún lugar en la Web oficial o información que haya dado la empresa a la prensa sobre su nuevo proceso de fabricación, ya que se trata de un nuevo producto, ahora ecológico y “verde”. Pues bien, no he encontrado nada que haga alusión a su proceso de fabricación- Según fuentes externas, el proceso de refinación de la estevia es muy similar al del azúcar, por lo que

nos encontramos con un producto que cambia los endulzantes “químicos” por otros “naturales” y cambia el color original de su etiqueta roja por el color verde. Una vez estudiados todos estos nuevos componentes que ofrece la marca, cada cual puede hacer sus conclusiones con este nuevo producto lanzado al mercado, que parece estar también adaptándose a las nuevas generaciones y cambios de mentalidad y respeto por el medio ambiente.

Si tenemos que comprarlo porque es “natural”, lleva mucha composición química necesaria para su conservación, reducción de acidez y darle ese sabor tan característico de Coca Cola, simplemente contiene estevia, un endulzante natural que a priori es más sano que el artificial, pero su forma de obtención y refinación no aporta un mayor cuidado del medio ambiente. Sigue conteniendo bastante cantidad de azúcar, aunque sea inferior a la presencia de la Coca Cola original. Incluye componentes químicos que llegan a ser peligrosos en dosis elevadas, y su precio más que duplica el precio de una Coca Cola normal. Al igual que sucede con todos los productos destinados al cuidado del cuerpo, de la salud y que presumen de naturalidad de sus ingredientes se ve todo repercutido en su precio, y eso nos lleva a plantearnos una vez más si todo no se trata de una táctica de venta, de la que se aprovechan todas las grandes empresas que venden productos destinados a la población preocupada por la imagen, la cual cada día aumenta más, convirtiéndose en un público muy interesante y fácil de convencer, si no se le informa adecuadamente por qué está pagando, porque, ¿qué será más natural que lo natural mismo? ¿Por qué nos empeñamos en pagar más por algo ‘natural’ salido de una fábrica que en comprar productos no tratados y ciertamente naturales?

CONCLUSIONES FINALES

Nos encontramos en una época, en la que la sociedad da mucha importancia a la imagen y a la salud, y debido a que es lo que se demanda, el mercado lo oferta, aprovechándose en muchas ocasiones del deseo de obtener esos dos elementos.

Esto en lo primero que lo reflejan es en su precio, todos los productos que se diferencian del resto en que son ‘sin’, o por el contrario contienen ‘añadidos’ que son beneficiosos, se traducen en un encarecimiento del producto, el cual, el consumidor está dispuesto a pagar debido a que imagina que esto será un coste añadido.

Los 5 productos analizados se caracterizan por ayudar al adelgazamiento o mantener la figura, por restringir en su receta ciertas presencias o por incluir en el producto ingredientes o composiciones.

Al analizarlos, en todos hemos podido ver que el enriquecimiento que realizaban era ínfimo, que las propiedades que decían tener con la inclusión de un componente no era destinado realmente al fin prometido, o que simplemente no eran muy distintos del producto similar pero que no va destinado al adelgazamiento.

Es sencillo a través del marketing hacer atractivas nuevas características añadidas a un nuevo producto, para traducirlo en un encarecimiento justificado del precio, vender un producto que ayuda a adelgazar con mayor facilidad sin necesidad de prescripción médica, o vender una bebida que es más natural por contener estevia, obviando otros datos que son de mucho más interés y que si se conocieran, el cliente posiblemente no comprara el producto.

El consumidor cuando busca un resultado concreto, se ciega al escuchar lo que quiere escuchar, y no se preocupa por indagar por el resto de atributos del producto. Nos encontramos en una sociedad en la que el cliente no sabe ‘leer’ la información realmente importante de los productos.

Cuando el cliente busca productos de alimentación que sean más sanos o engorden menos, se dejan embaucar por las palabras “Light”, “natural”, “sin azúcares añadidos” o

“enriquecido con...”y poco más. No se paran a ver si la composición química que llevan es sana, si es cierto que ese producto es natural, o si merece la pena pagar por ese enriquecimiento que se puede obtener a un menor coste obteniéndolo directamente del consumo de productos realmente naturales.

El consumidor es vago y cómodo por naturaleza, busca productos milagro, que le ayuden a obtener lo que busca sin necesidad de esfuerzo, si te ofrecen unas *leggings* que con solo usarlas en el día a día te ayudan a moldear la forma, ¿por qué no probarlas?, y por su puesto a todos nos gusta tomar un refresco de vez en cuando, y si este contiene menos azúcares y es natural, ¿qué daño nos va a hacer?

Confiamos en todo lo que vemos, en todo lo que nos venden, porque pensamos que todo lo anunciado, ya sea en webs o en televisión tiene que pasar por unos filtros y tiene que cumplir unas leyes, pero hay muchas cosas que tienen que seguir cambiando y evolucionando que aun sorprenden a día de hoy.

Si se invierten sumas millonarias en marketing es porque hay que embellecer el producto, porque el tuyo debe ser el mejor, y no van a decir nada malo de su producto, porque si no, no se vende. Se puede tener un buen producto, y sin un buen marketing que ese producto no llegue a ningún lado, y viceversa.

En mi opinión, nos encontramos en la era de la información y hay que tener mucho cuidado con lo que nos ofrecen, porque nos bombardean de noticias, publicidad, críticas etc. Y no porque la información venga de un medio ‘fiable’, o porque deba cumplir una normativa, es 100% segura y cierta, si realmente no queremos que nos engañen y queremos saber lo que compramos, debemos documentarnos en varios medios, contrastar información y nutrirnos de un poco de cultura, la cual nos viene bien para conocer el mercado al que confiamos nuestro dinero. Tenemos derechos como consumidores a conocer lo que compramos, y ya que no son transparentes las empresas al ofertar sus productos, tenemos medios para saber todo de ellos si indagamos un poco, y a partir de ahí ser realmente libres y decidir con conocimiento.

Espero, que con el tiempo haya una normativa algo más estricta que regule mejor los vacíos legales que hay en cuanto a comercio y marketing, y los consumidores estemos

más protegidos y seguros a la hora de invertir nuestro capital, porque en el mercado debe de haber confianza, mientras tanto, aconsejo el indagar un poco sobre los productos que consumimos en el día a día, que más de uno, al igual que me ha pasado a mí, puede llegar a sorprendernos al no aportarnos lo que realmente esperábamos de ellos.

Tras analizar los 5 productos, y revisar la ley vigente en cuanto competencia engañosa y desleal, llego a la conclusión de que en todos los productos analizados hay indicios de este tipo de prácticas, más concretamente del apartado ‘e’ del artículo 3, el cual dice: *“La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal”*²⁰. La competencia desleal es aquella que tiene por objeto la protección de la competencia en interés de todos los que participan en el mercado, y especifica claramente en su artículo 7 “Actos de engaño” que: *“Se considera desleal la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud en el empleo, calidad y cantidad de los productos y, en general sobre las ventajas realmente ofrecidas”*²¹. Todos los productos analizados, dan a entender un mensaje que se aleja bastante de las finalidades que el consumidor quiere conseguir con su consumo o utilización.

Demostramos a través de este estudio que las grandes empresas tienen mucho poder sobre el mercado, y esto repercute en su poder sobre el consumidor, que aunque existan leyes vigentes que nos “protejan”, aprovechan la oportunidad para ‘disfrazar’ sus productos, y embellecerlos, rozando en muchos casos el límite de lo legal. Como consumidores tenemos derechos, y está en nuestra mano luchar porque se lleva a cabo una buena praxis y no dejarnos engañar, porque la información da poder, mientras sea real. Como dijo David Hume (1776) “Quien tiene el saber, tiene el poder”

²⁰ Ley 34/1988, del 11 de noviembre, General de Publicidad. Publicado en el BOE num. 274.

²¹ Ley 10 de enero de 1991. Num 3/1991. “Ley de Competencia Desleal”.

BIBLIOGRAFÍA

- **Allí** (2015). Prospecto online Allí. Consultado el 3 de septiembre de 2015. Recuperado de http://alli.com.es/documentum_content/assets/documents/PALL60-2_Nov_2009.pdf
- **Amarú, D.L. y Field C.J.** (2009). Conjugated linoleic acid decreases mcf-7 human breast cancer cell growth and insulin-like growth factor-1 receptor levels. 44(5): 449-58. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19266226>
- **Appleton N.** (1988). *Lick the Sugar Habit*. Canada: Marie Caratozzolo.
- **Berkey, C.S. et al** (2005) . Milk, dairy fat, dietary calcium, and weight gain: a longitudinal study of adolescents. Arch Pediatr Adolesc Med. 2005 Jun;159(6):543-50.
- **Bibbins-Domingo, K. et al.** (2010). Projected effect of dietary salt reductions on future cardiovascular disease. New England Journal of Medicine, 362(7):590–599.
- **Borer, K.T.** (2005). Physical activity in the prevention and amelioration of osteoporosis in women: interaction of mechanical, hormonal and dietary factors. 35(9): 779-830. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16138787>
- **Calderón-Santiago, M. et al.** (2014). European Journal Lipid Science and technology Cholesterol oxidation products in milk: Processing formation and determination. DOI: 10.1002/ejlt.201100139
- **Carrero, I. y Herráez, A.** Funciones del colesterol. Consulta del 29 de septiembre de 2015. Recuperado de <http://biomodel.uah.es/model2/lip/colesterol-func.htm>

- **Coenzima Q10** (2015). Consultado el 24 de marzo de 2015. Recuperado de <http://www.coenzimaq10.es/>
- **Cornelis, MC. y El-Sohemy A.** (2007). Café, la cafeína y la enfermedad cardíaca coronaria. *Current Opinion in Lipidology* 18 (1): 13-9.
- **Daniels, J.L. et al** (2004). Fish intake during pregnancy and early cognitive development of offspring. 15(4): 394-402. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15232398>
- **Directo al Paladar** (27 de marzo de 2008). 9 de cada 10 cereales tienen cantidades excesivas de azúcar. Consulta del 17 de julio de 2015. Recuperado de <http://www.directopaladar.com/salud/9-de-cada-10-cereales-tienen-cantidades-excesivas-de-azucar>
- **Doctor News** (18 de enero de 2012).. El benzoato de sodio es un conservante que refuerza el cáncer y mata células sanas Recuperado de <http://www.doctornews.org/el-benzoato-de-sodio-es-un-conservante-que-refuerza-el-cancer-y-mata-celulas-sanas/>
- **Dohrman P.** (2014). Efectos perjudiciales del agua carbonatada. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/efectos-perjudiciales-del-agua-carbonatada-sobre_39842/
- **Elaine Magee, E.** (2009). *Sugar Shockers: Foods Surprisingly High in Sugar.*
- **Eufic** (European Food Information Council) (2007). La cafeína y la salud. Recuperado de <http://www.eufic.org/article/es/artid/cafeina-salud/>
- **FACUA** (1 de febrero de 2008). Un tribunal francés condena a Kellogg's por mentir al afirmar que sus Special K tenían '0% de materia grasa'. Recuperado de <https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=2687>
- **FEAD** (Fundación Española del Aparato Digestivo) (2007)

- **Fitness Revolucionario** (16 de mayo de 2014). Por qué las dietas no funcionan, las causas del efecto rebote y soluciones. Consulta del 7 de septiembre de 2015. Recuperado de <http://www.fitnessrevolucionario.com/2014/05/16/por-que-las-dietas-no-funcionan-las-causas-del-efecto-rebote-y-soluciones/>
- **Fitness Revolucionario** (22 de julio de 2012). En defensa de las grasas. Consulta del 29 de julio de 2015. Recuperado de <http://www.fitnessrevolucionario.com/2012/07/22/en-defensa-de-las-grasas/>
- **Ganmaa, D. y Sato, A.** (2005). The possible role of female sex hormones in milk from pregnant cows in the development of breast, ovarian and corpus uteri cancers. 65(6): 1028-37. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16125328>
- **García Bello, D.** (2015). ¿Es tan malo el azúcar? Recuperado de <http://dimetilsulfuro.es/2015/04/23/es-tan-malo-el-azucar/>
- **Gómez, M.A.** (2003). ¿Qué es el almidón? Recuperado de <http://rincondelaciencia.educa.madrid.org/Curiosid/Rc-58.html>
- **Gottau, G.** (2012). Vitónica responde: Análisis de los glicósidos de esteviol. Recuperado de <http://www.vitonica.com/alimentos/vitonica-responde-analisis-de-los-glicosidos-de-esteviol>
- **Greenwood, D. et al** (2013). Dairy products, calcium, and prostate cancer risk: a systematic review and meta-analysis of cohort studies. Recuperado de <http://ajcn.nutrition.org/content/early/2014/11/18/ajcn.113.067157.abstract>
- **Herrera, E.** (2012). El Omega 3 puede ser perjudicial en el embarazo. Recuperado de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/02/23/913050/omega-3-puede-ser-perjudicial-embarazo.html>

- **Hibbeln, J.R. et al** (2007). Maternal seafood consumption in pregnancy and neurodevelopmental outcomes in childhood (ALSPAC study): an observational cohort study. 369(9561): 578-85. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17307104>
- **Hibbeln, J.R.**(2002). Seafood consumption, the DHA content of mothers' milk and prevalence rates of postpartum depression: a cross-national, ecological analysis. 69(1-3): 15-29. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12103448?dopt=Abstract>
- **Hooper L. et al** (2006). Riesgos y beneficios de las grasas omega 3 para la mortalidad, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer. Revisión sistemática, 752-760, doi: 10.1136 / bmj.38755.366331.2F
- **Hoppe, C. et al** (2004). High intakes of skimmed milk, but not meat, increase serum IGF-I and IGFBP-3 in eight-year-old boys.58(9): 1211-6.Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15054433>
- **Hwang, J.Y. et al .** (2015): Effect of coenzyme Q10 on spinal cord ischemia-reperfusion injury. Journal of Neurosurgery. Spine (1-7)
- **Jiménez, C.L.** (2012). ¿Realmente el medicamento Allí ayuda a adelgazar? Recuperado de <http://loquedicelacienciaparaadelgazar.blogspot.com.es/2012/04/realmente-el-medicamento-alli-ayuda.html>
- **Keys, A.** (1953). La hipótesis de los lípidos: el mito desmitificado. Recuperado de <http://es.sott.net/article/7439-La-hipotesis-de-los-lipidos-El-mito-desmitificado>
- **Lembke** (3 de mayo de 2012). Omega 3 y el colesterol – La gran mentira. Recuperado de <http://centroomega.blogspot.com.es/>

- **Lobo Rico, J.R.** (2010). Lo que no sabemos sobre la leche y los lácteos. Consultado el 20 de abril de 2015. Página Web de Escuela Dharma: http://www.unisalud.es/sites/default/files/blog/los_lacteos_20101.pdf
- **López Nicolás, J.M.** (11 de marzo de 2015). Carta a Nivea. Recuperado de <http://scientiablog.com/2015/03/11/carta-abierta-a-nivea/>
- **López-García, L.** et al (2006). El consumo de café y la enfermedad coronaria en hombres y mujeres: un estudio de cohorte prospectivo. *Circulation* 113: 2045-53.
- **Medline Plus** (Enciclopedia médica) (2015). Explicación de las grasas en la alimentación. Consultado el 21 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/patientinstructions/000104.htm>
- **Mejor con Salud** (2015). ¿Carbohidratos simples o carbohidratos complejos?. Consultado el 22 de abril de 2015. Recuperado de <http://mejorconsalud.com/carbohidratos-simples-o-carbohidratos-complejos/>
- **Myers, MG.** (2004). Efecto de la cafeína en la presión arterial más allá del laboratorio. *Hipertensión*. 43: 724-5.
- **NIDDK** (National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases) (2014). Lactose intolerance.. NIH Publication No. 14-7994.
- **Portal Antioxidantes** (2015). Antioxidantes y salud: evidencias científicas. Consultado el 20 de marzo de 2015. Página Web de alimentos y salud. Recuperado de <http://www.portalantioxidantes.com/antioxidantes-y-salud/>
- **Rosenbaum, M. et al.** (2010). Energy Intake in Weight-Reduced Humans.95-102. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2926239/#!po=2.94118>

- **Sanoobar, M. et al.** (2015). Coenzyme Q10 as a treatment for fatigue and depression in multiple sclerosis patients: A double blind randomized clinical trial. *Nutritional Neuroscience*; 0(0), DOI: 10.1179/1476830515Y.0000000002
- **Segatore, L. y Gianangelo, P:** Diccionario médico Teide. 2ª ed. Editorial Teide, 1983. Consulta del 23 de julio 2015.
- **Shin, S. y Joung, H.** (2013). A dairy and fruit dietary pattern is associated with a reduced likelihood of osteoporosis in Korean postmenopausal women. *110(10):* 1926-33. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23578480>
- **Siri-Tarino P.W. et al** (2010). Meta-analysis of prospective cohort studies evaluating the association of saturated fat with cardiovascular disease. *American Society for Nutrition*. 535-546.
- **Textos Científicos** (2015). Características fisicoquímicas del yogur de vaca criollo lechero tropical, estrella a.g. 1(1). Recuperado de <http://www.textoscientificos.com/alimentos/yogur/que-es-yogur>
- **UNED** (2015). Alimentación: Interacción de los tipos de grasas. Consulta del 5 de mayo de 2015. Recuperado de http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,1&_dad=portal&_schema=PORTAL
- **UNED** (2015). Recomendaciones RDA: Ingesta de calorías recomendada (2015). Recuperado de http://www.uned.es/pea-nutricion-dieteticaI/guia/guia_nutricion/recom_calorias.htm
- **Universia** (23 de febrero de 2012). Universidad CEU San Pablo. El Omega 3 puede ser perjudicial en el embarazo. Recuperado de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/02/23/913050/omega-3-puede-ser-perjudicial-embarazo.html>

- **Virtanen, S.M. et al** (1998). Cow's milk consumption, disease-associated autoantibodies and type 1 diabetes mellitus: a follow-up study in siblings of diabetic children. Childhood Diabetes in Finland Study Group. 15(9): 730-8. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9737801>
- **Wolk, A. et al** (2014). Milk intake and risk of mortality and fractures in women and men: cohort studies.349. Recuperado de <http://www.bmj.com/content/349/bmj.g6015>
- **Yamamoto, T. et al** (2004). Expression of betacellulin, heparin-binding epidermal growth factor and epiregulin in human malignant fibrous histiocytoma. 24(3b): 2007-10. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15274392>

Enlaces spots publicitarios:

- **Coca Cola Life**. Spot publicitario verano 2013. Consulta del 15 de septiembre de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tZaMOt8gQI4>
- **Cola Cola Life**. Spot publicitario invierno 2013. Consulta del 15 de septiembre de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=-prOqP8AxAA>
- **Kellogg's**. Spot publicitario 2010. Consulta del 23 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YCQpkp5UEI8>
- **Kellogg's**. Spot publicitario 2012. Consulta del 23 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=M8vqQGSwvH4>
- **Kellogg's**. Spot publicitario 2015. Consulta del 23 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Trbl5WYfL8>
- **Nivea**. Spot publicitario 2014. Consulta del 20 de julio de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8RnM5f6z9B4>

- **Puleva.** Spot publicitario 2012. Consulta del 30 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=u-3-1hFtHsU>
- **Puleva.** Spot publicitario 2013. Consulta del 30 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=u-3-1hFtHsU>
- **Puleva.** Spot publicitario 2014. Consulta del 30 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vlr9Tqc4O3o>

Páginas Web oficiales:

- Página Web oficial de Allí. Consulta del 4 de septiembre de 2015. Recuperado de <http://www.alli.com.es/WhatIsAlli/>
- Página Web oficial de Coca Cola Argentina. Consulta del 5 de septiembre de 2015. Recuperado de <http://www.cocacoladeargentina.com.ar/>
- Página Web oficial de Coca Cola Argentina. Consulta del 5 de septiembre de 2015. Recuperado de <http://www.cocacola.es/>
- Página Web oficial de Kellogg's. Consulta del 14 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.kellogs.es>
- Página Web oficial de Nivea. Consultado el 7 de marzo de 2015. Recuperado de <http://www.nivea.es>
- Página Web oficial de Puleva. Consulta del 1 de mayo de 2015. Recuperado de <http://www.puleva.es>
- Página Web oficial de Special K. Consulta del 13 de junio de 2015. Recuperado de <https://www.Specialk.es>

- Página Web oficial de Special K. Consulta del 15 de abril de 2015. Recuperado de <https://www.Mispecialk.es>

Artículos de prensa online:

- **ABC** (11 de junio de 2014). Lanzas al mercado Coca-Cola Life, con edulcorantes naturales y menos calorías. Recuperado de <http://www.abc.es/sociedad/20140611/abci-nueva-cocacola-life-natural-201406111117.html>
- **Aguirre, F.** (29 de agosto de 2014): ¿El fin de un mito?: Científicos desmienten que el desayuno sea la comida más importante del día. *La Tercera (Tendencias)*. Recuperado de <http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2014/08/659-593524-9-el-fin-de-un-mito-cientificos-desmienten-que-el-desayuno-sea-la-comida-mas.shtml>
- **Diario Financiero** (22 de abril de 2015). Coca Cola anuncia millonaria inversión en marketing y apuesta por variedades Light. Recuperado de <https://www.df.cl/noticias/empresas/actualidad/coca-cola-anuncia-millonaria-inversion-en-marketing-y-apuesta-por-variedades-light/2015-04-21/202940.html>
- **El Mundo** (25 de agosto de 2009). Preocupación por los efectos secundarios de un adelgazante. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2009/08/25/nutricion/1251203014.html>
- **Quelart, R.** (16 de diciembre de 2011). Ramón Tormo: No es bueno dejar de tomar los alimentos que parece que nos van mal. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/salud/20111216/54240116352/alergias-alimentarias-leche-vaca-soja-avena.html>
- **Valerio, M.** (9 de marzo de 2012). Coca Cola y Pepsi cambian la receta para evitar una 'etiqueta de cáncer'. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2012/03/09/nutricion/1331282542.html>