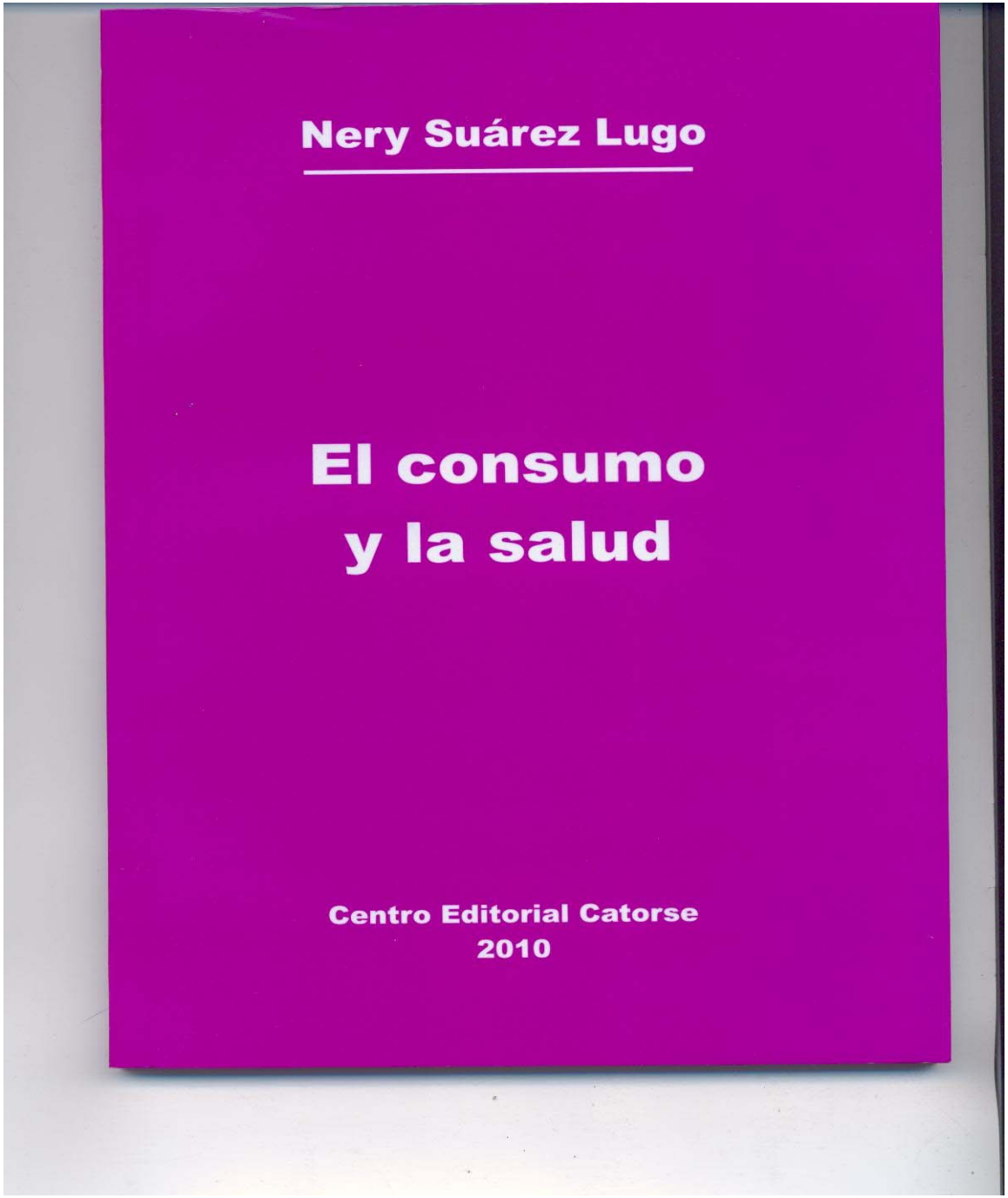
EL CONSUMO Y LA SALUD.

Autora: Dra. C. Nery Suárez Lugo
Editorial CATORSE, Cali, Colombia. 2010
ISBN 978-958-8404-09-7


Nery Suárez Lugo
El consumo
y la salud
Centro Editorial Catorse
2010

Contenido

- *A modo de presentación.*
  - *Dr. C. Eugenio R. Balari*
- *XII capítulos.*
- *Lecciones aprendidas.*
- *Bibliografía. Libros, revistas y páginas web consultadas.*
- *Datos de la autora.*

CAPÍTULO I:
EL CONSUMO EN TEORÍA.

- El concepto y su historia.
- El desarrollo o la distorsión del consumo.
- La racionalidad en el consumo.
- Fábrica de necesidades.
- Panorama actual de Latinoamérica y Cuba.
- Sociedad de consumo.

CAPÍTULO II:
CONSUMO Y DESARROLLO HUMANO.

- Lo económico y lo social.
- Satisfacción de necesidades, vida cotidiana y desarrollo.
- El consumo y sus vínculos con el desarrollo humano.
- Desarrollo Humano y Determinantes Sociales de la Salud.
- Un enfoque holístico.
- Promoción de la salud y determinantes sociales.
- Pobreza, salud y desarrollo sostenible. ¿A cuál apostar?
- Género, salud y desarrollo humano.
- La globalización del transporte y de la enfermedad.

CAPÍTULO III:
LA SALUD COMO RESULTADO DEL CONSUMO.

- Políticas y prácticas sanitarias.
- La protección a los riesgos.
- Disponibilidad, información y oportunidades para consumir. El dilema del ingreso.
- Consecuencias de los actos de consumo.
- Los alimentos: hábitos de consumo, seguridad y valor nutricional.
- Lactancia materna y los mal llamados sucedáneos.
- La ciencia, la incertidumbre y la desconfianza en el consumidor.
- La industria y su conciliación con la ciencia.
- Alimentos genéticamente modificados y nanoalimentos: más temores para los consumidores.

CAPÍTULO IV:
LA MODA, EL CONSUMO Y LA SALUD.

- La moda y la salud.
- Los patrones de belleza y la salud.
- La moda de las nuevas tecnologías.
- Otra moda y sus riesgos: equipos MP3.
- Telefonía celular: utilidad y riesgos.
- Las mochilas escolares: niños en peligro.

CAPÍTULO V:
CONSUMO Y CALIDAD DE VIDA.

- Tendencias, perspectivas y dimensiones de la calidad de vida.
- Calidad de vida y satisfacción de necesidades.
- Consumo responsable.
- Consumo sustentable.
- Cultura y calidad de vida.

CAPÍTULO VI:
ESTILOS DE VIDA Y HÁBITOS DE CONSUMO.

- El concepto.
- Factores de riesgo y comportamientos en salud.
- Lo individual y lo social.
- Educación y barreras.
- El consumo irracional: causas y consecuencias.

CAPITULO VII:
EL CONSUMIDOR.

- Factores sociales y comportamiento del consumidor.
- La cultura y el consumidor.
- Psicología del consumidor.
- Percepción de riesgos y comportamiento del consumidor.

CAPITULO VIII:
CONSUMO DE MEDICAMENTOS.

- Los medicamentos y su empleo.
- Uso racional de medicamentos.
- Criterios éticos para la promoción de medicamentos.
- Estrategia de mercadotecnia para el uso racional de medicamentos.
- Salud Pública y la industria farmacéutica: paradojas y controversias.

CAPITULO IX:
CONSUMO DE TABACO.

- Como se inició el consumo de tabaco.
- Un consumo nocivo a la salud.
- Por qué se mantiene el consumo de tabaco.
- Por qué se comienza a consumir cigarrillos.
- La publicidad y su responsabilidad en el consumo de tabaco.
- Las consecuencias.

CAPITULO X:
CONSUMO DE ALCOHOL

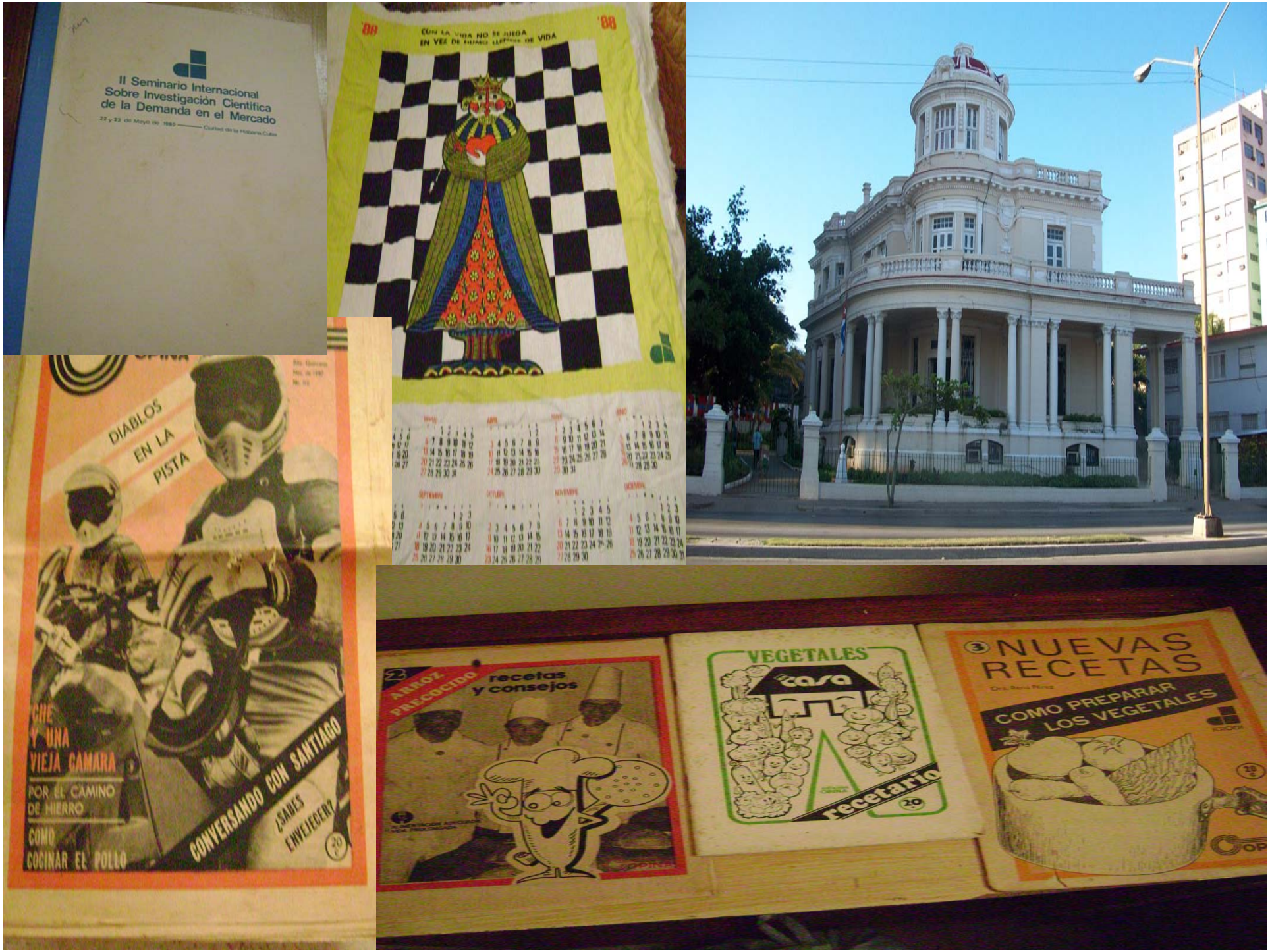
- La historia.
- Consumo de alcohol y sus efectos en la salud pública.
- Consumo de alcohol y efectos en la sociedad.
- Responsabilidades compartidas.

CAPITULO XI:
EDUCACIÓN Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

- Derechos de los consumidores.
- El consumo de información.
- Educación al consumidor.
- Publicidad encubierta.
- Gestión ética en la calidad total. Esperanza para los consumidores.
- Promoción de salud, participación social y protección al consumidor.

CAPITULO XII:
MERCADOTECNIA HERRAMIENTA PARA UN CONSUMO SALUDABLE.

- Cambio de paradigmas.
- Superar a la competencia.
- Herramientas para conciliar el consumo y la salud.
- Éxito y fracaso en los cambios de comportamiento.
- Estrategias de mercadotecnia social.
- Ciencia y arte en la toma de decisiones.
- Investigar el mercado.
- Los resultados.


II Seminario Internacional
Sobre Investigación Científica
de la Demanda en el Mercado
'88
'88
DIABLOS
EN LA
PISTA
CHE
Y UNA
VIEJA CAMARA
POR EL CAMINO
DE HIERRO
COMO
COCINAR EL POLLO
CONVERSANDO CON SANTIAGO
¿SABES
ENVEJECER?
AREOZ
PRECOCIDO
recetas
y consejos
VEGETALES
casa
recetario
NUEVAS
RECETAS
COMO PREPARAR
LOS VEGETALES

Revista Cubana de Salud Pública. 2010; 36(4)

DEBATE

La salud como resultado del consumo

Consumption-derived health

Nery Suárez Lugo

RESUMEN

Se analizan diversos aspectos que ponen de manifiesto la relación que existe entre el consumo y la salud. Se valoran elementos referentes a la pobreza y la importancia que tiene para la salud pública dada la conexión que existe entre el ingreso individual y familiar y las posibilidades de consumir. Se ejemplifica la responsabilidad del Estado y de las autoridades sanitarias en la oferta de productos seguros y se pone de manifiesto la importancia de la corresponsabilidad entre productor, proveedor y consumidor, que generalmente permite obtener mejores resultados en este asunto. Se destaca el papel de la información y la educación en la toma de conciencia de los consumidores para que ejerzan su función desde la sociedad civil. Se hace énfasis en las consecuencias de los actos de consumo así como su impacto en el bienestar físico, psíquico y social y en la salud pública, lo que expresa la necesidad de políticas que favorezcan la prevención y la promoción de la salud. El desarrollo tecnológico, sobre todo en la esfera de los alimentos procesados, crea incertidumbre y desconfianza en el consumidor, pero la industria se concilia con estos avances y hace un llamado para que las políticas sanitarias logren una adecuada relación entre el consumo y la salud.

Palabras clave: Consumo, salud.

Nery Suárez Lugo

Licenciada en Psicología (1971), Doctora en Ciencias Económicas por la Universidad de La Habana (1987). Profesora e Investigadora Titular, Profesora Consultante y Segundo Jefe de la Cátedra de Dirección en Sistemas y Servicios en Salud de la Escuela Nacional de Salud Pública. Profesora de Mercadotecnia, Dirección en Salud y Metodología de la Investigación de las Maestrías de Salud Pública, Atención Primaria de Salud, Promoción de Salud y de Economía de la Salud de la Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba y otras universidades de América Latina.

Experiencia en investigaciones psicosociales y económicas, en particular en la esfera de la salud pública. Asesora y Tutora de numerosas tesis de aspirantes cubanos y de otros países para optar por el grado de Maestro en Salud Pública y doctor en Ciencias de la Salud. Miembro del Comité Técnico Asesor del Programa Nacional de Salud y Calidad de Vida y Programa para la Prevención y Control del Tabaquismo del Ministerio de Salud Pública. Miembro del Grupo de Expertos en Adicciones de la Comisión de Salud de la Asamblea Nacional del Poder Popular. Miembro Sociedad de Psicólogos de Cuba y de la Sociedad Cubana de Salud Pública. Miembro de Honor Sociedad Cubana de Higiene y Epidemiología.

Autora de diversas publicaciones en revistas científicas nacionales e internacionales y de los libros Marketing y Salud: Una perspectiva teórico-práctica y Enfoque social de la mercadotecnia sanitaria. Miembro del Comité Editorial de la Revista Cubana de Salud Pública y Horizontes Sanitarios de México. Miembro del Consejo Científico, del Comité Doctoral de la Escuela Nacional de Salud Pública y Vicepresidenta del Tribunal Permanente en Ciencias de la Salud. Participante en más de 100 eventos nacionales e internacionales. Consultora temporal de la *American Cancer Society*, Unión Internacional contra el Cáncer y la Oficina Sanitaria Panamericana de la Organización Mundial de la Salud en América Latina y el Caribe en prevención y control del tabaquismo.

Ex vicepresidenta del Comité Latinoamericano Coordinador para el Control del Tabaquismo, y de la Asociación de Mujeres de América Latina para el Control del Tabaquismo. Miembro representante por Cuba de *International Woman Against Tobacco* y Secretaria General de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud.

ISBN 978-958-8404-09-7

9 789588 404097

CATORSE SCS
CAMILO TORRES SERNA Y CÍA S. EN C.S.
catorse@yahoo.com
www.catorse-scs.com

Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud
RIMS

Muchas gracias !!!