

L'APPORT DE L'ARAZA AUX HABITUDES ALIMENTAIRES SAINES AUX ENFANTS DE LA  
COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE

L'apport de l'arazá aux habitudes alimentaires saines aux enfants de la Communauté européenne

Carlos Fernando ALDANA SUAREZ Melissa Alexandra CAÑAS ALARCÓN

Présentée en vue d'obtenir

LE DIPLÔME DE PROFESSIONNEL EN LANGUE MODERNES

Sous la direction de

Angélica María CASALLAS

Programme professionnel en langues modernes

Université ECCI Bogota, Colombie Juillet 2016

## Résumé

Ce projet est présenté comme une exigence fondamentale pour obtenir le diplôme professionnel en langue modernes, dirigé en administration à l'université ECCI. Nous ferons une approximation au marché Européen axé sur le programme alimentaire promu par la Commission Européenne; à partir de l'étude du neuromarketing, sujet développé au cours du Seminario intersemestral 2016 -1.

Tout d'abord, ce pré-mémoire prétend développer une stratégie de publicité sur les bienfaits de l'arazá pour des habitudes alimentaires saines des enfants de la Communauté européenne, en tenant compte l'objectif du programme: augmenter la consommation de fruits aux écoles qui ne consomment pas les quantités minimales (400 gr. par jour) selon la OMS (2012). D'ailleurs, en Colombie, le Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas - SINCHI a fait des investigations au sujet des fruits et légumes amazoniennes, afin que les paysans amazoniens puissent découvrir des nouveaux marchés nationaux et internationaux à partir de l'exploitation de ces produits, ainsi le développement de l'agro-industrie colombienne.

Tenant compte la recherche faite par le Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas - SINCHI à propos de l'arazá sur sa consommation et les besoins de La Commission européenne dans son programme, ce projet montrera les bienfaits de l'arazá, son haute valeur nutritionnelle pour les habitudes alimentaires saines des enfants de la Communauté européenne.

Finalement, ce projet sera une révision exploratoire des précédentes et de la littérature sur l'exportation de l'arazá et la problématique alimentaire des enfants de la Communauté européenne en différents bases de données au niveau national et international.

*Mots clés: neuromarketing, arazá, novel food, enfants de la Communauté européenne, habitudes alimentaires*

## Table de matières

CHAPITRE 1 .....	4
Introduction .....	4
Introduction à l'étude .....	4
Justification du travail de recherche.....	5
Question de recherche et objectif (s) .....	6
Objectif général. ....	6
Objectifs spécifiques.....	6
CHAPITRE 2 .....	7
Cadre théorique et état de l'art.....	7
Introduction au chapitre .....	7
Cadre théorique .....	7
Neuromarketing. ....	7
Maladies liées aux habitudes alimentaires: l'obésité.....	8
Valeur nutritionnelle des fruits exotique: Arazá.....	8
Innovation des « novel food » en Europe.....	9
État de l'art .....	10
CHAPITRE 3 .....	13
Conception de la recherche .....	13
Introduction au chapitre .....	13

L'APPORT DE L'ARAZA AUX HABITUDES ALIMENTAIRES SAINES AUX ENFANTS DE LA  
COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE

Type d'étude .....	13
Contexte .....	13
Participants .....	14
Instruments de collecte de données.....	14
CHAPITRE 4 .....	15
Conclusions .....	15
Introduction au chapitre .....	15
Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes .....	15
Importance du travail de recherche.....	15
Limites de l'étude .....	16
Projections de la recherche .....	16
Références .....	18
Annexes.....	20

## CHAPITRE 1

### Introduction

#### Introduction à l'étude

Étant donné notre graduation du programme de langues modernes; dirigé en Administration, en la université ECCI. Nous ferons une approximation au marché Européenne par sa programme alimentaire en faveur de la consommation de fruits aux écoles qui est promu par la Commission Européenne (2015), tenant compte les enquêtes faites par *l'Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas - SINCHI* au sujet des fruits exotiques de l'Amazonie axés sur les enquêtes à propos de l'arazá et sa valeur nutritionnelle.

#### Énoncé du problème

Selon un article publié par le *European Food Information Council - EUFIC* (2012), l'Organisation Mondiale de la Santé - OMS, croire qu'il y a une insuffisance en la consommation de fruits et légumes aux pays européens; parce que, plus de la moitié des pays Européens consomme moins de 400 gr. de fruits et légumes par jour, ce qui l'Organisation Mondiale de la Santé recommande; encore, un tiers de ces pays consomme moins de 300 gr. par jour; toutefois, ils sont conscient qu'il peut être un problème d'accessibilité et disponibilité; car, en Europe; il n'y a pas une grande variété des fruits et légumes; ils ne sont pas disponibles toute l'année pour les caractéristique géographique et climatique du continent européen où les fruits ne sont pas accessible par toutes les classes sociaux.

D'une part, La Commission européenne a développé un programme volontaire sur la consommation de fruits et légumes dans toutes les écoles de l'Union Européenne; l'objectif d'encourager les habitudes alimentaires saines entre la jeunesse européenne, en même temps, le

programme exige aux pays membres définir des stratégies éducatives et de sensibilisation (Comisión Europea, 2015).

D'un autre part, en parlant des fruits amazoniennes qui ont potentielles, une des noms récurrent est: L'arazá; c'est un fruit vieux en la production amazonienne, qui était considéré comme un désodorisant naturel par son odeur agréable; au point que les natives ne l'ont pas mangé. Aujourd'hui, la production de l'arazá devient une des espèces prioritaire par le *Instituto Amazónico de investigaciones científicas - SINCHI*, en ses stratégies de développement en tant qu'une alternative productive et dans marchés verts (Hernández, M., Barrera, J., Carrillo, M., 2006).

### **Justification du travail de recherche**

Les inconvénients principaux rencontre par la Communauté européenne sont les conditions climatique des pays européens; les saisons, qui ne permet pas une production constante des fruits et légumes en la plupart de l'Europe; c'est pourquoi, Il y a des accords commerciaux entre l'Europe et L'Amérique latine.

Les études de *l'Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas - SINCHI* (2006) sur les fruits exotiques de l'Amazonie, a montré les apports nutritionnels de l'arazá et son potentiel pour répondre aux besoins de la Communauté européenne. Depuis 2000, l'arazá a été présenté comme: un nouveau fruit par le marché Colombien et une opportunité d'investissement par les paysans des plaines colombiennes; également, étant donné ses particularités physiologiques, il est un fruit de maturation courte avec une unique option d'exploitation associée à l'agro-industrie qui représente une opportunité de développement pour ce secteur en Colombie dans le marché européen.

Finalement, il sera important par la Commission Européenne enrichir les habitudes alimentaires saines de la jeunesse européenne avec un produit exotique, attractive et saine par les enfants, facile à produire en Colombie grâce à ses caractéristique géographique et climatique.

**Question de recherche et objectif (s)**

Étant donné les apports nutritionnels de l'arazá aux enfants, découverts par le SINCHI la question de recherche est: Comment l'arazá pourrait-il profiter au programme de La Commission européenne en faveur de la consommation des fruits à l'école ?

**Objectif général.** Développer une stratégie publicitaire sur les bienfaits de l'arazá pour améliorer les habitudes alimentaires des enfants de la Communauté européenne.

**Objectifs spécifiques.** Identifier les besoins nutritionnels des enfants selon La Commission européenne et les bienfaits de la consommation d'arazá.

Expliquer une stratégie de neuromarketing pour vendre l'arazá au marché européen.

## CHAPITRE 2

### Cadre théorique et état de l'art

#### Introduction au chapitre

Dans ce chapitre on va exposer les concepts relevant pour le déroulement de ce projet de pré-mémoire. Deuxièmes, il contextualisera au lecteur avec les enquêtes liées à notre projet, tenant compte, la révision fait des précédents et de la littérature des différents auteurs à niveau local et international des mémoires de licence, mémoires de maîtrise et articles de revue scientifiques de différentes bases de données.

#### Cadre théorique

**Neuromarketing.** Étant donné que l'objectif de ce projet est développer une stratégie de publicité sur les bienfaits de l'arazá pour des habitudes alimentaires saines des enfants de la Communauté européenne, ici, on présente le Neuromarketing comme la méthode utilisée afin de promouvoir l'arazá en Europe. Le Neuromarketing est l'étude du comportement humain axé sur l'achat (émotions, motivations et préférences) à partir des études neuro scientifiques (scan du cerveau) afin d'améliorer les campagnes publicitaires et prévoir le comportement des consommateurs pour désigner de nouveaux produits. Selon Lee, Broderick et Chamberlain (2007, p. 2 et 203) le Neuromarketing est l'application des méthodes neuro scientifique pour analyser et comprendre le comportement humain lié au marché et l'économie, tenant compte les buts des enquêtes de marketing: produits, marque, publicité et comportement du consommateur en général. D'où, la application de



Neuromarketing amènera à désigner une stratégie de publicité axée sur améliorer des habitudes alimentaires des enfants qui appartiennent à La Commission européenne.

**Maladies liées aux habitudes alimentaires: l'obésité.** Depuis 2009, La Commission européenne promeut le programme pour la consommation de fruits à l'école par le biais des stratégies éducatives et de sensibilisation, un des problèmes trouvés a été l'obésité: une maladie liée aux mauvaises habitudes alimentaires des personnes autour le monde, récemment les habitudes alimentaires sont mauvaises car la contamination et le rythme de vie, dans le cas des enfants, leur alimentation saine est importante pour qu'ils puissent bien grandir et à l'âge adulte ils n'aient pas de maladies, alors l'alimentation saine avec fruits et légumes ainsi que faire du sport régulièrement aide à éviter l'obésité. Selon Lobstein, et Baur (2005, p. 1) pendant les derniers 20 ans, il y a eu une augmentation dramatique de la prévalence du surpoids et l'obésité chez les enfants et les adolescents dans l'Union Européenne; particulièrement pendant les dix dernières années.

Des enquêtes récentes, estiment que le 18% des enfants des écoles européennes (environ 14 millions d'enfants sur 77 millions d'enfants d'âge scolaire dans les 25 états membres) sont en surpoids, avec une hausse annuelle de la prévalence comprise entre 0,55% et 1,65 %, soit plus de 400 000 nouveaux cas chaque année. De sorte que l'Union Européenne a un besoin de produits alimentaires sains qu'ils peuvent inclure dans ses stratégies.

**Valeur nutritionnelle des fruits exotique: Arazá.** Tenant compte, les méthodes du Neuromarketing, il est important d'attirer l'attention des consommateurs avec des produits nouveaux en répondant à leur besoins de produits qui apportent aux habitudes alimentaires saines. Les fruits exotiques sont des fruits qui ne sont pas mondialement

reconnus car ils sont propre d'un territoire avec certaines conditions géographiques et climatiques, alors il ne pousse pas n'importe où; alors, les études sur la valeur nutritionnelle de ces fruits sont limités à la région, aussi. Les auteurs, Devalaraja, Jain, et Yadav, (2011 p. 9) ont conclu leur article en disant que les fruits exotiques ont de différents constituants bioactifs avec bienfaits potentiels pour la santé qui peuvent combattre le diabète et l'obésité, même, ils sont antioxydants et anti-inflammatoire.

Seules ou ensembles, les fruits exotiques sont importants pour la prévention des pathophysiologies d'obésité et diabète. Après, la révision au sujet des fruits exotiques exposés dans l'article ils ont invité à la Communauté scientifique à faire des enquêtes sur les constituants bioactives de ces fruits, car il sera un apport important par les études pour améliorer les habitudes alimentaires.

Dans ces conditions, l'arazá, un fruit exotique d'odeur agréable et goût acide, est l'option viable afin qu'il soit possible développer une stratégie publicitaire tenant compte, les méthodes du neuromarketing et les études de *l'Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas - SINCHI* (2008, p. 14) selon lesquels il a découvert que l'arazá (*Eugenia stipitata* McVaugh) a un haut contenu de provitamine A, précurseurs de la vitamine A, ainsi de bons contenus minéraux, glucides et vitamine C (anexe 2). Grâce à son haut contenu de provitamine A, il est idéal comme un produit infantile car il joue un rôle important dans le développement des cellules et participe à la prévention des maladies infectieuses.

**Innovation des « novel food » en Europe.** Étant donné l'origine de l'arazá comme un fruit exotique propre de la région amazonienne; le nouveau marché qui a ouvert la mondialisation des fruits et légumes exotiques, reconnu comme *novel food* dans l'union européenne par son origine et des enquêtes sur les bienfaits de ces produits d'après

Devalaraja, Jain, et Yadav, (2011) à l'union européenne, selon Hermann, (2009, p. 2) les changements démographiques, le vieillissement et les populations immigrées, ont conduit à une demande pour produits nouveaux, sains et fonctionnels, alors que la nourriture ethnique.

Le désir de diversification alimentaire et le malaise des consommateurs sur les méthodes de production industrielle ainsi que le rejet de sources alimentaires génétiquement modifiées, motive davantage la recherche de nouveaux ingrédients à partir de sources qui sont perçues comme moins « artificiel ». En outre, la concurrence des entreprises du marché alimentaire pour se différencier, ajoutant valeur avec nouveaux ingrédients et saveurs. Nombreux espèces alimentaires traditionnelles des pays en développement répondent aux besoins changeants des marchés des pays développés, entre les attributs de ces aliments comprennent notamment la valeur nutritive (des teneurs élevées en vitamines ou nutriments fonctionnels, l'absence d'allergènes connus comme le gluten, etc.), ses caractéristiques respectueuses de l'environnement, écologiquement durable et des systèmes de production éthique (souvent certifiées « organique » ou des produits du commerce équitable).

### **État de l'art**

Après avoir fait une révision des précédents des recherches sur l'exportation de l'arazá d'Amérique latin vers l'Europe, on trouve qu'au niveau local, selon Cala et Alarcón (2006) dans sa mémoire de licence; malgré la biodiversité colombienne de produits comme l'arazá, il manque d'information sur la demande de ce produit et les conditions légales pour l'exporté. Cependant, ils ont conclu que la confiture d'arazá est une affaire profitable au marché hollandais car son haute valeur nutritionnelle même qu'il peut être supporté par l'organisation du Commerce juste en Europe.

D'ailleurs, au niveau international, étant donné la méconnaissance de l'arazá en Porto Rico et internationalement, Escobedo (2012) a fait une investigation sur les opportunités commerciales de la pulpe d'arazá. Elle a trouvé que la commercialisation de l'arazá est limitée aux régions qu'il appartient; la Colombie est le deuxième plus grande producteur et exploitant de l'arazá; les marchés internationaux à l'intérêt en produits qui bénéficie la santé, de l'engagement social et environnemental, ainsi que les entreprises ont déclaré leur intérêt sur l'arazá; de même, Montes (2015) dans sa mémoire de maîtrise propose l'arazá comme un produit viable par la diversification de l'exportation équatorienne dans un marché de produits non-traditionnel à partir son analyse économique et financier de sorte que la économie équatorienne ne se supporte pas en l'exploitation pétrolière.

Dans la révision de la littérature, on trouve que selon Van Cauwenberghe et al. (2010) dans article de revue, ils ont fait une approximation afin d'analyser l'efficacité des interventions politique en Europe pour améliorer les habitudes alimentaires des enfants et adolescents combattant l'obésité. Ils ont trouvé que l'intervention des parents et des écoles est important pour que les programmes soient efficaces, de même, Devalaraja, Jain, et Yadav, (2011) ont conclu que les fruits exotiques deviennent une alternative pour faire face à des maladies telles que le diabète, l'obésité et les syndromes métabolique, alors, ils sont antioxydants et anti-inflammatoire.

D'autre part, Guerrero et al. (2009) dans leur article d'investigation sur la nourriture traditionnelle européenne et l'innovation en tant que l'addition de nouveaux ingrédients, combinaison de produits, préparation et origine est plus accepté par des gens qui habitent en régions urbaines et par les femmes d'Europe.

En revanche, Hermmann (2009) dans son article de revue agit l'accès des produits exotiques, traditionnelles des pays en développement dans le marché de l'Union Européenne par la régulation des « novel foods » nom des produits qui n'ont pas une consommation importante

en Europe avant 1997 que malgré les modifications fait elle est une règle exigeante pour les pays en développement qui limite l'exportation de nouveaux produits en Europe.

## **CHAPITRE 3**

### **Conception de la recherche**

#### **Introduction au chapitre**

En ce chapitre on parlera du type de étude développé dans ce projet, la méthode d'investigation, les participants direct et secondaires en ordre hiérarchique, le contexte, les instruments de collecte de données utilisé en ce première étape d'investigation et les qu'on proposera comme possibles instruments de collecte de données afin de le continue.

#### **Type d'étude**

Ce Project est une étude exploratoire parce qu'il faire une approximation au problématique et programme de la Commission pour proposer l'arazá comme une possible réponse à la problématique des mauvaises habitudes alimentaires des enfants de la Communauté européenne, tenant compte les études antérieures sur l'exportation de l'arazá exploitant sa haute valeur nutritionnelle. Cependant, l'arazá n'a pas été introduit aux marchés internationaux car il est inconnu par la Communauté européenne et selon Devalaraja, Jain, Yadav, (2011) il reste à approfondir sur l'étude des fruits exotiques par la communauté scientifique.

#### **Contexte**

Des écoles des pays qui appartiennent à l'Union Européenne qui développent stratégies éducatives et de sensibilisation liée au programme de la Commission européenne en faveur de la consommation des fruits aux écoles.

## **Participants**

Les participants de l'étude en première lieu sont les enfants des écoles appartiennent à la Communauté européenne, tenant en compte que l'âge des enfants est limité de 6 à 12 ans. Tenant compte les conclusions de Van Cauwenberghe et al. (2010) sur l'efficace des interventions politiques en Europe, les participants secondaires en ordre hiérarchique sont les parents, les écoles et La Commission européenne avec son programme en faveur de la consommation de fruits à l'école.

## **Instruments de collecte de données**

Tout d'abord on a fait une révision des précédents à partir de mémoires de licences, mémoire de maîtrise et articles de revue à niveau local et international autour de l'exportation de l'arazá d'Amérique latine à Europe.

Deuxièmement, on fait une révision de la littérature à partir des articles de revue en différents bases de données scientifique en tant que la problématique alimentaire des enfants en la Communauté européenne et ses stratégies pour le combattre, investigations liée aux fruits exotiques, bienfaits et régulations existantes.

Troisièmement, on proposera une investigation quantitative qui donne l'évidence statistique des enfants avec maladies liées aux habitudes alimentaires saines aux écoles de la Communauté européenne, liée au programme de La Commission européenne en faveur de la consommation des fruits à l'école afin de supporté la problématique.

## **CHAPITRE 4**

### **Conclusions**

#### **Introduction au chapitre**

Ce chapitre fera une comparaison entre le présent travail et les études précédents autour de ce sujet afin de établir l'apport du projet au sujet de profiter au programme de La Commission européenne en faveur de la consommation des fruits à l'école. D'ailleurs, on parlera des limites d'étude qu'on a trouvé pendant le développement du travail de recherche. Finalement, on conclut avec les projections de recherche à partir des limites d'étude.

#### **Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes**

Tenant compte la révision des projets précédents, ce projet est complémentaire en tant que propose une stratégie publicitaire qui est la faiblesse au moment de mettre en pratique les projets que propose la commercialisation et l'exportation de l'arazá comme les auteurs Cala et Alarcón (2006), Escobedo (2012) et Montes (2015) ont dit qu'ils reconnaissent le potentiel de l'arazá, sa valeur commerciale et ses bienfaits. Cependant, ils trouvent une méconnaissance de sa valeur commerciale aux marchés internationaux qu'on peut profiter pour faire une stratégie publicitaire, ainsi que ses bienfaits pour la santé grâce à sa valeur nutritionnelle. D'ailleurs, l'arazá est un produit qui enrichira le régime des européens satisfaisant leur besoin de diversification alimentaire de produits (Hermann, 2009, p. 2).

#### **Importance du travail de recherche**

L'importance de ce travail est la présentation des qualités de l'arazá comme une nouvelle alternative à l'alimentation des enfants dans les écoles de la Communauté européenne; l'ouverture



du marché aux fruits exotiques permettra que principalement des enfants et aussi des adultes aient accès à la riche variété de fruits qui fournit la jungle amazonienne, il serait également apporter un soutien à des réseaux de Commerce juste en Amérique latine avec des campagnes publicitaires de l'arazá. D'ailleurs, cet ouvert des marché aux fruits exotique, nous donnera l'opportunité de diversifier notre économie d'exportation vers une économie industrialisée avec produits transformés, en ce cas: pulpe, confiture, bombons, sauce ou vin d'arazá;

### **Limites de l'étude**

Tout d'abord, le principal limite de cette étude est le temps afin d'approfondir dans la révision de la littérature, les stratégies proposent par des pays de la Communauté européenne liées au programme de La Commission européenne pour améliorer les habitudes alimentaires des enfants. D'ailleurs, dans la révision de la littérature, selon Acevedo et Arenas (2015) dans leur article de revue, ils ont dit qu'étant donné que l'arazá est un fruit délicat à pousser et transporter, la culture de l'arazá s'est réduit en Colombie ; ce pourquoi des auteurs recommandent le transporter après le traite en tant que confiture, pulpe, bombons, sauce et vin.

### **Projections de la recherche**

La projection de cette recherche est d'être la base pour projets de recherche dans l'avenir sur le potentiel commercial de l'arazá comme produit d'exportation ainsi qu'il pourrait stimuler la production et exploitation de l'arazá en Colombie.

### Références

- Acevedo, E. M. C., & Arenas, C. J. (2015). CARACTERIZACIÓN FÍSICA Y QUÍMICA DEL FRUTO DE ARAZÁ (*Eugenia stipitata* Mc Vaugh). *Ingenierías & Amazonia*, 6(2). Consulté à: <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/ingenierias-y-amazonia/article/view/329>
- Cala, G., Alarcón, F. (2006) Plan de negocios exportador de mermelada de arazá al mercado Holandés. Universidad La Salle: Facultad de administración de empresas: Bogotá, Colombia Consulté à: <http://hdl.handle.net/10185/3115>
- Comisión Europea (2015) Agricultura y desarrollo rural: Plan de consumo de fruta en las escuelas. Consulté à [http://ec.europa.eu/agriculture/sfs/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/sfs/index_es.htm)
- Devalaraja, S., Jain, S., & Yadav, H. (2011). Exotic fruits as therapeutic complements for diabetes, obesity and metabolic syndrome. *Food Research International*, 44(7), 1856-1865. Consulté à <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0963996911002250>
- Escobedo, A. (2012). Sondeo rápido de mercado: Pulpa de frutas (1er. ed.). Turrialba, Costa Rica: (Informe técnico) Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Consulté à <http://www.sidalc.net/repdoc/A9524e/A9524e.pdf>
- European Food Information Council (2012) Consommation de fruits et de légumes en Europe - Les Européens en mangent-ils assez? Consulté à <http://www.eufic.org/article/fr/expid/Consommation-fruits-legumes-Europe/>
- Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S., ... & Scalvedi, M. L. (2009). Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite*, 52(2), 345- 354. Consulté à <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666308006065>
- Hermann, M. (2009). The impact of the European Novel Food Regulation on trade and food innovation based on traditional plant foods from developing countries. *Food policy*, 34(6), 499-507. Consulté à <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306919209001079>

- Hernández, M. S., Barrera, J. A., & Carrillo, M. (2004). Arazá: Origen y fisiología de conservación. Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas – SINCHI. Consulté à <http://www.sinchi.org.co/index.php/centro-de-informacion-y-divulgacion/publicaciones/item/4-araza> Instituto Sinchi (2008). Colombia :Frutas de la amazonia. (1er Ed.) Colombia: Alen Impresores. Consulté à <http://www.sinchi.org.co/index.php/centro-de-informacion-y-divulgacion/publicaciones/item/15-colombia-frutas-de-la-amazonia>
- Lee, N., Broderick, A. J., & Chamberlain, L. (2007). What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research. *International Journal of Psychophysiology*, 63(2), 199-204. Consulté à <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167876006001073>
- Lobstein, T., & Baur, L. (2005). Policies to prevent childhood obesity in the European Union. *The European Journal of Public Health*, 15(6), 576-579. Consulté à <http://eurpub.oxfordjournals.org/content/15/6/576>
- Montes Nájera, G. M. (2015). Análisis económico - financiero de las exportaciones de pulpa d'arazá. Universidad de Guayaquil: Facultad de ciencias económicas maestría en tributación y finanza. Guayaquil: Ecuador Consulté à: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8334>
- Van Cauwenberghe, E., Maes, L., Spittaels, H., van Lenthe, F. J., Brug, J., Oppert, J. M., & De Bourdeaudhuij, I. (2010). Effectiveness of school-based interventions in Europe to promote healthy nutrition in children and adolescents: systematic review of published and 'grey' literature. *British journal of nutrition*, 103(06), 781-797. Consulté à <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=7358784&fileId=s0007114509993370>

## Annexes

### Anexe 1

Tabla 1. Valeur nutritionnelle de l'arazá SINCHI (2008, p. 14)

#### Valor nutricional *Nutritional Value*

Nutriente (Nutrient)	Unidad (Unit)	Valor (Value)	%Vd/100g Fruto (%Dv/100g Fruit)*
Energía / Calorías (Energy / Calories)	kcal	34.86	1.7%
Grasa Total (Total Fat)	g	1.08	1.7%
Sodio Max. (Max. Sodium)	mg	4.80	0.2%
Carbohidratos (Carbohydrates)	g	5.53	1.8%
Fibra Cruda (Fiber)	g	0.92	3.7%
Proteínas (Proteins)	g	1.04	2.1%
Calcio (Calcium)	mg	0.75	0.1%
Hierro (Iron)	mg	0.14	0.8%
Magnesio (Magnesium)	mg	2.35	0.6%
Zinc (Zinc)	mg	0.07	0.5%
Cobre (Copper)	mg	0.06	3.1%
Potasio (Potassium)	mg	37.42	1.1%
Manganeso (Manganese)	mg	0.00	0.0%
Acido Ascórbico / Vit C (Ascorbic Acid / Vit C)	mg	NE	NE

\*Valor diario aportado por cada 100 gramos de fruta

*\*Daily value provided for each 100 grams of fruit*

NE: no especificado (*not specified*)