

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN HUMANA**



**TESIS**

**PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y  
EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN  
JAUJA, 2022**

**Para optar el título profesional de licenciado en nutrición humana**

**Autores:**

**Bach. Morales Miguel Diana Carolina**

**Bach. Tiza Rojas Jonatan Abner**

**Asesor: Ruiz Espinoza Johan Edgar**

**Líneas de investigación institucional: Salud y gestión de la salud**

**Fecha de inicio y culminación de la Investigación: julio 2022– junio 2023**

**HUANCAYO – PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres por su apoyo incondicional por ser nuestra inspiración para cumplir con nuestros objetivos.

Diana Morales y Abner Tiza

## **AGRADECIMIENTOS**

Un agradecimiento especial al director y a los niños de la IE N°30487 Divino Maestro, por el apoyo para la realización de la tesis.

A todos los Docentes de la Escuela Profesional de Nutrición Humana de la Universidad Peruana Los Andes, por sus enseñanzas impartidas, con mucha paciencia y dedicación.

A nuestro asesor Johan Ruiz Espinoza, por la ayuda brindada en todo momento.

# CONSTANCIA

## DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud, hace constar por la presente, que el Informe Final de Tesis titulado:

**PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA,  
2022**

Cuyo autor (es) : **MORALES MIGUEL DIANA CAROLINA  
TIZA ROJAS JONATAN ABNER**  
Facultad : **CIENCIAS DE LA SALUD**  
Escuela Profesional : **NUTRICION HUMANA**  
Asesor (a) : **MG. RUIZ ESPINOZA JOHAN EDGAR**

Que fue presentado con fecha: 28/06/2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 10/07/2023; con la siguiente configuración del software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía
- Excluye citas
- Excluye cadenas menores a 20 palabras
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de 25%.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el Artículo N° 11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el 30%. Se declara, que el trabajo de investigación: si contiene un porcentaje aceptable de similitud.

Observaciones: Se analizó con el software una sola vez

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 24 de julio de 2023

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
Facultad de Ciencias de la Salud



Ph.D. EDITH ANCCO GOMEZ  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA N° 259 – DUI – FCS – UPLA/2023

c.c.: Archivo  
EAG/vjchp

## INTRODUCCIÓN

La obesidad infantil se encuentra entre los principales problemas de salud que se han presentado en los últimos veinte años, por las consecuencias que puede traer no solo en esta etapa de la vida, sino que también repercute en la salud de la adultez; se considera que en su etiología se encuentran determinantes como la elevada ingesta de carbohidratos y grasas, además de una disminución muy marcada de la actividad física, hecho que se agravo a partir de la aparición de la pandemia y el confinamiento del año 2020 y parte del 2021; sin embargo, existe un factor muy poco estudiado que es el relacionado a la publicidad de alimentos, que a partir de diversas estrategias de marketing en diferentes medios, influyen de forma subliminal en el consumo de alimentos altos en calorías en los niños y jóvenes y esto puede ocasionar una ganancia de peso que a la larga lleve a sobrepeso y obesidad. El objetivo de la tesis fue determinar la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. La metodología del trabajo se realizó con el uso del método científico, hipotético deductivo, en el nivel correlacional, de tipo básica, transversal, con un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 134 estudiantes de la Institución Educativa 30487, Divino Maestro de la provincia de Jauja, departamento de Junín. La técnica de recolección de datos fue la encuesta con un cuestionario sobre publicidad de alimentos, que fue validado por juicio de expertos y con pruebas de confiabilidad; para el exceso de peso se realizó la técnica de la antropometría; se procesaron los datos en el SPSS-v.26 con el diseño de tablas y figuras. La tesis ha sido estructurada por capítulos empezando con el planteamiento del problema, seguido del marco teórico, las hipótesis, los aspectos metodológicos, la administración del plan y las referencias bibliográficas.

## CONTENIDO

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Constancia turnitin	04
Introducción	05
Contenido	07
Contenido de tablas	07
Contenido de figuras	08
Resumen	09
Abstract	10
<b>I. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	11
1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.2. Delimitación del problema	16
1.3. Formulación del problema	17
1.3.1. Problema general	17
1.3.2. Problemas específicos	17
1.4. Justificación	18
1.4.1 Social	18
1.4.2 Teórica	18
1.4.3 Metodológica	19
1.5. Objetivos	19
1.5.1 Objetivo general	19
1.5.2 Objetivos específicos	19
<b>II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	20
2.1. Antecedentes nacionales e internacionales	20
2.2. Bases Teóricas o Científicas	26
2.3. Marco Conceptual	32
<b>III. CAPÍTULO III: HIPÓTESIS</b>	33
3.1. Hipótesis General	33
3.2. Variables	34
<b>IV. CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA</b>	35
4.1. Método de Investigación	35
4.2. Tipo de Investigación	35
4.3. Nivel de Investigación	35
4.4. Diseño de la Investigación	35
4.5. Población y muestra	36
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	37
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	39
4.8. Aspectos éticos de la Investigación	39
<b>V. CAPÍTULO V: RESULTADOS</b>	40
5.1 Descripción de resultados	40
5.2 Contrastación de hipótesis	49

<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	52
<b>CONCLUSIONES</b>	56
<b>RECOMENDACIONES</b>	57
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	59
<b>ANEXOS:</b>	63
Matriz de consistencia	66
Matriz de operacionalización de variables	68
Instrumento de investigación y constancia de su aplicación	69
Validación por juicio de expertos	71
Prueba de confiabilidad	75
Consentimiento informado	76
Data de procesamiento de datos	77
Fotos de la aplicación del instrumento.	90

### **Contenido de tablas**

Tabla 1: Distribución según sexo de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	40
Tabla 2: Distribución según edad de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	41
Tabla 3: Distribución según grado de estudio de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja.	41
Tabla 4: Índice de masa corporal de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	42
Tabla 5: Publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	43
Tabla 6: Prevalencia de exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	44
Tabla 7: Número de horas promedio diario de ver televisión, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	45
Tabla 8: Canal de televisión que ven con mayor frecuencia, los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	45
Tabla 9: Tipo de Programa de televisión que ven con mayor frecuencia, los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	46
Tabla 10: Tipo de publicidad televisiva que llama más la atención, de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.	46

Tabla 11: Horas promedio al día en internet que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 47

Tabla 12: Horas promedio al día en Facebook que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 47

Tabla 13: Horas promedio al día en YouTube que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 48

Tabla 14: Prueba de correlación entre exceso de peso y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 49

Tabla 15: Prueba de correlación entre sobrepeso y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 50

Tabla 16: Prueba de correlación entre obesidad y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 51

### **Contenido de figuras**

Figura 1: Distribución según sexo de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 40

Figura 2: Índice de masa corporal de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 42

Figura 3: Publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 43

Figura 4: Prevalencia de exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. 43



## Resumen

El exceso de peso se constituye en un problema creciente en nuestra sociedad y en todo el mundo; en la actualidad existen muchas investigaciones que abarcan los diferentes aspectos relacionados a su etiología; sin embargo, en Huancayo, no contamos con información que pueda explicar el rol que juega la publicidad en el origen de este problema. El objetivo de la tesis es determinar la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022. La metodología del trabajo se realizó con el uso del método científico, hipotético deductivo, en el nivel correlacional, de tipo básica, transversal, con un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 134 estudiantes de la Institución Educativa 30487, Divino Maestro de la provincia de Jauja, departamento de Junin. La técnica de recolección de datos fue la encuesta con un cuestionario sobre publicidad de alimentos, que fue validado por juicio de expertos y con pruebas de confiabilidad; para el exceso de peso se realizó la técnica de la antropometría; se procesaron los datos en el SPSS-v.26. Los resultados encontrados demuestran que, de los 134 escolares encuestados, no existen diferencias porcentuales significativas, ya que el 50,7% son del sexo masculino y el 49,3% del femenino. el mayor porcentaje están en la categoría de normal con 67,9%; en sobrepeso existe el 21,6%; con obesidad el 9,7% y el menor porcentaje hay un escolar delgado, que representa el 0,7%. Con relación a la publicidad de alimentos no saludables, el 21,6% alcanzó un nivel bajo, el 54,6% un nivel medio y el 23,9% un nivel alto. La prevalencia del exceso de peso es de 31,3%. Se concluye que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso. Se encontró relación de la publicidad con la obesidad, pero no con el sobrepeso. Es necesario crear entornos saludables para los escolares respecto a su alimentación.

**Palabras clave:** Exceso de peso, obesidad, sobrepeso, publicidad de alimentos.

## Abstract

Excess weight is a growing problem in our society and around the world; currently there are many investigations that cover the different aspects related to its etiology; however, in Huancayo, we do not have information that can explain the role that advertising plays in the origin of this problem. The objective of the thesis is to determine the relationship between excess weight and advertising of unhealthy foods in schoolchildren between 8 and 12 years of age from the Educational Institution 30487 Divino Maestro in the province of Jauja, in the year 2022. The methodology of the work was carried out with the use of the scientific method, hypothetical deductive, at the correlational level, basic, cross-sectional, with a non-experimental design. The sample consisted of 134 students from the Educational Institution 30487, Divino Maestro in the province of Jauja, department of Junin. The data collection technique was a survey with a questionnaire on food advertising, which was validated by expert judgment and reliability tests; for overweight, the anthropometric technique was used; the data were processed in SPSS-v.26. The results found show that of the 134 schoolchildren surveyed, there are no significant percentage differences, since 50.7% are male and 49.3% are female. The highest percentage are in the normal category with 67.9%; 21.6% are overweight; 9.7% are obese and the lowest percentage is one thin schoolchild, which represents 0.7%. Regarding advertising of unhealthy foods, 21.6% reached a low level, 54.6% a medium level and 23.9% a high level. The prevalence of excess weight is 31.3%. It is concluded that as exposure to advertising of unhealthy foods increases, the risk of excess weight increases. A relationship was found between advertising and obesity, but not with overweight. It is necessary to create healthy environments for schoolchildren with respect to their diet.

**Key words:** Excess weight, obesity, overweight, food advertising.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción del Problema**

Los estudios realizados anualmente por ENDES (Encuesta demográfica de Salud Familiar) consideran que una persona presenta exceso de peso, cuando su índice de masa corporal se encuentra en los valores de sobrepeso u obesidad (1); según la última información del año 2021, en el Perú el 62,7% presenta este problema (2), que en esencia ocurre cuando una persona mantiene una ingesta energética mayor a la que gasta diariamente. El sobrepeso y la obesidad son problemas de salud pública mundial que va en aumento. Los pacientes con obesidad corren un gran riesgo de desarrollar una serie de enfermedades comórbidas, como enfermedades cardiovasculares (ECV), trastornos gastrointestinales, diabetes de tipo 2 (T2D) trastornos articulares y musculares, problemas respiratorios y problemas psicológicos, que pueden afectar significativamente la vida cotidiana, además de aumentar el riesgo de mortalidad. Las afecciones asociadas a la obesidad son múltiples; sin embargo, incluso una baja disminución de peso puede permitir a los pacientes reducir el riesgo de ECV, diabetes, apnea obstructiva del sueño e hipertensión arterial, entre otras muchas comorbilidades. Una reducción relativamente pequeña y sencilla de peso, por ejemplo, de alrededor del 5%, puede mejorar los resultados del paciente resultados de los pacientes y puede actuar como catalizador para un mayor cambio, con una pérdida de peso sostenible lograda a través de una serie de pasos de pérdida de peso incrementales (3).

La obesidad es una verdadera epidemia y un problema de salud pública, definida por The Obesity Society como una enfermedad, y no sólo eso, sino que viene a ser la base de las principales enfermedades crónicas, y una condición debilitante grave por derecho propio. La obesidad es una patología multifactorial que puede estar relacionada con un comportamiento nutricional alterado por enfermedades genéticas, hipotalámicas, iatrogénicas o endocrinas. En la base de la obesidad está la adiposopatía definida como alteraciones anatómicas/funcionales patológicas del tejido adiposo anatómicos/funcionales del tejido adiposo promovidos por el equilibrio calórico positivo en individuos genética y ambientalmente susceptibles que dan lugar a respuestas endocrinas e inmunitarias adversas que pueden causar o empeorar la enfermedad metabólica. La adiposopatía se sustenta en la hipertrofia de los adipocitos, adiposidad visceral y deposición /o ectópica de grasa y secreción de hormonas, como la leptina, y de proteínas proinflamatorias, como la plétora de citoquinas, que a su vez pueden provocar enfermedades metabólicas. Por lo tanto, podemos clasificar la obesidad como una enfermedad primaria ya que la adiposopatía determina la desregulación de las vías metabólicas. Las enfermedades metabólicas más asociadas a la obesidad primaria contribuyen a la aterosclerosis, la hipertensión, la dislipidemia, la diabetes tipo II. Puede haber respuestas inmunitarias y adiposopáticas patógenas endocrinas para el sistema cardiovascular u otros sistemas. El diagnóstico y el tratamiento de la obesidad desde la infancia o la adolescencia, tiene un papel importante ya que esta patología se asocia con un mayor riesgo de numerosas enfermedades y una menor esperanza de vida (4).

La obesidad infantil “se ha convertido en una pandemia, por lo tanto, es un problema de salud pública que es urgente abordar, reconociendo que es una enfermedad de curso crónico, que tiene como origen una cadena causal compleja, de etiología multifactorial, en la que interactúan factores individuales, genéticos, conductuales y ambientales, incluyendo estilos de vida, así como determinantes sociales y económicos”. De esta forma la obesidad infantil tiene consecuencias muy serias en la adultez, ya que del 77- 92 % de los niños y adolescentes obesos “siguen siendo obesos en la edad adulta. En la actualidad los niños registran enfermedades que eran comunes en personas adultas, tales como diabetes, hipertensión arterial, enfermedad coronaria, enfermedad vascular cerebral y dislipidemia, que los conducen a padecer

el denominado síndrome metabólico; además de diversos tipos de cáncer, como de mama, esófago, colon, endometrio y riñón, entre los más frecuentes. Los niños obesos son generalmente afectados en el ámbito psicosocial, ya que por lo general registran una percepción negativa de su silueta, baja autoestima, un nivel bajo de confianza en las capacidades físicas propias y un interés escaso para participar en actividades físicas; y pueden llegar a padecer discriminación, exclusión social y depresión” (5).

La etiología de la obesidad es multicausal, sin embargo es necesario realizar las investigaciones de forma aislada para poder determinar las causas que originan este aumento de peso en los niños y adolescentes; uno de los aspectos muy importantes que se ha ido acentuando en los últimos años es el relacionado al papel que juegan los medios de comunicación y la influencia que pueden ejercer para que la población en general y en especial la de los niños, para contribuir a una mayor ingesta de alimentos altos en azúcar, sodio y grasas y de esta forma conllevar a sobrepeso u obesidad. Por ejemplo, algunas investigaciones (6) indican que la relación entre la exposición a los medios de comunicación de pantalla y la obesidad ha sido ampliamente estudiada. Desde mediados de la década de 1980, muchos estudios epidemiológicos han revelado asociaciones entre el tiempo de pantalla y la obesidad. Por ejemplo, en un estudio de cohorte longitudinal de una muestra representativa a nivel nacional de niños estadounidenses de 10 a 15 años, se observó una fuerte relación dosis-respuesta entre el número de horas diarias que los niños veían la televisión y la prevalencia de sobrepeso, y se estimó que hasta el 60% de la incidencia de sobrepeso durante 4 años era atribuible al exceso de televisión. de sobrepeso a los cuatro años era atribuible al exceso de consumo de televisión. Estudios de cohortes a más largo plazo han revelado que un mayor número de horas de televisión durante la infancia predice el sobrepeso y la obesidad en la edad adulta. En un estudio longitudinal realizado en Nueva Zelanda, hasta el 17% de la prevalencia de sobrepeso observado a los 26 años de edad se atribuyó a ver más de 2 horas de televisión al día entre semana durante la infancia y la adolescencia. Los estudios de observación estudios observacionales también han revelado que un mayor tiempo de pantalla se asocia con factores de riesgo del sobrepeso y obesidad infantil (6).

Con relación a los niños y adolescentes se puede entender que la “alimentación es una acción compleja regulada por mecanismos fisiológicos y psicológicos siendo la publicidad uno de los componentes de esos aspectos psicológicos. La publicidad nos influye mucho como consumidores, es uno de los factores más importantes para la venta de un producto. La capacidad de persuasión de la publicidad es tan reconocida que para controlarla se han elaborado numerosas normativas, leyes gubernamentales y acuerdos de autorregulación voluntarios”. Los niños son el grupo social más sensible a los estragos de la publicidad, llegando en muchos casos a convertirse en dependientes del mercado del consumo; de ahí que en los últimos años haya ido incrementándose la preocupación y el interés sobre la relación entre publicidad-edad infantil, así como la responsabilidad que se puede derivar de la influencia que en ellos ejerce. La publicidad intenta crear y consolidar en el menor nuevos hábitos de consumo, puesto que son la mejor garantía de tener consumidores en el futuro; explotando las formas de comportamiento social de los niños y la tendencia infantil a imitar los modelos de conducta (7).

Se ha demostrado que la publicidad influye en el comportamiento y preferencia de productos en los niños y adolescentes. Los niños expresan su comportamiento de consumo a través de las peticiones que hacen a sus padres, los niños expresan su comportamiento de consumo a través de las peticiones que hacen a sus padres, y las investigaciones han demostrado que influyen en las preferencias de los padres por los productos. Así pues, la presencia del marketing y la publicidad dicta gran parte de la forma en que los países occidentales ven productos, especialmente los alimentarios. Un niño estadounidense medio está expuesto a unos cuarenta mil anuncios de alimentos y bebidas al año, el 70% de los cuales son de alimentos y bebidas al año, el 70% de los cuales son de comida rápida, cereales o dulces, todos ellos alimentos. La abrumadora cantidad de exposición a alimentos con alto contenido en grasas es alarmante debido a los efectos persuasivos que los anuncios tienen en las decisiones dietéticas de los niños. Por ejemplo, el aumento de la exposición a la publicidad en los niños se asoció con una ingesta significativamente mayor en el número de calorías consumidas y una mayor probabilidad de que los alimentos consuman reflejen el tipo de alimento comercializado. Se ha demostrado que los niños expuestos a la publicidad seleccionan los alimentos y bebidas anunciados, que suelen ser densos en energía y pobres en nutrientes. Además, las

poblaciones minoritarias y económicamente desfavorecidas corren un mayor riesgo de verse afectadas por estos anuncios publicitarios de alimentos debido a la publicidad dirigida (8).

La obesidad infantil es un problema de salud pública; los niños con sobrepeso tienen un riesgo de cuatro veces a tener sobrepeso en la adolescencia, y un riesgo significativamente mayor de obesidad en la edad adulta. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la prevalencia de la obesidad ha aumentado a un ritmo alarmante; se estima que, años atrás más de 41 millones de niños menores de cinco años en todo el mundo tenían sobrepeso u obesidad. Esta población tiene más probabilidades de sufrir enfermedades no transmisibles a edades tempranas, como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares. Si se mantienen las tendencias actuales, a fines del 2022 habrá más niños y adolescentes obesos que con bajo peso y, en 2025, la prevalencia mundial de la obesidad alcanzará el 18% en hombres y superará el 21% en mujeres. En España, la prevalencia de la obesidad infantil es del 34%, ocupando el cuarto lugar en la Unión Europea países de la Unión Europea. Los organismos sanitarios han solicitado medidas reguladoras que restrinjan la comercialización de alimentos perjudiciales para la salud de los niños, incluyendo la publicidad de productos alimenticios poco saludables en televisión. Las empresas que producen comida rápida se dirigen a los niños mediante tácticas atractivas, como los vínculos a personajes conocidos y admirados y ofreciendo regalos al comprar los productos. Además, se ha comprobado que los anuncios en los que aparece una persona consumiendo el producto tienen más influencia en la percepción de los consumidores que aquellos en los que sólo se presenta el producto. Uno de los efectos de este tipo de anuncios en los niños es la imitación y la posibilidad de imaginar y desear consumir el producto ellos mismos. La televisión es el principal medio de comunicación utilizado por las empresas para promocionar productos alimentarios poco saludables, dirigido a un público vulnerable e incapaz de comprender la intención persuasiva de la publicidad (9). A esto se debe añadir que en la actualidad el internet es el medio donde los niños y jóvenes pasan la mayor parte del tiempo, y plataformas como Facebook, y YouTube, son utilizados también con estos fines publicitarios de alimentos industrializados que provocan sobrepeso y obesidad. Los resultados de “un estudio que ha llevado a cabo Cáncer Research y la Universidad de Liverpool de Reino Unido, uno de los problemas con los que está vinculado el uso

intensivo de Internet es la obesidad infantil. La investigación se ha basado en una encuesta realizada a casi 2.500 niños de primaria con edades comprendidas entre los 7 y los 11 años”, y se concluye que los menores que pasan entre 30 minutos y tres horas en el internet presentan un 53% mayores probabilidades de desarrollar obesidad (10).

## **1.2. Delimitación del Problema**

### **1.2.1 Delimitación espacial**

Respecto a la delimitación espacial, el presente trabajo de investigación se realizó en la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el departamento de Junín, que se ubica a una altitud de 3390 m s. n. m. en el valle del Mantaro.

### **1.2.2 Delimitación temporal**

El desarrollo del proyecto de investigación se ejecutó desde el mes de julio del 2022 al mes de junio del 2023.

### **1.2.3 Delimitación teórica**

El tema del exceso de peso (sobrepeso y obesidad) estará delimitado a partir de toda la información existente sobre el tema, relacionado básicamente a sus definiciones, causas, consecuencias y fisiopatología; las mismas que serán detalladas en el marco teórico utilizando las publicaciones científicas de plataformas de internet como el de la Organización Mundial de la Salud, artículos científicos y libros de texto sobre nutrición, con información actualizada y vigente de los últimos años.



### **1.3. Formulación del Problema**

#### **1.3.1. Problema General**

¿Cuál es la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos no saludables en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es la prevalencia de exceso de peso en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?
- b) ¿Cuáles son las características del uso de medios de comunicación con mensajes sobre publicidad de alimentos, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?
- c) ¿Cuál es la relación que existe entre la obesidad y la publicidad de alimentos no saludables en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 ¿Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?
- d) ¿Cuál es la relación que existe entre el sobrepeso y la publicidad de alimentos no saludables en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 ¿Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. Justificación teórica:**

En la actualidad contamos con mucha información relacionada a los problemas que se enfocan al exceso de peso en la población adulta; la encuesta ENDES que se realiza en el Perú de forma anual, nos informa sobre la prevalencia de este problema en la población mayor de 15 años; sin embargo, no tenemos datos periódicos sobre los niños y adolescentes; otro aspecto donde no se cuenta con información es el relacionado a los factores que pueden asociarse al exceso de peso en este grupo de población, si bien es cierto hay algunas tesis de pregrado sobre variables como actividad física, alimentación y antecedentes familiares de obesidad; no se cuenta a la fecha con trabajos de investigación que relacionen el exceso de peso (sobrepeso y obesidad) con variables como la publicidad y que expliquen en qué medida, se pueden asociar estas variables. En esto radica la importancia del trabajo de investigación que se ha presentado, pues nos da información sobre las probables causas que condicionan el aumento de peso de la población infantil.

### **1.4.2. Justificación social:**

Siendo que el exceso de peso se incrementa de forma sostenida en los últimos años de forma alarmante, es necesario que las entidades decisoras en políticas de salud, cuenten con información para poder delinear las estrategias sanitarias que tengan como objetivo el disminuir el sobrepeso y la obesidad en la población y esto se vuelve de mucho interés en los niños, ya que se estima que una gran mayoría de niños obesos, mantendrá este problema en la vida adulta, incrementando los problemas de riesgo de mortalidad cardiovascular (11); por lo tanto, los resultados de este trabajo de investigación contribuye significativamente en tener un panorama más amplio sobre las repercusiones que puede conllevar las mensajes publicitarios sobre alimentos, en el incremento de exceso de peso.

### **1.4.3. Justificación metodológica:**

Este trabajo de investigación aporta a la línea de investigación con un cuestionario sobre la publicidad de alimentos a la que están expuestos los niños de 8 a 12 años ; este instrumento de recolección de datos se realizó siguiendo los procedimientos exigidos por el método científico, por lo que pasó por un juicio de expertos, para darle validez de contenido y por una prueba piloto de confiabilidad; lo que le confirió una alta precisión para medir la variable en estudio; por lo tanto, se contribuye con este cuestionario para que sea utilizado en futuras investigaciones sobre esta problemática de la sociedad.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- a) Estimar la prevalencia de exceso de peso en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.
- b) Describir las características del uso de medios de comunicación con mensajes sobre publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.
- c) Evaluar la relación que existe entre la obesidad y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.
- d) Describir la relación que existe entre el sobrepeso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes nacionales e internacionales

##### **Antecedentes nacionales.**

Huamaní N. (12), realiza una investigación titulada “Influencia de la publicidad televisiva en el consumo de alimentos no saludables en escolares de 5to de secundaria de la Institución Educativa Leoncio Prado N° 3014 distrito del Rímac- 2019”, con el objetivo de determinar la influencia de la publicidad televisiva en el consumo de alimentos no saludables en escolares. Investigación descriptiva, relacional, transeccional, encuestando a 50 escolares; los resultados indican que el 65% ven de 3 a 4 horas televisión/día. El cuanto a las propagandas el 42% de los escolares considera que hay alto contenido publicitario alimentario. Los alimentos más vistos y consumido fueron las gaseosas con 98%, los snack 94% y galletas con 92%. Se encontró asociación significativa entre los alimentos no saludables más vistos y el consumo de alimentos no saludables. Se concluye que influye la publicidad televisiva al consumo de alimentos no saludables.

Ciprian AR. (13), realiza una investigación titulada “Publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales en relación al consumo de alimentos ultraprocesados y estado nutricional en escolares, Santa Anita”, con el objetivo de determinar la relación de la publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales con el consumo de alimentos ultraprocesados y estado nutricional en

escolares, Santa Anita. “Estudio cuantitativo, no experimental, transversal y correlacional. Lugar: El estudio se realizó institución educativa pública Alfonso Ugarte N°1256, del distrito de Santa Anita, Lima 2019. Participantes: La población estuvo conformada por 90 escolares del quinto grado de primaria de 10 a 11 años. Intervenciones: Se aplicó un cuestionario validado por jueces expertos para determinar la publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales, un cuestionario para la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados y además se pesó y talló para determinar el estado nutricional mediante el uso del índice de masa corporal (IMC)”. En los resultados se encontró que “el 67% de los escolares con una exposición inadecuada a la publicidad alimentaria televisiva y redes sociales tuvo un alto consumo de alimentos ultraprocesados, los escolares que presentaron una exposición inadecuada a la publicidad alimentaria televisiva y redes sociales con relación al estado nutricional fueron un 42% normal, 19% sobrepeso y el 14% obesidad. Se concluye que se encontró relación entre la publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales con el consumo de alimentos ultraprocesados en los escolares”.

Paz KM. (14), realiza una investigación titulada “Relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una institución educativa pública – distrito de Mala”, con el objetivo de determinar la relación entre el consumo de alimentos publicitado por televisión y la prevalencia del sobrepeso y obesidad en escolares de nivel primaria. Estudio cuantitativo, descriptivo de asociación cruzada, transversal, observacional y prospectivo. Lugar: Institución Educativa Pública N° 21015 Mala, Lima Perú. Participantes: escolares de 3°, 4°, 5° y 6° año de primaria. Intervenciones: las “principales medidas de resultados indican que la asociación mediante prueba chi – cuadrado entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión y sobrepeso y la obesidad Se encontró asociación significativa entre los alimentos no saludables más vistos y el consumo de alimentos no saludables. Conclusiones: Existe relación significativa entre el consumo de alimentos publicitados y el sobrepeso y obesidad en los escolares de nivel primario de una institución educativa pública del distrito de Mala.

Vidal AK. (15), realiza una investigación titulada “Publicidad televisiva, consumo de alimentos industrializados y estado nutricional en escolares de nivel primaria de la Institución Educativa Ramiro Prialé en Independencia, Lima 2018”, con el objetivo de determinar si existe relación entre la Publicidad televisiva consumo de alimentos industrializados y estado nutricional en escolares de nivel primario. El tipo de investigación fue aplicada, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental. Se utilizó como población a escolares de nivel primario de la Institución Educativa Ramiro Prialé de Independencia, y el tamaño de la muestra calculada fue de 92. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se obtuvo a través de 1 cuestionario con 20 ítems con escala de 5 categorías. Los resultados evidencian que la mayoría de los niños ve la televisión en un promedio de 3 horas diarias (37,0%), y los programas más vistos son los dibujos animados (40,2%). Se encontró una asociación significativa entre el tiempo de exposición a publicidad televisiva y el estado nutricional, mientras que la frecuencia de consumo de alimentos industrializados presentó asociación significativa con la publicidad televisiva y el estado nutricional, excepto en el caso de los suplementos nutricionales. Se concluye que la publicidad televisiva, el consumo de alimentos industrializados y el estado nutricional están asociados de manera significativa entre los niños de etapa escolar.

Palomino E. (16), realiza una investigación titulada “Relación entre publicidad alimentaria televisiva, preferencia alimentaria y refrigerio según índice de masa corporal en preescolares en una institución educativa”, con el objetivo de determinar la relación entre la publicidad alimentaria televisiva, preferencias alimentarias y refrigerios según Índice de Masa Corporal en preescolares en una Institución Educativa. Estudio descriptivo de asociación cruzada. La muestra fue seleccionada por conveniencia, conformado por 134 preescolares de ambos sexos, de 4 y 5 años de edad. Se realizó medidas antropométricas de peso y talla; para conocer la publicidad alimentaria televisiva se encuestó a las madres de familia y/o apoderado. Los resultados son que la publicidad alimentaria televisiva, los programas juveniles fueron más sintonizados por los preescolares, donde los alimentos no saludables tuvieron una mayor frecuencia de publicidad

(59 veces al día). Sin embargo los alimentos saludables publicitados (yogurt principalmente) tuvo el mayor promedio de preferencia por los preescolares. El 81% de varones y el 79% de mujeres presento un índice de masa corporal normal, sin embargo uno de cada diez preescolares presentó sobrepeso y menos del 5%, obesidad y adelgazamiento se concluye que existe relación entre la publicidad alimentaria televisiva; refrigerios y el índice de masa corporal.

### **Antecedentes internacionales.**

Montaña M, Jiménez M, Vázquez M. (17), realizan una investigación titulada “Publicidad alimentaria y prevención de la obesidad infantil en España”; con el objetivo de correlacionar longitudinalmente la publicidad con la prevención de la obesidad infantil en España. Se utilizó un enfoque de métodos mixtos. “Se realizó un análisis de contenido y un estudio de las estrategias discursivas utilizadas como estratagema publicitaria. Los resultados se examinaron en relación con el marco normativo del Código PAOS español para la correulación de la publicidad alimentaria dirigida a niños. El estudio muestra que la publicidad española dirigida a los niños anuncia principalmente productos de muy bajo valor nutricional. Además, estas campañas violan el Código PAOS en términos del uso del lenguaje en relación con el producto, sus beneficios y la aparición de personajes populares”. Nuestros hallazgos sugieren una asociación directa entre los anuncios de alimentos de bajo valor nutricional y las estrategias discursivas basadas en las características intangibles y extrínsecas de estos productos.

Lee B, Kim H, Lee SK, Yoon J, Chung S. (18), realizan una investigación titulada “Efectos de la exposición a la publicidad televisiva de alimentos ricos en energía/ pobres en nutrientes en la ingesta de alimentos de los niños y la obesidad en Corea del Sur”, con el objetivo de determinar el efecto de la publicidad de alimentos en televisión sobre la ingesta de alimentos de los participantes y el riesgo de obesidad. Un total de 2419 niños de entre 11 y 13 años fueron seleccionados de 118 escuelas primarias de Corea del Sur. Todos los participantes completaron un cuestionario autoadministrado con preguntas sobre la altura, el peso, los tiempos de visualización de televisión, las preferencias alimentarias y la ingesta de alimentos. Para estimar la exposición

real a la publicidad de alimentos, pedimos a los participantes que especificaran las horas en las que generalmente veían la televisión. Luego recopilamos datos sobre los diversos tipos de publicidad de alimentos transmitida en cinco redes de televisión diferentes durante esos tiempos de visualización en el transcurso de los 7 meses anteriores. La cantidad de televisión vista y la exposición a la publicidad de alimentos densos en energía / pobres en nutrientes se asociaron con un mayor riesgo de tener sobrepeso u obesidad. La exposición a la publicidad televisiva de alimentos EDNP también se asoció significativamente con una mayor preferencia e ingesta de alimentos EDNP y una menor ingesta de frutas y verduras. Se concluye que la publicidad televisiva de los alimentos se asoció con un mayor riesgo de obesidad.

Castelló A, Tur V. (19), realizan una investigación titulada “Contenido relacionado con la obesidad y la alimentación dirigido a los niños en YouTube”, con el objetivo de determinar la relación entre la publicidad de las marcas de alimentos, las prácticas en YouTube y la obesidad infantil. El objetivo es analizar las características de comunicación de los contenidos de marketing de las marcas alimentarias dirigidos a los niños en YouTube. La literatura existente que confirma la relación entre la exposición a la publicidad de alimentos y el consumo real da prioridad a la televisión e ignora en gran medida el mundo digital. Cuando los niños se conectan a Internet, ver vídeos en YouTube es su actividad más habitual. Analizamos y comparamos la publicidad de las marcas alimentarias en las cadenas de televisión habituales (publicidad tradicional) con los vídeos de niños YouTubers en español. Se realiza un estudio mediante un análisis de contenido de 304 vídeos, con 12 variables agrupadas en 2 categorías: prevalencia de productos ultraprocesados vs saludables en la publicidad, y estilo de marketing. Los resultados revelan marcadas diferencias en las prácticas entre las marcas y los YouTubers infantiles. Las conclusiones destacan la ausencia de advertencias publicitarias en los contenidos dirigidos a los niños.

Russell SJ, Croker H, Viner RM. (20), realizan una investigación titulada “El efecto de la publicidad de pantalla en la ingesta dietética de los niños”, con el objetivo de estimar el efecto cuantitativo de la publicidad en pantalla en condiciones experimentales y no experimentales sobre la ingesta dietética de los



niños. Los participantes fueron niños y adolescentes de entre 2 y 18 años; la intervención fue la publicidad en pantalla publicitarias. Se descubrió que la publicidad de alimentos aumentaba la ingesta dietética entre los niños (rango de edad de 2 a 14 años, media de 8,8 años) en condiciones experimentales para la publicidad en televisión y los juegos publicitarios. Se encontró que los niños expuestos a la publicidad de alimentos en la televisión y a los juegos publicitarios consumieron respectivamente una media de 60,0 kcal y 53 kcal más que los niños expuestos a la publicidad no alimentaria. También hubo un efecto según el índice de masa corporal (IMC). Los resultados de los estudios no experimentales revelaron que la exposición a la publicidad de alimentos en televisión de alimentos en la televisión se asociaba positivamente con la ingesta dietética de los niños.

Norman J, et al. (21), realizaron una investigación titulada “Impacto sostenido de la televisión y la publicidad de alimentos en línea, en la ingesta dietética de los niños”, con el objetivo de Evaluar el impacto sostenido de la televisión y la publicidad de alimentos en línea, en la ingesta dietética de los niños. Métodos: Llevamos a cabo un estudio intra-sujeto, aleatorio, cruzado y contrabalanceado a través de cuatro campamentos de vacaciones. Los niños (7-12 años, n = 160) fueron reclutados a través de escuelas locales, redes de correo electrónico y medios sociales. Se realizaron modelos lineales mixtos para examinar las relaciones entre la exposición a la publicidad de alimentos y la ingesta alimentaria, teniendo en cuenta el sexo, la edad y el peso. Los resultados indican que los niños en la condición de medios múltiples comieron más en la merienda después de la exposición a la publicidad de alimentos en comparación con la publicidad no alimentaria; esto no se compensó en el almuerzo, lo que condujo a una ingesta diaria adicional de alimentos. La exposición a la publicidad de alimentos en múltiples medios de comunicación, en comparación con una fuente de un solo medio, aumentó el efecto sobre la ingesta de bocadillos con una diferencia de 182 kJ. La publicidad de alimentos tuvo un efecto mayor entre los niños con mayor peso en ambos grupos de medios. Se concluye que la publicidad online combinada con la publicidad televisiva ejerció una mayor influencia en el consumo de alimentos de los niños que la publicidad televisiva sola, que podría conducir acumulativamente al desarrollo del sobrepeso.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Exceso de peso**

El exceso de peso es un término que se utiliza para designar a las personas que presentan un diagnóstico de sobrepeso u obesidad, según mediciones antropométricas (1). “La identificación del exceso de peso en los adultos se hace comúnmente mediante el uso del Índice de Masa Corporal (IMC). Este es un indicador de bajo costo, fácil de usar y además tiene una buena correlación con el porcentaje de grasa corporal en población no deportista. En el caso de los niños menores de 5 años se utilizan los patrones de crecimiento de referencia de la Organización Mundial de la Salud (OMS) del año 2006, en este se clasifica el estado nutricional según el z score del peso para la talla. El exceso de peso es un factor de riesgo importante de las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) las cuales son las principales causas de muerte y discapacidad a nivel mundial. Estas enfermedades generan grandes pérdidas económicas, en especial en aquellos países con menores ingresos económicos”. Así también el exceso de peso causa alteraciones metabólicas, cardiovasculares, algunos tipos de cáncer, y problemas psicológicos en las personas que lo padecen. Las causas del exceso de peso son multifactoriales e incorporan la interrelación de factores genéticos, ambientales y conductuales. La Organización Mundial de Salud “ha clasificado alguno de estos factores de acuerdo a su capacidad de intervención en no modificables y modificables, los últimos cobran un mayor interés debido a que son susceptibles de prevención, tratamiento y control. Los factores de riesgo modificables del exceso de peso son la alimentación de baja calidad (con un bajo consumo de frutas y verduras e ingesta elevada de grasa altamente saturada, etc.), y la adopción de estilos de vida cada vez más sedentarios” (22).

### **Definición de sobrepeso y obesidad**

El sobrepeso y la obesidad ocurren cuando el exceso de acumulación de grasa aumenta el riesgo para la salud. Es el punto en el que aumenta el riesgo para la salud lo que es más importante porque, los pesos corporales y las distribuciones de grasa que conducen a la expresión de enfermedades comórbidas ocurren en diferentes umbrales dependiendo de la población. Idealmente, un sistema de clasificación de la obesidad tendría las siguientes características: se basaría en una medición práctica ampliamente disponible para los proveedores, independientemente de su entorno; predeciría con precisión el

riesgo para la salud (pronóstico); y podría usarse para asignar estados y objetivos de tratamiento. Las medidas más precisas de la grasa corporal (el componente principal del peso corporal responsable de los resultados adversos), como la resonancia magnética no son prácticas para su uso en encuentros clínicos cotidianos. Estimaciones de la grasa corporal, incluido el índice de masa corporal (IMC, calculado dividiendo el peso corporal en kilogramos por la altura en metros cuadrados, o  $\text{kg} / \text{m}^2$ ) y la circunferencia de la cintura tienen limitaciones en comparación con estos métodos de imagen, pero aun así proporcionan información relevante y se implementan fácilmente en una variedad de entornos de práctica (23)

### **Causas**

La obesidad es el resultado de un desequilibrio entre la ingesta diaria de energía y el gasto de energía que resulta en un aumento de peso excesivo, además es una enfermedad multifactorial, causada por una miríada de factores genéticos, culturales y sociales. Diversos estudios genéticos han puesto de manifiesto que la obesidad es extremadamente heredable, con numerosos genes identificados con la adiposidad y el aumento de peso. Otras causas de obesidad incluyen la reducción de la actividad física, el insomnio, los trastornos endocrinos, los medicamentos, la accesibilidad y el consumo de carbohidratos en exceso y alimentos con alto contenido de azúcar, y la disminución del metabolismo energético (24).

### **Complicaciones del sobrepeso y la obesidad**

Las comorbilidades asociadas con el sobrepeso y la obesidad hacen que el manejo sea muy desafiante. La obesidad afecta a todos los sistemas de órganos del cuerpo, siendo las más comunes las comorbilidades cardiovasculares y endocrinas. La dislipidemia (disminución del HDL y aumento del LDL y el colesterol) y la hipertensión aumentan la probabilidad de eventos cardiovasculares adversos. La adiposidad central, en particular, causa desequilibrios metabólicos que conducen a resistencia a la insulina, síndrome metabólico, síndrome de ovario poliquístico. El exceso de grasa interfiere con las funciones metabólicas y sintéticas del hígado, causando esteatosis hepática. Los problemas osteoarticulares ocurren debido al aumento de la presión sobre los huesos en crecimiento debido al peso corporal extremo. Los pacientes con enfermedad de Blount presentan dolor de rodilla, cojera e inclinación severa de ambas tibias se observa en la radiografía. La epífisis femoral capital deslizada también es común cuando el niño

presenta dolor de cadera en su lugar y la disminución de la rotación interna de la extremidad es evidente en el examen. Las complicaciones pulmonares incluyen el desarrollo de asma y apnea obstructiva del sueño. Los pacientes pueden quejarse de dificultad para respirar, tos e intolerancia al ejercicio en el asma. Los ronquidos, la inquietud y los problemas de comportamiento pueden indicar apnea obstructiva del sueño. Las complicaciones psicológicas son desenfrenadas y tienen un profundo impacto en la vida cotidiana del niño; por lo tanto, deben abordarse de manera proactiva. Entrevistar de una manera sin prejuicios con preguntas abiertas puede ayudar a sacar a relucir estos aspectos del problema. Además, se debe evaluar al niño para detectar síntomas de ansiedad, depresión, empeoramiento de las calificaciones y enfrentar la intimidación en la escuela u otros problemas (25).

### **Sobrepeso y obesidad; factores ambientales**

Los cambios en el medio ambiente en las últimas décadas en términos de fácil acceso / asequibilidad de la comida rápida alta en calorías, el aumento del tamaño de las porciones, el aumento de la ingesta de bebidas azucaradas y los estilos de vida sedentarios se asocian con una mayor incidencia de obesidad. El aumento del uso de dispositivos electrónicos [televisión, tabletas, teléfonos inteligentes, videojuegos] por parte de los niños ha llevado a una actividad física limitada, la interrupción del ciclo de sueño-vigilia, la depresión de la tasa metabólica y los malos patrones de alimentación. Los patrones de alimentación en la infancia tienen un efecto a largo plazo en el desarrollo de la obesidad más adelante en la vida. Se ha demostrado que la lactancia materna en el primer año de vida se asocia inversamente con el aumento de peso y la obesidad. Esta asociación fue mucho más significativa si el niño fue amamantado exclusivamente en comparación con haber agregado fórmula o alimentos sólidos. A pesar de las preocupaciones sobre el riesgo de obesidad en los bebés prematuros y que reciben suplementos de calorías y proteínas, se ha demostrado que mejora el crecimiento de recuperación sin aumentar el riesgo de obesidad. También se ha postulado que la ingesta alta de proteínas en los dos primeros años de vida incrementa el aumento de peso más adelante en la infancia (26).

### **Publicidad de alimentos no saludables y exceso de peso**

La evidencia sugiere que “el tiempo que los niños ven televisión y la prevalencia de obesidad infantil están relacionadas. Información científica sobre el tema existe desde

la década de los setenta y actualmente ha tenido un repunte, concentrándose fundamentalmente en cuatro categorías: a) análisis del contenido de la publicidad televisiva de alimentos; b) efectos de la publicidad televisiva de alimentos en el comportamiento alimentario de los niños; c) publicidad televisiva de alimentos y obesidad infantil; y d) uso de televisión y patrón de consumo alimentario. Estudios internacionales muestran que los niños entre 2 y 17 años de edad ocupan en promedio 2,5 horas por día en ver televisión. Dentro de ese tiempo están expuestos a un promedio de una publicidad de alimentos cada 5 minutos (cerca de 30 por día), que son principalmente de alimentos no saludables, emitidos con técnicas avanzadas de mercadeo y persuasión”. Las estrategias “publicitarias más utilizadas son las promociones y la asociación de los productos alimenticios a emociones positivas: diversión, felicidad, juego, fantasía, imaginación, integración social y aceptación de los pares. La publicidad de alimentos es más intensa durante el periodo de programas infantiles que durante la banda dirigida a la audiencia general. En la mayor parte de los países los alimentos más ofertados son ricos en calorías, grasas, azúcares simples y sodio y rara vez se incluyen alimentos nutritivos de bajo costo. Taras & Gage encontraron que de los alimentos publicitados en televisión el 69% son altos en azúcar refinada, 35% altos en grasa y 20% altos en sodio. Existe una gran discrepancia entre la calidad nutricional de los productos alimenticios publicitados” y la dieta normal recomendada para la población infantil (27).

### **Cómo influye la publicidad en el sobrepeso y la obesidad infantil.**

La Asociación Americana de Psicología considera que “los niños menores de ocho años carecen de las destrezas cognitivas necesarias para comprender la intención persuasiva de los avisos televisivos, por lo que conforman una población susceptible a la publicidad de alimentos, que busca aumentar el consumo de ciertos productos (generalmente de alto contenido en azúcar, sodio y grasa saturada) en los niños. Esto induce al aumento de enfermedades propias de esta dieta como sobrepeso, diabetes, hipertensión, asma, eccemas, caries, retraso en el desarrollo integral y descenso del rendimiento escolar. Estudios revelan que en Malasia se publicitan cuatro veces más los alimentos no saludables que los saludables, proporción que se duplica durante las vacaciones escolares”. En algunos países desarrollados como el “Reino Unido, los anuncios sobre frutas, verduras y jugos no azucarados representan sólo 1.4 % de todos los anuncios de alimentos. En Latinoamérica, publicaciones preocupantes realizadas en México, Brasil

y Colombia demostraron una elevada cantidad de publicidad de alimentos durante programas de televisión para niños (franja infantil los cuales fueron más altos en energía, azúcar, sodio, grasa total y grasa saturada en comparación con los anunciados en programas para audiencia general. En Perú, la prevalencia de sobrepeso y obesidad infantil es de 33 y 14%, respectivamente, y ver televisión es la actividad recreativa más frecuente en niños y adolescentes, la cual llega a comprender siete horas diarias. Por ello, es lógico suponer que la publicidad televisiva tiene una influencia importante en los desórdenes nutricionales infantiles”. Un estudio realizado por el “Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú en canales nacionales peruanos halló que cada día se transmitían 335 spots publicitarios de alimentos no saludables, 66% de los cuales ocurría durante la programación para niños. Se destinaron 22.7 millones de dólares por mes en spots de alimentos considerados poco saludables y no saludables. Además, 24% de estos spots afirma que el producto que anuncia es bueno para la salud, lo que es contrario a la realidad. Ante esta problemática resulta necesario que se realicen más investigaciones en aras de determinar el impacto de la publicidad televisiva en los problemas de nutrición infantil que atraviesa Latinoamérica y las estrategias de regulación más adecuadas según la coyuntura particular de cada país”. Además, los gobiernos latinoamericanos deben asumir prontamente un rol regulador de la publicidad televisiva mediante el desarrollo de políticas que pueden ser clasificadas en tres tipos: políticas que regulan el contenido de la publicidad (como se hace en Finlandia, donde se prohíbe el uso de dibujos animados en la publicidad, o en Reino Unido, donde se prohíbe su uso específicamente en avisos de comida rápida); políticas que regulan la aparición de publicidad de alimentos no esenciales en horas pico de audiencia infantil (como se hace en Italia, Bélgica y Noruega) y políticas que prohíben toda publicidad dirigida a niños (como se hace en Suecia, donde toda publicidad a menores de doce años está prohibida, o en Quebec, donde se prohíbe la publicidad para programaciones cuya audiencia menor de trece años supere el 15%). Algunos países latinoamericanos ya están implementando regulaciones al respecto. “En México, en el año 2014 se modificó el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad sobre el contenido de la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, con lo que se restringe la publicidad televisiva de los alimentos que no se ajusten a ciertos criterios nutricionales, a horarios y programas específicos, con el fin de disminuir su audiencia infantil. Estas iniciativas son loables y deberán multiplicarse en los demás países de Latinoamérica en favor de la salud de los niños” (28).

Se ha realizado durante muchos años estudios para ver el impacto de los medios de comunicación y en la actualidad las redes sociales sobre variables como la alimentación de los niños y como esto incrementa su peso, “análisis previos del contenido de la publicidad en TV para niños han encontrado que los alimentos se encuentran entre los productos más anunciados, y que se caracterizan, con frecuencia, por tener baja densidad de micro nutrientes, pero alto contenido de azúcar, grasa y energía. Sólo se identificó un estudio llevado a cabo en un país de ingreso medio, que es Brasil. Dado que la mayoría de las investigaciones se han realizado en países de alto ingreso, existe un vacío de información sobre el tema en México y otros países de América Latina. Sin embargo, es importante contar con evidencia directa ya que los gobiernos de países de ingreso medio y bajo tienen menor capacidad para regular la publicidad, lo que significaría mayor exposición a ésta por parte del auditorio. Por ejemplo, en varios países de ingreso alto” (Canadá, Suecia, Noruega, Austria y Bélgica) “ya está prohibida la publicidad en programas para niños; mientras que en América Latina sólo Brasil y Venezuela cuentan con regulaciones para la publicidad dirigida a la población infantil. Se ha señalado, asimismo, que la exposición de los niños a la publicidad en TV es alta; sin embargo, es común que sólo se analice la programación infantil sin compararla con los programas dirigidos a otro tipo de audiencia. Con base en lo antes discutido, el objetivo de este trabajo fue evaluar el contenido de los comerciales transmitidos por canales gratuitos en la Ciudad de México, el valor nutricional de los alimentos anunciados y las estrategias publicitarias empleadas” (29).

## 2.3 Marco conceptual

**2.3.1 Obesidad:** La obesidad es un estado donde existe una acumulación anormal de tejido adiposo en el cuerpo, siendo “un grave problema de salud pública porque es importante factor de riesgo para enfermedades no transmisibles, que son las de mayor carga de morbilidad en el mundo. Un índice de masa corporal elevado se relaciona con problemas metabólicos, como resistencia a la insulina, aumento del colesterol y triglicéridos”. Para niños de 5 a 19 años la obesidad se da cuando el índice de masa corporal es mayor a dos desviaciones típicas por encima de la mediana establecida en los patrones de crecimiento infantil de la OMS (30,32).

**2.3.2 Sobrepeso:** “El sobrepeso viene a ser cuando una persona tiene un índice de masa corporal entre 25 y 29.9 kg/m<sup>2</sup>, se considera un riesgo para la salud de enfermedades no transmisibles. En el caso de los niños de 5 a 19 años, el sobrepeso es el índice de masa corporal para la edad con más de una desviación típica por encima de la mediana establecida en los patrones de crecimiento infantil de la OMS” (31,32).

**2.3.4 Exceso de Peso:** El exceso de peso (sobrepeso y obesidad) se definen como “una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas” (32).

**2.3.5 Publicidad de alimentos:** Se refiere a toda aquella publicidad que en su contenido está dirigida a alimentos de consumo humano; la exposición a la publicidad de alimentos “está asociada a la preferencia, creencias y hábitos alimentarios de las personas, y es, por tanto, un impulsor clave de la obesidad y las enfermedades no transmisibles relacionadas con la alimentación. La publicidad dirigida a los niños de alimentos procesados y ultra procesados y bebidas no-alcohólicas puede tener un impacto en su salud a largo plazo y afectar al cumplimiento de los derechos humanos” (33).



## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS**

#### **Hipótesis general**

$H_0$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

#### **Hipótesis específica 1**

$H_0$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

#### **Hipótesis específica 2**

$H_0$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

### **3.1 VARIABLES**

**3.1.1 Variable 1:** Exceso de peso: acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas (32).

**3.1.2 Variable 2:** Publicidad de alimentos: Forma de presentación o promoción no personal de ideas, bienes y servicios por un medio televisivo o red social relacionada a alimentos (13).

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1. Método de investigación**

La tesis utilizó los procedimientos del método científico ya que “el propósito de la investigación científica es, precisamente, generar conocimiento de forma sistemática, ordenada, metódica, racional y crítica. El método se basa en la observación cuidadosa de los fenómenos, la generación de hipótesis, la implementación de una estrategia experimental y, en su caso, en el establecimiento de una teoría científica, un paradigma científico” (34). El método específico de investigación que se utilizó es el hipotético-deductivo porque se “parte de premisas generales para llegar a una conclusión particular, que sería la hipótesis para probar y contrastar su veracidad, en caso de que lo fuera no solo permitiría el incremento de la teoría de la que partió” (35).

#### **4.2. Tipo de investigación**

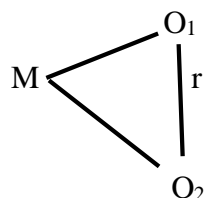
La tesis fue de tipo básica, porque su intención es únicamente el generar nuevos conocimientos; observacional porque no se manipula las variables de manera intencionada para provocar cambios en otra variable, sino que se describen tal y como se presentan en la naturaleza y fue de tipo transversal porque los datos de exceso de peso y de publicidad se tomarán solo una vez en cada estudiante (36).

#### **4.3. Nivel de investigación**

El nivel de la tesis es relacional, ya que lo que se pretende es medir la asociación que existe entre las variables exceso de peso y publicidad de alimentos, sin pretender demostrar causalidad (36).

#### 4.4. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en la tesis es el diseño no experimental, transeccional, correlacional (37); ya que se “realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”; el diagrama será el siguiente:



Donde:

M: muestra

O<sub>1</sub>: exceso de peso

O<sub>2</sub>: publicidad de alimentos no saludables

#### 4.5. Población y muestra

##### 4.5.1 Población

La población estuvo conformada por 134 estudiantes de 8 a 12 años de nivel primario, de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja. La selección de este grupo de población está en base a que según los reportes del Ministerio de Salud (38), en el Perú se estima que más de 240 mil niños presenta sobrepeso u obesidad (exceso de peso), y que “las mayores prevalencias se dan en la población adulta (62%) seguida por el grupo escolar, preescolar y adolescente”.

Los estudiantes que participaron en el estudio además cumplieron los criterios de inclusión y a la vez que no presentaron criterios de exclusión:

Criterios de inclusión de los estudiantes:

- Estudiantes dentro del intervalo de edad.
- Firma del consentimiento informado de los padres (por lo menos 1) y asentimiento informado del estudiante.
- Matricula en el año escolar presente.

Criterios de exclusión de los estudiantes:

- Estudiantes con problemas físicos para la evaluación del peso y la talla.
- Estudiantes con enfermedades que este afectando su alimentación por más de 3 meses.
- Estudiantes que por cualquier razón no usan redes sociales, ni televisión.

- Que no cuenten con corriente eléctrica en su domicilio.

#### **4.5.2 Muestra**

Al ser una población cuyo número es factible de ser evaluada por los dos tesisistas, no se va a calcular un número de muestra, sino que se evaluará a toda la población.

### **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **4.6.1 Técnica de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos fue diferente para cada variable. Para medir el exceso de peso de la población se usó la técnica de la observación mediante la Antropometría, que es la medición de las dimensiones del cuerpo del estudiante. Para la publicidad de alimentos se utilizó como técnica a la encuesta que se aplicó a cada participante de la investigación.

#### **4.6.2 Instrumento de recolección de datos**

Para el exceso de peso se utilizó como instrumento una ficha de recolección de datos, con información del peso y la talla de los participantes. Para medir la publicidad de alimentos, se diseñó un cuestionario estructurado en 07 preguntas relacionadas a contenidos sobre tiempo de uso de televisión, programas preferidos, uso de redes sociales, tiempo de uso de Facebook y YouTube; además se elaboró un ítem donde se describe la frecuencia de consumo de alimentos y si el lugar donde ven que se publica dichos productos alimenticios. Este instrumento de recolección de datos fue sometido a pruebas de validez por juicio de expertos (04 profesionales licenciados en nutrición) y por prueba de confiabilidad, con la participación de 20 estudiantes de la Institución educativa Roman Amanso Montero de Muquiyauyo, Jauja; obteniendo un alfa de Cronbach de 0,701.

Para la recolección de datos del peso y la talla se siguió los siguientes procedimientos:

Para el peso:

- ✓ Se verificó la ubicación y condiciones de la balanza. La balanza estuvo ubicada en una superficie lisa, horizontal y plana, sin desnivel o presencia de algún objeto extraño bajo esta.
- ✓ Se solicitó al estudiante que se quite los zapatos y el exceso de ropa.
- ✓ Se ajustó la balanza a 0 (cero) antes de realizar la toma del peso.

- ✓ Se solicitó al estudiante que se coloque en el centro de la plataforma de la balanza, en posición erguida y mirando al frente de la balanza, con los brazos a los costados del cuerpo, con las palmas descansando sobre los muslos, los talones ligeramente separados y la punta de los pies separados formando una “V”.
- ✓ Se registró el peso en kilogramos y la fracción en gramos, y se descontó el peso de las prendas del estudiante.

Para la talla:

- ✓ Se verificó la ubicación y condiciones del tallímetro.
- ✓ Se solicitó al estudiante que se quite los zapatos, el exceso de ropa, y los accesorios u otros objetos en la cabeza o cuerpo que interfieran con la medición.
- ✓ El estudiante se ubicó en el centro de la base del tallímetro, de espaldas al tablero, en posición erguida, mirando al frente, con los brazos a los costados del cuerpo, con las palmas de las manos descansando sobre los muslos, los talones juntos y las puntas de los pies ligeramente separados.
- ✓ Se aseguró que los talones, pantorrillas, nalgas, hombros, y parte posterior de la cabeza, se encuentren en contacto con el tablero del tallímetro.
- ✓ Se verificó la posición de la cabeza: constatar que la línea horizontal imaginaria que sale del borde superior del conducto auditivo externo hacia la base de la órbita del ojo, se encuentre perpendicular al tablero del tallímetro (plano de Frankfurt).
- ✓ Se hizo que el estudiante coloque la palma abierta de su mano izquierda sobre el mentón del estudiante, luego ir cerrándola de manera suave y gradual sin cubrir la boca, con la finalidad de asegurar la posición correcta de la cabeza sobre el tallímetro.
- ✓ Con la mano derecha el bachiller deslizó el tope móvil del tallímetro hasta hacer contacto con la superficie superior de la cabeza (vertex craneal), comprimiendo ligeramente el cabello; luego deslizar el tope móvil hacia arriba. Este procedimiento (medición) debe ser realizado tres veces en forma consecutiva, acercando y alejando el tope móvil. En cada una de esas veces, se tomará el valor de la medición, en metros, centímetros y milímetros.
- ✓ Se leyó en voz alta las tres medidas, y se obtuvo el promedio, el mismo que fue registrado.

#### **4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

El análisis de los datos se genera a partir de obtener información confiable y fidedigna, por lo que se tuvo mucho cuidado en seleccionar los procesamientos estadísticos apropiados según el tipo, nivel y diseño de investigación que se utiliza para esta tesis; en base a esto se utilizó la prueba estadística de correlación de Spearman para la prueba de hipótesis con el uso del programa SPSS versión 26; donde se construyó tablas y figuras con los resultados, según los objetivos planteados.

#### **4.8. Aspectos éticos de la investigación**

En la ejecución de la tesis se respetó todo lo indicado en el Reglamento General de Investigación de la Universidad Peruana los Andes. En primer lugar se considera los Principios que rigen la actividad de investigación (artículo 27); por esta razón se mantendrá protección de los estudiantes de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, que formen parte de la muestra, sin diferenciar grupos étnicos y socio culturales; Asimismo a cada participante se le hará firmar un asentimiento informado y expreso de forma voluntaria y a los padres un consentimiento informado; cuidando mantener el principio de la beneficencia y no maleficencia en toda situación de abordaje a las estudiantes. Con relación a la información que se obtenga, se garantiza el principio de la responsabilidad y veracidad. Otro artículo que se respetará del Reglamento General de Investigación de la Universidad Peruana los Andes, es el de las normas de comportamiento ético de quienes investigan (artículo 28°); por lo que consideran los autores de la investigación que el tema de la tesis es pertinente, original y coherente, a los problemas alimentarios actuales en nuestra región Junín; otro principio que tiene la tesis es la de originalidad, desde su concepción hasta el diseño y selección de las variables y metodología. También se considera que al utilizar el método científico se asegura la validez, fiabilidad y credibilidad de los métodos, fuentes y datos que se obtengan. Los autores de la tesis asumen la responsabilidad de todo lo relacionado a la investigación; lo que incluye la confidencialidad y anonimato de los estudiantes de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro. Luego de ser aprobado el informe final de la tesis se reportará los resultados del trabajo de manera abierta, completa y oportuna a la comunidad científica; sin falsificar datos o información; asimismo, los autores declaran expresamente no tener conflictos de intereses.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS

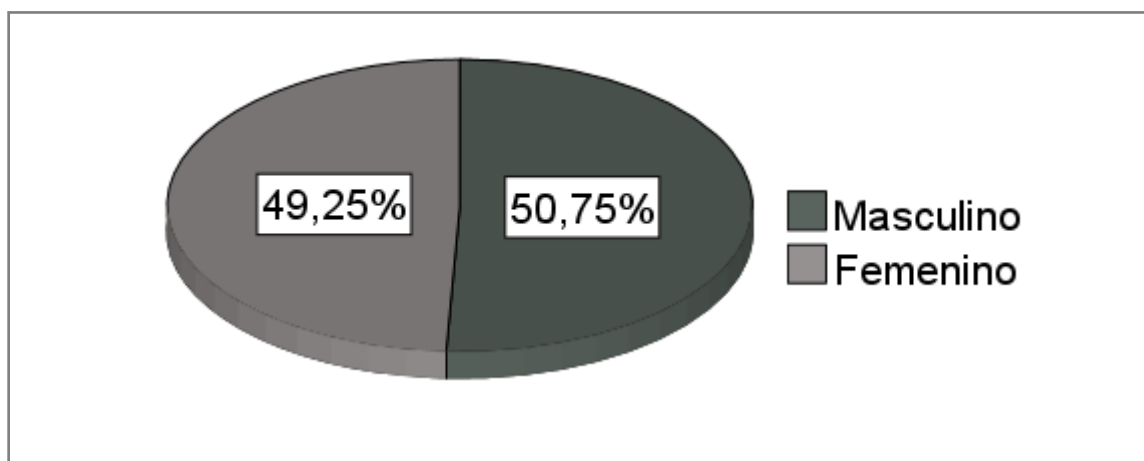
#### 5.1 Descripción de resultados

**Tabla 1: Distribución según sexo de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	68	50,7
Femenino	66	49,3
Total	134	100,0

En la tabla 1 y figura 1 se puede observar que, de los 134 escolares encuestados, no existen diferencias porcentuales significativas, ya que el 50,7% son del sexo masculino y el 49,3% del femenino.

**Figura 1: Distribución según sexo de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**





**Tabla 2: Distribución según edad de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
8	39	29,8
9	24	17,9
10	24	17,9
11	19	14,2
12	26	20,1
Total	134	100,0

En la tabla 2 se puede observar que, de los 134 escolares encuestados, el mayor porcentaje se encuentran en la edad de 8 años con 29,8%; seguido de los niños de 12 años con un 20,1%; en tercer lugar los de 9 y 10 años con 17,9%; los escolares de 11 años con 14,2%.

**Tabla 3: Distribución según grado de estudio de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
1°	15	11,2
2°	21	15,7
3°	25	18,7
4°	20	14,9
5°	24	17,9
6°	29	21,6
Total	134	100,0

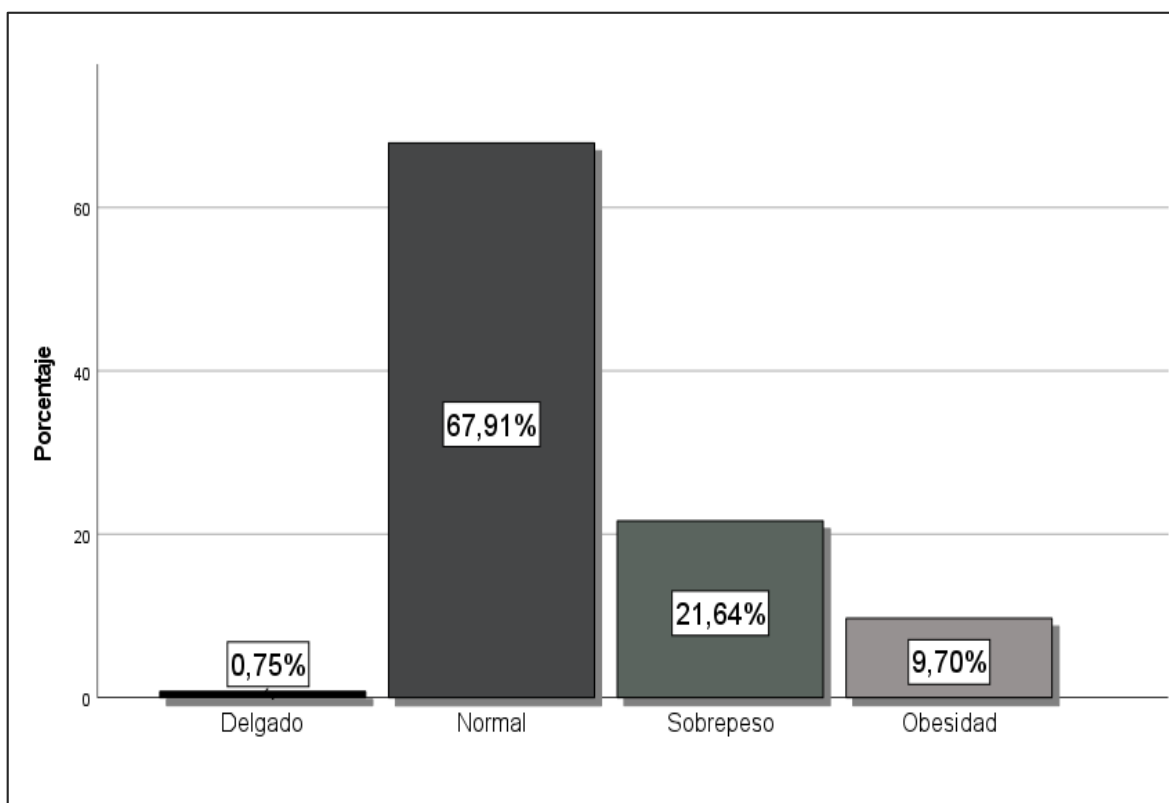
En la tabla 3 se puede observar que, de los 134 escolares encuestados, el mayor porcentaje se encuentran en el 6to grado con 21.6%; el 18,7% en el 3do grado; el 17,9% en el 5to grado; el 15,7% en el 2do grado; el 14,9% en el 4to grado y el menor porcentaje 11,2% en el 1er grado de primaria.

**Tabla 4: Índice de masa corporal de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Delgado	1	0,7
Normal	91	67,9
Sobrepeso	29	21,6
Obesidad	13	9,7
Total	134	100,0

En la tabla 4 y figura 2 se puede observar en relación al índice de masa corporal, que de los 134 escolares encuestados, el mayor porcentaje están en la categoría de normal con 67,9%; en sobrepeso existe el 21,6%; con obesidad el 9,7% y el menor porcentaje hay un escolar delgado, que representa el 0,7%.

**Figura 2: Índice de masa corporal de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

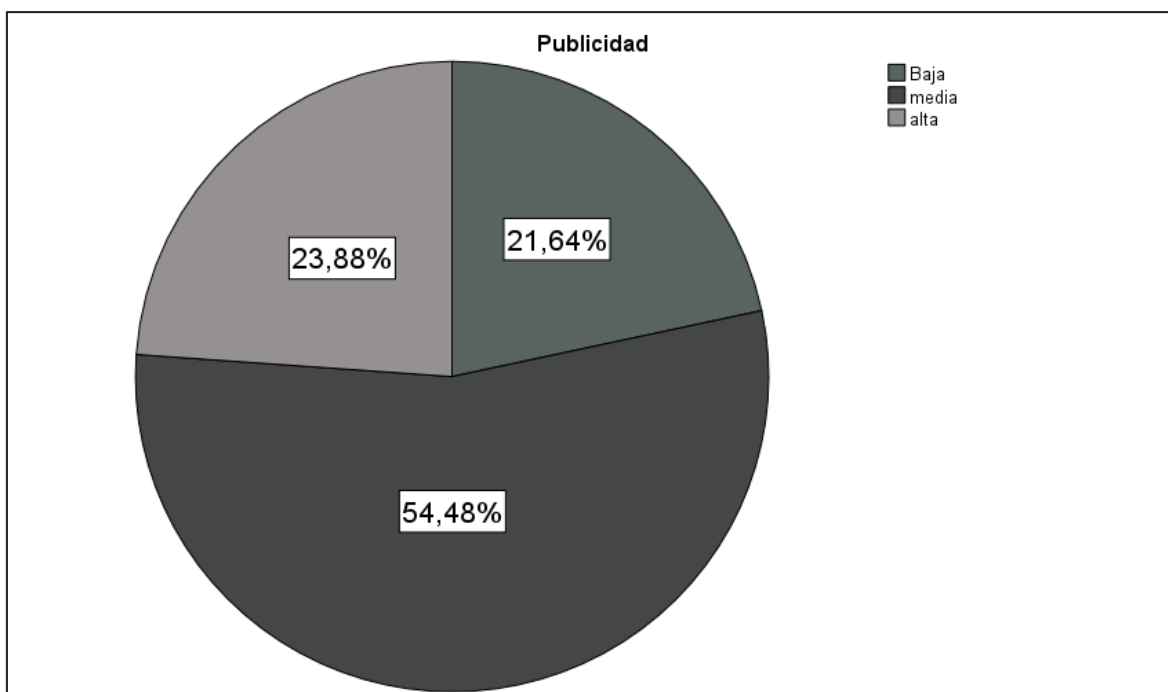


**Tabla 5: Publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	29	21,6
Medio	73	54,5
Alto	32	23,9
Total	134	100,0

En la tabla 5 y figura 3 se puede observar en relación a la publicidad de alimentos no saludables, de los 134 escolares encuestados, el 21,6% alcanzó un nivel bajo, el 54,5% un nivel medio y el 23,9% un nivel alto.

**Figura 3: Publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

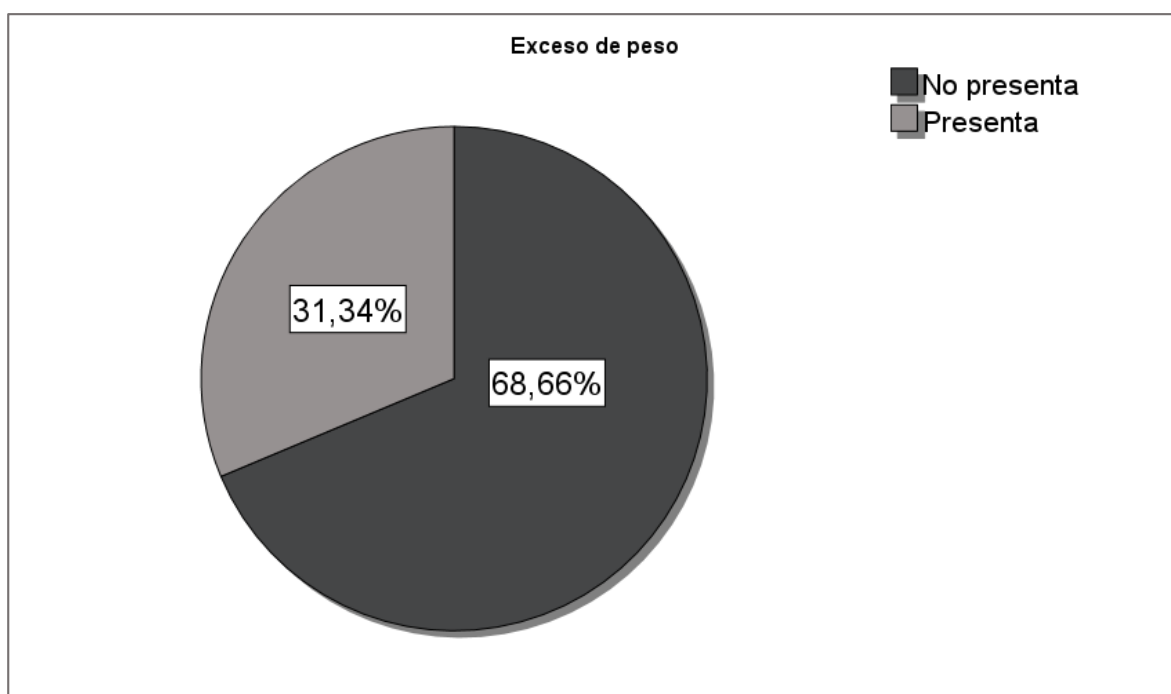


**Tabla 6: Prevalencia de exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
No presenta	92	68,7
Presenta	42	31,3
Total	134	100,0

En la tabla 6 y figura 4 se puede sobre la prevalencia del exceso de peso que, de los 134 escolares encuestados, el 31,3% presenta exceso de peso y el 68,7% no presenta este problema.

**Figura 4: Prevalencia de exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**



**Tabla 7: Número de horas promedio diario de ver televisión, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 horas	76	56,7
3-4 horas	32	23,9
5-6 horas	20	14,9
8 o más horas	6	4,5
Total	134	100,0

En la tabla 7 se puede observar que, de los 134 escolares encuestados, el 56,7% ve televisión de 1 a 2 horas; el 23,9% de 3 a 4 horas; el 14,9% de 5 a 6 horas y el 4,5% ve televisión 8 horas o más diariamente.

**Tabla 8: Canal de televisión que ven con mayor frecuencia, los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Frecuencia latina	26	19,4
América Televisión	41	30,6
Televisión Nacional del Perú	14	10,4
ATV	27	20,1
Otros canales	26	19,4
Total	134	100,0

En la tabla 8 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, el 30,6% ve con mayor frecuencia América televisión; el 20,1% ATV; el 19,4% frecuencia latina y otros canales; y el 10,4% Televisión Nacional del Perú.

**Tabla 9: Tipo de Programa de televisión que ven con mayor frecuencia, los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Dibujos animados	61	45,5
Shows	18	13,4
Deportes	24	17,9
Realitys	9	6,7
Otros	22	16,4
Total	134	100,0

En la tabla 9 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, el tipo de programa de preferencia es en el orden siguiente: el 45,5% ve con mayor frecuencia dibujos animados; el 17,9% programas deportivos; el 16,4% ve otros programas; el 13,4% shows y el 6,7% los Realitys de televisión.

**Tabla 10: Tipo de publicidad televisiva que llama más la atención, de los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos	28	20,9
Tecnología	36	26,9
Entretenimiento	34	25,4
Salud	26	19,4
Otros	10	7,5
Total	134	100,0

En la tabla 10 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, el tipo de publicidad televisiva que le llama más la atención, es en el orden siguiente: el 26,9% publicidad relacionada a tecnología; el 25,4% programas de entretenimiento; el 20,9% programas relacionados a alimentación; el 19,4% programas de salud y el 7,5% otros tipos de publicidad televisiva.

**Tabla 11: Horas promedio al día en internet que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 horas	77	57,5
3- 4 horas	25	18,7
5- 6 horas	19	14,2
8 horas o más	13	9,7
Total	134	100,0

En la tabla 11 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, las horas promedio al día que pasan en internet, es en el orden siguiente: el 57,5% está de 1 a 2 horas; el 18,7% de 3 a 4 horas; el 14,2% de 5 a 6 horas y el 9,7% de 8 a más horas.

**Tabla 12: Horas promedio al día en Facebook que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 horas	91	67,9
3- 4 horas	21	15,7
5- 6 horas	14	10,4
8 horas o más	8	6,0
Total	134	100,0

En la tabla 12 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, las horas promedio al día que pasan en Facebook, es en el orden siguiente: el 67,9% está de 1 a 2 horas; el 15,7% de 3 a 4 horas; el 10,4% de 5 a 6 horas y el 6,0% de 8 a más horas.

**Tabla 13: Horas promedio al día en YouTube que están los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 horas	69	51,5
3- 4 horas	27	20,1
5- 6 horas	16	11,9
8 horas o más	22	16,4
Total	134	100,0

En la tabla 13 se puede observar que de los 134 escolares encuestados, las horas promedio al día que pasan en YouTube, es en el orden siguiente: el 51,5% está de 1 a 2 horas; el 20,1% de 3 a 4 horas; el 16,4% de 8 a más horas y el 11,9% de 5 a 6 horas.



## 5.2 Contrastación de hipótesis

Para el contraste de hipótesis se ha seguido los criterios de Supo (36), considerando que para probar las hipótesis se debe tener en cuenta:

- a) Nivel de significancia: 5%
- b) Prueba estadística: se decide según el nivel de la investigación, el objetivo, tipo de variable, el tipo de estudio, el diseño metodológico y el comportamiento de los datos.
- c) Lectura del p- valor: Si el p-valor es menor al nivel de significancia (0,05), entonces se acepta la hipótesis de investigación (H1); si es mayor, entonces se acepta a hipótesis nula.

### Planteamiento de la hipótesis general:

$H_0$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

**Tabla 14: Prueba de correlación entre exceso de peso y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

		Publicidad	Exceso de peso
Rho de Spearman	Publicidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	134
	Exceso de peso	Coeficiente de correlación	0,387**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	134

En la tabla 14, se demuestra que el p-valor es  $< 0,05$ ; por lo tanto; se acepta la hipótesis de investigación; por lo que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

**Planteamiento de la hipótesis específica 1:**

$H_0$  =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

**Tabla 15: Prueba de correlación entre sobrepeso y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

			Publicidad	Sobrepeso
Rho de Spearman	Publicidad	Coeficiente de correlación	1,000	0,027
		Sig. (bilateral)	.	0,755
		N	134	134
	Sobrepeso	Coeficiente de correlación	0,027	1,000
		Sig. (bilateral)	0,755	.
		N	134	134

En la tabla 15, se demuestra que el p-valor es  $> 0,05$ ; por lo tanto; no se acepta la hipótesis de investigación; por lo que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

### Planteamiento de la hipótesis específica 2:

$H_0$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

$H_1$  = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

**Tabla 16: Prueba de correlación entre obesidad y publicidad en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.**

		Publicidad	Obesidad
Rho de Spearman	Publicidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	134
	Obesidad	Coeficiente de correlación	0,478**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	134

En la tabla 16, se demuestra que el p-valor es  $< 0,05$ ; por lo tanto; se acepta la hipótesis de investigación; por lo que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En las últimas décadas, el aumento de la prevalencia de la obesidad ha sido profundamente influenciado por los cambios en el entorno obesogénico más amplio. Estos cambios operan a nivel de la familia (por ejemplo, el modelado familiar de la actividad física, los hábitos alimenticios, el sueño, el uso de pantallas), la comunidad local (por ejemplo, cuidado infantil y escuelas, parques, espacios verdes, transporte público y puntos de venta de alimentos) o el entorno sociopolítico más amplio (por ejemplo, políticas gubernamentales, industria alimentaria, comercialización de alimentos, sistemas de transporte, políticas agrícolas y subsidios). Se ha descrito que tales influencias tienen la capacidad de explotar las vulnerabilidades biológicas, psicológicas, sociales y económicas de las personas (39).

Los factores dietéticos que contribuyen al riesgo de obesidad en niños y adolescentes incluyen el consumo excesivo de alimentos ricos en energía y pobres en micronutrientes; un alto consumo de bebidas endulzadas con azúcar; y la comercialización ubicua de estos y las comidas rápidas. El efecto relativo de otros factores, como los patrones de alimentación específicos (meriendas frecuentes, saltarse el desayuno, no comer juntos como familia, la ventana de tiempo desde la primera hasta la última comida diaria), el tamaño de las porciones, la velocidad de alimentación, la ingesta de macronutrientes y la carga glucémica en el desarrollo de la obesidad siguen sin estar claros, aunque todos podrían ser importantes. El vínculo entre el tiempo de pantalla y la obesidad en la infancia se documentó inicialmente a través de estudios transversales y longitudinales de ver televisión. Las últimas dos décadas han visto el aumento de dispositivos móviles y de juegos. La exposición a la pantalla influye en el riesgo de obesidad en niños a través de una mayor exposición a la comercialización de alimentos, una mayor alimentación sin sentido mientras se ven pantallas, el desplazamiento del tiempo dedicado a más actividades físicas, el refuerzo de los comportamientos sedentarios y la reducción del tiempo de sueño (40). En medio de estas determinantes que llevan al exceso de peso a los niños, se presentan los resultados de la presente tesis, con el propósito de aclarar algunas teorías que buscan explicar las causas del sobrepeso y la obesidad en poblaciones como los escolares; comprendiendo que la industria alimentaria ha crecido de manera alarmante en los últimos años; se ha demostrado que existe una correlación significativa entre el exceso de peso (obesidad/sobrepeso) y la publicidad de alimentos no saludables en los escolares.

En los resultados de la tesis se ha encontrado que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de Jauja; resultado similar al encontrado por Huamani (12) quien confirma en sus resultados que en el 43% de los encuestados se demuestra la relación que existe entre la publicidad televisiva y el consumo de alimentos poco saludables, encontrándose una alta correlación significativa entre la publicidad televisiva de alimentos pocos saludables con la obesidad en niños y niñas; esto como ya se ha establecido obedece a que la publicidad a la que están expuestos los niños escolares en la televisión, en un gran porcentaje está basada en alimentos como gaseosas, galletas, caramelos, chocolates y snacks (altos en azúcar, sodio y grasas), y que al tener muchos mensajes muy bien elaborados por lo expertos en publicidad, cautivan la atención de los niños y los convencen al consumo de estos productos; en este estudio también se ha encontrado que los escolares de Jauja que el 45,5% prefieren ver dibujos animados en la televisión y es precisamente en los comerciales de estos programas, donde más se proyectan estos comerciales.

Algo que es lógico comprender es que en la medida que un escolar está más tiempo en las pantallas, ya sea de televisión o del internet (57,5% hasta dos horas y 18,7% hasta 4 horas); estará más asociado al sedentarismo de estos niños; aquí es importante destacar el tema de la actividad física, variable que no ha sido considerada en el presente estudio de los escolares, pero que sin embargo, ha sido detallada en otras investigaciones. Los niveles de actividad física de los niños disminuyen alrededor de los 6 años y nuevamente a los 13 años, y las niñas generalmente exhiben disminuciones más marcadas que los niños. En general, los niños con obesidad tienden a participar en niveles más bajos de actividad moderada-vigorosa que sus compañeros más delgados (41). El tiempo sedentario aumenta a partir de los 6 años en general, aunque los estudios de acelerometría no informan diferencias entre los niños con obesidad en comparación con sus compañeros más delgados. Los niveles más bajos de actividad física y el aumento de los comportamientos sedentarios durante la infancia en todos los niños contribuyen al desarrollo de la obesidad; esto también puede explicar los resultados encontrados en la presente tesis en los escolares. En la mayoría de los países, los niños y adolescentes no son suficientemente activos debido a la pérdida de espacio público de recreo, el aumento del transporte motorizado y la disminución del transporte activo (bicicleta, caminar, transporte público), las percepciones de falta de seguridad en los vecindarios locales que conducen a un comportamiento menos activo, así como un aumento del entretenimiento pasivo; entre los que se puede incluir el uso de internet, televisión y otros.

En los resultados de la evaluación antropométrica a los escolares, se ha encontrado que el 21,6% presentan sobrepeso y el 9,7% obesidad (31,3% con exceso de peso); estos resultados son concordantes con los hallados por Ciprian (13), quién además concluyó que los escolares que presentaron una exposición inadecuada a la publicidad alimentaria televisiva y redes sociales tuvieron un 19% sobrepeso y el 14% obesidad (33% con exceso de peso). El sobrepeso o la obesidad durante la infancia tiene importantes consecuencias a corto y largo plazo. A corto plazo, los niños con sobrepeso u obesidad tienen más probabilidades de sufrir comorbilidades psicológicas como depresión, ansiedad, baja autoestima, una serie de trastornos emocionales y del comportamiento, asma, inflamación sistémica de bajo grado, complicaciones hepáticas y problemas musculoesqueléticos, especialmente en las extremidades inferiores. Los niños con sobrepeso y obesidad también tienen más factores de riesgo metabólicos y cardiovasculares, como presión arterial alta, dislipidemia, diabetes tipo 2 y otras anomalías del sistema cardiovascular. A largo plazo, el sobrepeso o la obesidad durante la infancia aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares, diabetes, algunos tipos de cáncer y trastornos musculo esqueléticos en la edad adulta, lo que puede provocar discapacidad y muerte prematura (42); con este marco de consecuencias para la salud de tener niños con sobrepeso y obesidad, se requiere de acciones inmediatas en las diferentes políticas de salud que se implementen en zonas como Junín.

Una de las limitaciones que se presenta en la tesis, es que no se ha estudiado el consumo de alimentos no saludables, sino que se ha relacionado al exceso de peso (sobrepeso/obesidad) con la publicidad; un estudio realizado por Paz (14), reportó que existe una relación significativa entre el consumo de alimentos publicitados y el sobrepeso y la obesidad en los escolares de nivel primario de una institución educativa de Lima; por lo que al comparar ambos resultados se podría proponer como un nuevo tema de investigación el analizar en qué medida la publicidad de alimentos en televisión o internet puede decidir la compra de estos productos que se ofertan de manera indiscriminada. A pesar de la importancia del efecto de los anuncios de alimentos de televisión en los hábitos alimenticios y en la salud, todavía hay un número escaso de estudios que relacionan directamente la publicidad alimentaria con la ingesta de productos alimenticios o con la obesidad, debido a la dificultad para medir la exposición a los anuncios. Los estudios realizados en esta línea han mostrado un débil apoyo para el efecto inmediato sobre el comportamiento, medido como la disposición a comprar o consumir inmediatamente después de la exposición (43).

Los estudios sobre el efecto sobre el comportamiento han investigado el grado en que se persuade a los niños para que compren o pidan los productos o marcas anunciados. Diferentes estudios han demostrado que los niños son más propensos a seleccionar productos de comida rápida de marca en detrimento de los que no tienen marca, y que califican los productos alimenticios de marca como más sabrosos que sus equivalentes sin marca. La publicidad de productos busca producir respuestas cognitivas, afectivas y/o conductuales en la audiencia, escolares en este caso. El posicionamiento de productos alimenticios saludables y no saludables tiene una ligera influencia en el comportamiento inmediato. Sin embargo, se sabe que existe una relación positiva entre la exposición al posicionamiento de marca y el comportamiento de elegirlo. La preferencia por los artículos de marca se ha asociado con el mayor número de televisores en el hogar, lo que sugiere que la exposición a los comerciales de televisión influye en las preferencias de los niños desarrollado en el estudio de Vidal AK (15) que coincide con los resultados encontrados en los escolares del Divino Maestro de la provincia de Jauja, se ha podido constatar que pasan muchas horas en la televisión, viendo mayormente canales donde se hace publicidad a alimentos no saludables, prefiriendo ver programas donde también se fomenta el consumo de este tipo de alimentos, y donde también tiene preferencia por publicidad que se relacione a entretenimiento, y alimentos. Todo esto explica las razones por las que existe una alta prevalencia de sobrepeso y obesidad en este grupo de población.

## CONCLUSIONES

- a) Se puede concluir que en la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487, Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.
- b) Con relación a la prevalencia del exceso de peso en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487, se encontró que el 31,3% presenta exceso de peso y el 68,7% no presenta.
- c) El mayor porcentaje de escolares ve televisión 2 horas promedio por día; siendo América televisión el canal más visto y los dibujos animados el tipo de programa de su preferencia; con relación al tiempo que dedican a internet, Facebook y YouTube, la mayoría dedica de una a dos horas diarias.
- d) Existe relación entre la obesidad y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.
- e) No existe relación entre el sobrepeso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.



## RECOMENDACIONES

- a) La publicidad de alimentos a la cual están expuestos los niños y en general toda la población, apoya la necesidad de regular y limitar la publicidad de alimentos poco saludables, abarcando todos los medios y estrategias de marketing. Para lograr esto es necesario intervenir desde el Gobierno Central y el Congreso de la República; ya que solo es posible hacer esta regulación a través de leyes; por lo que queda como misión de los profesionales de la salud y en particular de los nutricionistas, el de sensibilizar a las autoridades a elaborar, aprobar y reglamentar leyes que limiten la exposición de los menores de edad a la publicidad de alimentos y bebidas no saludables a través de diferentes medios, entre los que destaca la televisión; especial mención se haría para ver el cómo limitar la publicidad que se presenta en el internet y las redes sociales, ya que habría que buscar los mecanismos que puedan utilizarse en estos medios para regular su publicidad, relaciona a alimentos no saludables.
  
- b) Si el exceso de peso se presenta como un problema creciente en la población de escolares, se hace necesario trabajar precisamente en este entorno para generar diferentes prácticas de alimentación saludable y de actividad física; ya que no es suficiente que tengan a la semana solo un día de actividad con cursos de educación física, sino que se debe de garantizar en ellos la realización de diversas actividades como campeonatos, concursos, paseos y otros que pueden contribuir a crear conciencia en ellos sobre la necesidad de realizar actividad física de forma diaria y por lo menos 60 minutos; esto puede ser posible si se trabaja a nivel de las autoridades educativas en todos los niveles de decisiones posibles.
  
- c) En el tema específico de la obesidad, se requiere en primer lugar tomar este y otras investigaciones como punto de partida, para que se pueden realizar más trabajos de investigación y tesis relacionados con la comunicación publicitaria de alimentos y bebidas dirigidos a menores de edad en el contexto digital, de forma genérica y en el panorama de las redes sociales. También es interesante estudiar, por un lado, si se cumple la normativa existente; así como estimular propuestas de mejora adaptadas a las particularidades comunicativas de estos canales online no tan nuevos; pero que

sin embargo están afectando la salud y la nutrición de los escolares y de la población en general.

- d) Estos resultados deberían alentar a las autoridades a promover políticas alimentarias dirigidas a cuidar la salud de los menores, que actualmente están expuestos deliberadamente a la publicidad de alimentos y bebidas poco saludables o más bien nocivos que solo contribuyen a empeorar sus hábitos alimenticios. También se deben implementar acciones basadas en la promoción de hábitos saludables en los niños. Además, se deben redoblar los esfuerzos tanto en la proliferación de medidas regulatorias más rígidas en cuanto a la difusión de la publicidad de alimentos, especialmente los menos saludables; así como buscar sanciones más decisivas que hagan entender a las marcas su responsabilidad con respecto a los medios de comunicación y la dieta alimentaria de un público vulnerable, como son los escolares y niños en general.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) Instituto Nacional de Estadística e Informática. Encuesta Demográfica y de Salud Familiar - ENDES 2021; Perú. Disponible en:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1838/index.html](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1838/index.html)
- 2) Instituto Nacional de Estadística e Informática. Perú: Enfermedades transmisibles y no transmisibles 2021; Disponible en:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1839/index.html](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1839/index.html)
- 3) Fruh SM. Obesidad: Factores de riesgo, complicaciones y estrategias para el control sostenible del peso a largo plazo. J Am Assoc Enfermera Pract. 2017 octubre;29(S1):S3-S1. Disponible en:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6088226/pdf/JAAN-29-S3.pdf>
- 4) De Lorenzo A, Gratteri S, Gualtieri P, Cammarano A, Bertucci P, Di Renzo L. ¿Por qué la obesidad primaria es una enfermedad? J Transl Med. 2019 mayo 22;17(1):169. doi: 10.1186/s12967-019-1919-y. PMID: 31118060; PMCID: PMC6530037. Disponible en:  
[https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6530037/pdf/12967\\_2019\\_Article\\_1919.pdf](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6530037/pdf/12967_2019_Article_1919.pdf)
- 5) Muñoz FL, Arango AC. Obesidad infantil: un nuevo enfoque para su estudio. Salud, Barranquilla [Internet]. diciembre de 2017 [citado el 10 de junio de 2022]; 33(3): 492-503. Disponible en:  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-55522017000300492](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-55522017000300492)
- 6) Robinson TN, Banda JA, Hale L, Lu AS, Fleming-Milici F, Calvert SL, Wartella E. Screen Media Exposure and Obesity in Children and Adolescents. Pediatría. 2017 Nov;140(Suppl 2):S97-S101. Disponible en:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5769928/pdf/nihms931685.pdf>
- 7) Menéndez RA, Franco F J. Publicidad y alimentación: influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia. Nutr. Hosp. [Internet]. Jun [citado 2022 Jun 10] ; 24( 3 ): 318-325.
- 8) Oke S, Tan M. Técnicas para la publicidad de alimentos saludables en entornos escolares para aumentar el consumo de frutas y verduras. Indagación. 2022 Ene-

- Dic;59:469580221100165. DOI: 10.1177/00469580221100165. PMID: 35511550; PMCID: PMC9081710. Disponible en:  
[https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6530037/pdf/12967\\_2019\\_Article\\_1919.pdf](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6530037/pdf/12967_2019_Article_1919.pdf)
- 9) Ponce-Blandón JA, Pabón-Carrasco M, Romero-Castillo R, Romero-Martín M, Jiménez-Picón N, Lomas-Campos MLM. Efectos de la publicidad en las preferencias de consumo de alimentos en los niños. *Nutrientes*. 30 de octubre de 2020;12(11):3337. Disponible en:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7693043/pdf/nutrients-12-03337.pdf>
- 10) Arteaga S. Uso intensivo de Internet está relacionado con la obesidad infantil. España; 2018. [artículo de prensa] *Texno-Xplora*. Disponible en:  
[https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoplora/internet/uso-intensivo-internet-esta-relacionado-obesidad-infantil-segun-estudio\\_201810185bc957470cf2f746fb85294d.html](https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoplora/internet/uso-intensivo-internet-esta-relacionado-obesidad-infantil-segun-estudio_201810185bc957470cf2f746fb85294d.html)
- 11) Umer A, Kelley GA, Cottrell LE, Giacobbi P Jr, Innes KE, Lilly CL. Childhood obesity and adult cardiovascular disease risk factors: a systematic review with meta-analysis. *BMC Public Health*. 2017 Aug 29;17(1):683. Disponible en:  
[https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5575877/pdf/12889\\_2017\\_Article\\_4691.pdf](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5575877/pdf/12889_2017_Article_4691.pdf)
- 12) Huamaní NP. Influencia de la publicidad televisiva en el consumo de alimentos no saludables en escolares de 5to de secundaria de la Institución Educativa Leoncio Prado N° 3014 distrito del Rímac- 2019. Universidad Nacional Federico Villarreal; 2020. Disponible en:  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNF\\_802be07279dfab48d267e82b93733dc3](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNF_802be07279dfab48d267e82b93733dc3)
- 13) Ciprian AR. Publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales en relación al consumo de alimentos ultraprocesados y estado nutricional en escolares, Santa Anita. Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Escuela Académico Profesional de Nutrición; 2021. Disponible en:  
[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15999/Ciprian\\_pa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15999/Ciprian_pa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 14) Paz KM. Relación entre el consumo de alimentos no saludables publicitados en televisión con el sobrepeso y obesidad en escolares de primaria de una institución educativa pública – distrito de Mala. Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Escuela Académico Profesional de Nutrición; 2018. Disponible en:  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7744>

- 15) Vidal AK. Publicidad televisiva, consumo de alimentos industrializados y estado nutricional en escolares de nivel primaria de la Institución Educativa Ramiro Prialé en Independencia, Lima 2018; Facultad de Ciencias Médicas, Escuela Académico Profesional De Nutrición; 2019. Disponible en:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34491>.
- 16) Palomino E. Relación entre publicidad alimentaria televisiva, preferencia alimentaria y refrigerio según índice de masa corporal en preescolares en una institución educativa. Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Escuela Académico Profesional de Nutrición; 2018. Disponible en:  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/14277>
- 17) Montaña M, Jiménez M, Vázquez M. Publicidad alimentaria y prevención de la obesidad infantil en España: análisis del valor nutricional de los productos y estrategias discursivas utilizadas en los anuncios más vistos por los niños de 2016 a 2018. Nutrientes. 2019 noviembre 24;11(12):2873. doi: 10.3390/nu1112. Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Downloads/nutrients-11-02873.pdf>
- 18) Lee B, Kim H, Lee SK, Yoon J, Chung SJ. Efectos de la exposición a la publicidad televisiva de alimentos ricos en energía/ pobres en nutrientes en la ingesta de alimentos de los niños y la obesidad en Corea del Sur. *Apetito*. 2014 octubre;81:305-11. Doi: 10.1016/j.appet.2014.06.103. Disponible en:  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24996594/>
- 19) Castelló A, Tur V. Contenido relacionado con la obesidad y la alimentación dirigido a los niños en YouTube. *Clin Obes*. 2020 oct;10(5):e12389. doi: 10.1111/cob.12389. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/cob.12389>
- 20) Russell SJ, Croker H, Viner RM. El efecto de la publicidad de pantalla en la ingesta dietética de los niños: una revisión sistemática y un metaanálisis. *Obes Rev*. 2019 Abr;20(4):554-568. DOI: 10.1111/obr.12812. Disponible en:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6446725/pdf/OBR-20-554.pdf>
- 21) Norman J, Kelly B, McMahon AT, Boyland E, Baur LA, Chapman K, King L, Hughes C, Bauman A. Impacto sostenido de la televisión y la publicidad de alimentos en línea, en la ingesta dietética de los niños. *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2018 Abr 12;15(1):37. Disponible en:  
[https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5897936/pdf/12966\\_2018\\_Article\\_672.pdf](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5897936/pdf/12966_2018_Article_672.pdf)

- 22) Instituto Nacional de Estadística e Informática. El exceso de peso: la otra cara de la desnutrición. Perú; 2014. Disponible en:  
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/02-exceso-de-peso.pdf>
- 23) Purnell JQ. Definiciones, clasificación y epidemiología de la obesidad. In: Wilson DP, editors. Endotext [Internet]. South Dartmouth (MA): MDText.com, Inc.; 2000–. PMID: 25905390. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK279167/>
- 24) Panuganti KK, Nguyen M, Kshirsagar RK. Obesidad. 2022 2 de mayo. En: StatPearls [Internet]. Isla del Tesoro (FL): StatPearls Publishing; 2022 Ene–. PMID: 29083734. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29083734/>
- 25) Tiwari A, Balasundaram P. Obesidad en pacientes pediátricos. 2022 Abr 28. En: StatPearls [Internet]. Isla del Tesoro (FL): StatPearls Publishing; 2022 Ene. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK570626/#article-131531.s5>
- 26) Balasundaram P, Krishna S. Efectos de la obesidad en la salud infantil. 2022 Abr 14. En: StatPearls [Internet]. Isla del Tesoro (FL): StatPearls Publishing; 2022. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK570613/#article-131516.s3>
- 27) González Hidalgo Catalina, Atalah Samur Eduardo. Regulación de la publicidad televisiva de alimentos para prevenir la obesidad infantil. ALAN [Internet]. Sep [citado 2022 Jun 12] ; 61( 3 ): 296-301. Disponible en:  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0004-06222011000300009&lng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06222011000300009&lng=es).
- 28) Lujan E, Ponce J. La publicidad televisiva de alimentos: un riesgo latente para los niños de Latinoamérica. Universidad de San Martín de Porres. Disponible en:  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/6202>
- 29) Pérez D, Rivera JA. Publicidad de alimentos en la programación de la televisión mexicana: ¿los niños están más expuestos? salud pública de México / vol. 52, no. 2, marzo-abril de 2020. Disponible en:  
<https://www.scielosp.org/article/spm/2010.v52n2/119-126/>
- 30) Malo M, Castillo N, Pajita D. La obesidad en el mundo. An Fac med. 2017; 78(2):173-178. Disponible en:  
<http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v78n2/a11v78n2.pdf>
- 31) De Luis DA, Bellido D, García PP, Olveira G. Dietoterapia, nutrición clínica y metabolismo. 3ra ed. España: Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición; 2018.

- 32) Organización Mundial de la salud. Obesidad y sobrepeso: Página web oficial de la WHO; 2022. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- 33) Organización Panamericana de la Salud-Organización Mundial de la Salud. Promoción y publicidad de alimentos ultraprocesados y procesados y bebidas no alcohólicas; 2022. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/promocion-publicidad-alimentos-ultraprocesados-procesados-bebidas-no-alcoholicas>
- 34) Torre L. El método científico: la mejor herramienta clínica. Neumol. cir. torax [revista en la Internet]. 2017 Sep [citado 2022 Jun 12]; 75(3): 205-206. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0028-37462016000300205&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0028-37462016000300205&lng=es).
- 35) Sánchez FA. Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos; 2019. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria. 13(1), 102-122. doi: <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- 36) Supo J. Metodología de la investigación científica. 3ra ed. Perú: Bioestadístico EEDU-EIRL, Sociedad Hispana de Investigadores Científicos; 2020.
- 37) Carrasco S. Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Décimo novena reimpresión. Perú: Editorial San Marcos; 2019.
- 38) Ministerio de Salud del Perú. Unos 14 millones de peruanos sufren de sobrepeso y obesidad. Plataforma digital única del Estado Peruano; gob.pe; 2022. Disponible en: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/61305-unos-14-millones-de-peruanos-sufren-de-sobrepeso-y-obesidad>
- 39) Jebeile H, Kelly AS, O'Malley G, Baur LA. Obesidad en niños y adolescentes: epidemiología, causas, evaluación y manejo. Lancet Diabetes Endocrinol. 2022 Mayo;10(5):351-365. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9831747/>
- 40) Mahumud RA, Sahle BW, Owusu-Addo E, Chen W, Morton RL, Renzaho AMN. Asociación de la ingesta dietética, la actividad física y los comportamientos sedentarios con el sobrepeso y la obesidad entre 282.213 adolescentes en 89 países de ingresos bajos y medios a altos. Int J Obes (Lond). 2021 Noviembre;45(11):2404-2418. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34274952/>
- 41) Elmesmari R, Martin A, Reilly JJ, Paton JY. La comparación del acelerómetro midió los niveles de actividad física y el tiempo sedentario entre niños y adolescentes

- obesos y no obesos: una revisión sistemática. *BMC Pediatr.* 2018; 18:106.  
Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9831747/>
- 42) Di Cesare M, Sorić M, Bovet P, Miranda JJ, Bhutta Z, Stevens GA, Laxmaiah A, Kengne AP, Bentham J. La carga epidemiológica de la obesidad en la infancia: una epidemia mundial que requiere una acción urgente. 2019 Noviembre 25;17(1):212.  
Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6876113/>
- 43) Ponce-Blandón JA, Pabón-Carrasco M, Romero-Castillo R, Romero-Martín M, Jiménez-Picón N, Lomas-Campos MLM. Efectos de la publicidad en las preferencias de consumo de alimentos en los niños. *Nutrientes.* 2020 Octubre 30;12(11):3337.  
Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7693043/>



# A N E X O S

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

### PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022.

Morales Miguel Diana Carolina - Tiza Rojas Jonatan Abner

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	
<p style="text-align: center;"><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos no saludables en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?</p> <p style="text-align: center;"><b>Problemas específicos</b></p> <p>a) ¿Cuál es la prevalencia de exceso de peso en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?</p> <p>b) ¿Cuáles son las características del uso de medios de comunicación con mensajes sobre publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?</p> <p>c) ¿Cuál es la relación que existe entre la obesidad y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?</p> <p>d) ¿Cuál es la relación que existe entre el sobrepeso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022?</p>	<p style="text-align: center;"><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre el exceso de peso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Hipótesis general</b></p> <p>H0= En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>H1 = En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar exceso de peso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p style="text-align: center;"><b>Hipótesis específica 1</b></p> <p>H0 =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>H1 =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar sobrepeso, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino</p>	<p style="text-align: center;"><b>Variables</b></p> <p><b>Variable 1:</b> Exceso de peso</p> <p><b>Variable 2:</b> Publicidad de alimentos no saludables</p>	<b>Método</b> Científico	<p style="text-align: center;"><b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b></p> <p><b>Técnica:</b> Observación Encuesta <b>Instrumentos:</b> Balanza digital Tallímetro Cuestionario sobre publicidad de alimentos Ficha de recolección de datos</p>
	<p style="text-align: center;"><b>Objetivos específicos</b></p> <p>a) Estimar la prevalencia de exceso de peso en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>b) Describir las características del uso de medios de comunicación con mensajes sobre publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>c) Describir la relación que existe entre la obesidad y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>d) Evaluar la relación que existe entre el sobrepeso y la publicidad de alimentos no saludables, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p>			<b>Tipo</b> Básica Observacional Transversal	
				<b>Población</b> 134	IBM-SPSS, versión 26
				<b>Muestra</b> No se considera	<b>Prueba de hipótesis:</b> Correlación Rho de Spearman

		<p>Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p><b>Hipótesis específica 2</b></p> <p>H0 =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, no aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p> <p>H1 =En la medida que aumenta la exposición a la publicidad de alimentos no saludables, aumenta el riesgo de presentar obesidad, en los escolares de 8 a 12 años de la Institución Educativa 30487 Divino Maestro de la provincia de Jauja, en el año 2022.</p>			
--	--	--	--	--	--

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Tipo y escala
Exceso de peso	Acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas (32)	Sobrepeso	Índice de masa corporal para la edad con más de una desviación típica por encima de la mediana establecida en los patrones de crecimiento infantil de la OMS (32).	Cuantitativa y continua
		Obesidad	Índice de masa corporal es mayor a dos desviaciones típicas por encima de la mediana establecida en los patrones de crecimiento infantil de la OMS (32).	
Publicidad de alimentos no saludables	Forma de presentación o promoción no personal de ideas, bienes y servicios por un medio televisivo o red social relacionada a alimentos (13).	Uso de televisión	Número de horas viendo programas donde aparece publicidad de alimentos no saludables.	Cuantitativa y continua
		Uso de Facebook	Número de horas en las redes sociales donde aparece publicidad de alimentos no saludables.	Cuantitativa y continua
		Uso de YouTube		

## INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES

Con el presente cuestionario se quiere conocer aspectos relacionados a la publicidad televisiva y de las redes sociales que ves diariamente; para lo cual se agradece su colaboración, respondiendo con claridad, precisión y veracidad a la siguiente encuesta. Cabe manifestar que todas las preguntas son únicamente con fines de investigación.

#### DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del estudiante	[Redacted]
Grado y sección	5 <sup>TO</sup> A
Sexo	F
Edad	11 años

1. ¿Cuántas horas en promedio ves televisión al día?

- a) 1-2 horas
- b) 3- 4 horas
- c) 5- 6 horas
- d) 8 horas o más

2. ¿Qué canal de televisión de señal abierta ves con mayor frecuencia?

- a) Frecuencia latina
- b) América Televisión
- c) Televisión Nacional del Perú
- d) ATV
- e) Otros canales *Lautaro*

3. ¿Qué tipo de programa de televisión ves?

- a) Dibujos animados
- b) Shows
- c) Deportes
- d) Realitys
- e) Otros *películas de terror*

4. ¿Qué tipo de publicidad televisiva llama más tu atención?

- a) Alimentos
- b) Tecnología
- c) Entretenimiento
- d) Salud
- e) Otros .....



5.- ¿Cuántas horas en promedio estas en internet?

- a) 1-2 horas
- b) 3- 4 horas
- c) 5- 6 horas
- d) 8 horas o más

6.- ¿Cuántas horas en promedio estás en Facebook?

- a) 1-2 horas
- b) 3- 4 horas
- c) 5- 6 horas
- d) 8 horas o más

7.- ¿Cuántas horas en promedio estás viendo YouTube?

- a) 1-2 horas
- b) 3- 4 horas
- c) 5- 6 horas
- d) 8 horas o más

8.- Completar el siguiente cuadro, según el consumo promedio:

# VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

## FICHA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Medina Coronado Bertha  
 TÍTULO PROFESIONAL / GRADO ACADÉMICO: Licenciada en Nutrición y Dietética  
 CENTRO LABORAL: NUTRIMEDIC SONT - PS SANTA ROSA DTRISLC

CRITERIO DE CALIFICACIÓN:

Muy poco aceptable	1	Poco aceptable	2	Regular	3	Aceptable	4	Muy aceptable	5
--------------------	---	----------------	---	---------	---	-----------	---	---------------	---

N°	ÍTEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
	Datos generales					
1	¿Cuántas horas en promedio ves televisión al día?					X
2	¿Qué canal de televisión de señal abierta ves con mayor frecuencia?					X
3	¿Qué tipo de programa de televisión ves?					X
4	¿Qué tipo de publicidad televisiva llama más tu atención?					X
5	¿Cuántas horas en promedio estas en internet?					X
6	¿Cuántas horas en promedio estás en Facebook?					X
7	¿Cuántas horas en promedio estás viendo YouTube?					X

Recomendaciones: .....

.....

.....

.....

.....

.....

Huancayo, 10 de diciembre del 2022

PERU Ministerio de Salud  
  
 LIC. NUT. BERTHA MEDINA CORONADO  
 CNP. 4324

## FICHA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Javier Eduardo Curo Yllaconza

TÍTULO PROFESIONAL / GRADO ACADÉMICO: Licenciado en Nutrición U.N.M.S.M. – Doctor

CENTRO LABORAL: Universidad Continental – E.P. Medicina Humana

CRITERIO DE CALIFICACIÓN:

Muy poco aceptable	1	Poco aceptable	2	Regular	3	Aceptable	4	Muy aceptable	5
--------------------	---	----------------	---	---------	---	-----------	---	---------------	---

Nº	ÍTEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
	Datos generales					x
1	¿Cuántas horas en promedio ves televisión al día?					x
2	¿Qué canal de televisión de señal abierta ves con mayor frecuencia?					x
3	¿Qué tipo de programa de televisión ves?					x
4	¿Qué tipo de publicidad televisiva llama más tu atención?					x
5	¿Cuántas horas en promedio estas en internet?					x
6	¿Cuántas horas en promedio estás en Facebook?					x
7	¿Cuántas horas en promedio estás viendo YouTube?					x

Recomendaciones: .....

.....

.....

.....

Huancayo, 29 de noviembre del 2022



Dr. Javier Eduardo Curo Yllaconza  
C.N.P. 1555



## FICHA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Valle Elescano Reneé Amparo

TÍTULO PROFESIONAL / GRADO ACADÉMICO: Lic. en Nutrición - Mg. en Salud Pública

CENTRO LABORAL: Universidad Ricardo de Huancayo - Franklin Roosevelt

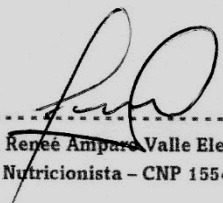
CRITERIO DE CALIFICACIÓN:

Muy poco aceptable	1	Poco aceptable	2	Regular	3	Aceptable	4	Muy aceptable	5
--------------------	---	----------------	---	---------	---	-----------	---	---------------	---

N°	ÍTEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
	Datos generales					
1	¿Cuántas horas en promedio ves televisión al día?					X
2	¿Qué canal de televisión de señal abierta ves con mayor frecuencia?					X
3	¿Qué tipo de programa de televisión ves?				X	
4	¿Qué tipo de publicidad televisiva llama más tu atención?					X
5	¿Cuántas horas en promedio estas en internet?					X
6	¿Cuántas horas en promedio estás en Facebook?					X
7	¿Cuántas horas en promedio estás viendo YouTube?					X

Recomendaciones: Podría considerar canales de cable

Huancayo, 05 de diciembre del 2022

  
 -----  
 Mg. Reneé Amparo Valle Elescano  
 Nutricionista - CNP 1554

## FICHA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: .....RUIZ SANCHEZ EDWIN MARTIN.

TÍTULO PROFESIONAL / GRADO ACADÉMICO: .....NUTRICIONISTA/ MAGISTER.....

CENTRO LABORAL: .....ESSALUD.....

CRITERIO DE CALIFICACIÓN:

Muy poco aceptable	1	Poco aceptable	2	Regular	3	Aceptable	4	Muy aceptable	5
--------------------	---	----------------	---	---------	---	-----------	---	---------------	---

Nº	ÍTEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
	Datos generales					
1	¿Cuántas horas en promedio ves televisión al día?				X	
2	¿Qué canal de televisión de señal abierta ves con mayor frecuencia?					X
3	¿Qué tipo de programa de televisión ves?				X	
4	¿Qué tipo de publicidad televisiva llama más tu atención?					X
5	¿Cuántas horas en promedio estas en internet?				X	
6	¿Cuántas horas en promedio estás en Facebook?				X	
7	¿Cuántas horas en promedio estás viendo YouTube?				X	

Recomendaciones:

Considerar menos de una hora dentro de las opciones de la encuesta

.....

.....

.....

.....

.....

Huancayo, ...9.....de .....Diciembre.....del 2022



Lic. Ruiz Sánchez Edwin  
Nutricionista CNP 6620

## PRUEBA DE CONFIABILIDAD

	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7
1	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	8 horas o más	1-2 horas
2	1-2 horas	Otros canales	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
3	5-6 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Entretenimiento	5- 6 horas	8 horas o más	5- 6 horas
4	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
5	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
6	1-2 horas	Frecuencia latina	Shows	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
7	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
8	1-2 horas	Frecuencia latina	Shows	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
9	3-4 horas	América Televisión	Dibujos animados	Tecnología	3- 4 horas	3- 4 horas	3- 4 horas
10	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
11	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
12	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
13	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
14	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
15	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
16	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
17	1-2 horas	Frecuencia latina	Deportes	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
18	5-6 horas	Televisión Nacional del ...	Otros	Tecnología	8 horas o más	5- 6 horas	8 horas o más
19	1-2 horas	ATV	Shows	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
20	1-2 horas	ATV	Shows	Salud	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas

**Resultado**

- [-] Fiabilidad
  - [+] Notas
  - [+] Escala: ALL VARIABLES
- [-] Fiabilidad
  - [+] Notas
  - [+] Escala: ALL VARIABLES
- [-] Fiabilidad
  - [+] Notas
  - [+] Escala: ALL VARIABLES
- [-] Fiabilidad
  - [+] Título
  - [+] Notas
  - [+] Escala: ALL VARIABLES
- [-] Resumen de proces
  - [+] Título
  - [+] Resumen de proces
  - [+] Estadísticas de fiabi

### Fiabilidad

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,701	7

## CONSENTIMIENTO INFORMADO



### CONSENTIMIENTO INFORMADO



Luego de haber sido debidamente informado de los objetivos, procedimientos y riesgos hacia mi persona como parte de la investigación titulada: "PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022"; mediante la firma de este documento acepto participar voluntariamente en el trabajo que se está llevando a cabo por los investigadores responsables: Tiza Rojas Jonatan Abner y Morales Miguel Diana Carolina.

Se me ha notificado que mi participación es totalmente libre y voluntaria y que aún después de iniciada puedo rehusarme a responder cualquiera de las preguntas o decidir suspender mi participación en cualquier momento, sin que ello me ocasione ningún perjuicio. Asimismo, se me ha dicho que mis respuestas a las preguntas y aportes serán absolutamente confidenciales y que las conocerá sólo el equipo de profesionales involucradas en la investigación; y se me ha informado que se resguardará mi identidad en la obtención, elaboración y divulgación del material producido.

Entiendo que los resultados de la investigación me serán proporcionados si los solicito y que todas las preguntas acerca del estudio o sobre los derechos a participar en el mismo me serán respondidas.

Jauja de diciembre del 2022.

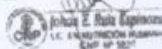


(Participante)

Apellidos y nombres:

Nº DNI

1. Responsable de investigación  
Apellidos y nombres: Tiza Rojas Jonatan Abner  
D.N.I. 43448224  
Nº de teléfono celular: 964653735  
Email: abnertizar@hotmail.com  
Firma:
2. Responsable de investigación  
Apellidos y nombres: Morales Miguel Diana Carolina  
D.N.I. 71232744  
Nº de teléfono celular: 970318867  
Email: Diana\_11\_13\_7@hotmail.com  
Firma:
3. Asesor(a) de investigación  
Apellidos y nombres: Mg. Johan Edgar Ruiz Espinoza  
D.N.I. 43895620  
Nº de teléfono/ celular:  
Email: d.jruize@upla.edu.pe  
Firma:











## DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS












											Visible: 19 de 19 variables
	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepeso	Grado	Edad	Sexo	Peso
1	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	23,00
2	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	23,00
3	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	7,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	1°	8	Masculino	30,00
4	Obesidad	Presenta	Obesidad	14,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	38,40
5	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	1°	8	Femenino	26,00
6	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	20,70
7	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	20,00
8	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	21,00
9	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	19,00
10	Obesidad	Presenta	Obesidad	16,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	32,00
11	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	8,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	1°	8	Masculino	22,50
12	Delgado	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	21,00
13	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	23,00
14	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Femenino	21,40
15	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	1°	8	Masculino	22,00
16	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	32,10
17	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	22,00
18	Obesidad	Presenta	Obesidad	14,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	28,00
19	Obesidad	Presenta	Obesidad	17,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	43,00
20	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	27,00
21	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	25,00
22	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	25,60









	Talla	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7
1	117,90	3-4 horas	Otros canales	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	3- 4 horas	1-2 horas
2	128,30	1-2 horas	Otros canales	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
3	127,20	3-4 horas	América Televisión	Shows	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
4	126,50	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
5	115,30	3-4 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
6	111,20	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
7	116,10	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
8	114,10	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
9	113,30	3-4 horas	ATV	Dibujos animados	Tecnología	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas
10	124,30	3-4 horas	ATV	Realitys	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
11	114,20	3-4 horas	América Televisión	Realitys	Alimentos	3- 4 horas	1-2 horas	5- 6 horas
12	123,90	3-4 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
13	118,70	3-4 horas	Frecuencia latina	Shows	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
14	117,30	1-2 horas	América Televisión	Realitys	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
15	119,00	5-6 horas	Otros canales	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	3- 4 horas	3- 4 horas
16	134,60	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
17	121,70	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
18	111,50	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
19	126,60	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
20	126,50	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Deportes	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
21	126,90	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
22	122,80	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas

	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepeso	Grado	Edad	Sexo	Peso
23	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	19,00
24	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	22,00
25	Obesidad	Presenta	Obesidad	16,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	36,80
26	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	31,00
27	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	24,40
28	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	23,50
29	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	20,00
30	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Femenino	21,20
31	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	25,00
32	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	23,00
33	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	2°	8	Masculino	27,10
34	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	6,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	2°	7	Femenino	26,40
35	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	2°	8	Femenino	23,80
36	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	10,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	2°	8	Masculino	32,60
37	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	26,30
38	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	7,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Masculino	25,50
39	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	7,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Masculino	32,50
40	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Femenino	28,00
41	Obesidad	Presenta	Obesidad	16,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	48,60
42	Obesidad	Presenta	Obesidad	19,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	44,70
43	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	25,50
44	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	24,00









	 Talla	 Preg_1	 Preg_2	 Preg_3	 Preg_4	 Preg_5	 Preg_6	 Preg_7
23	116,60	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Entretenimiento	8 horas o más	5- 6 horas	1-2 horas
24	114,00	3-4 horas	Otros canales	Dibujos animados	Otros	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
25	133,30	8 o más horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Entretenimiento	8 horas o más	8 horas o más	8 horas o más
26	136,00	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
27	123,00	1-2 horas	Otros canales	Dibujos animados	Otros	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
28	122,10	1-2 horas	América Televisión	Shows	Tecnología	1-2 horas	3- 4 horas	8 horas o más
29	118,50	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	1-2 horas	8 horas o más	5- 6 horas
30	119,30	5-6 horas	ATV	Shows	Entretenimiento	1-2 horas	3- 4 horas	8 horas o más
31	123,00	3-4 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Tecnología	3- 4 horas	3- 4 horas	1-2 horas
32	120,00	5-6 horas	ATV	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
33	127,70	3-4 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Entretenimiento	8 horas o más	1-2 horas	5- 6 horas
34	122,00	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	5- 6 horas	1-2 horas
35	115,60	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
36	129,00	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Alimentos	8 horas o más	1-2 horas	8 horas o más
37	133,90	8 o más horas	Otros canales	Dibujos animados	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
38	118,90	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	8 horas o más
39	134,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Deportes	Entretenimiento	1-2 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
40	121,20	1-2 horas	ATV	Deportes	Salud	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
41	133,70	8 o más horas	ATV	Dibujos animados	Otros	1-2 horas	1-2 horas	8 horas o más
42	133,50	5-6 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	1-2 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
43	128,00	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
44	125,40	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas











	 Exceso_peso_Dx	 Exceso_peso_dic	 Exceso_peso_3	 Publicidad	 Publicidad_categ	 Obesida	 Sobrepe	 Grado	 Edad	 Sexo	 Peso
45	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	32,00
46	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	8	Femenino	19,00
47	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	13,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Femenino	30,50
48	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	9,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	3°	8	Masculino	37,20
49	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	12,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Femenino	36,70
50	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	25,00
51	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	6,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	3°	8	Masculino	27,70
52	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	11,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	22,00
53	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	31,00
54	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	13,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	28,00
55	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	24,00
56	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	4,00	Baja	Sin obesi...	Con sobr...	3°	8	Femenino	35,00
57	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	29,00
58	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	12,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	3°	9	Femenino	35,00
59	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Masculino	26,50
60	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	15,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	10	Femenino	18,60
61	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	12,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	3°	9	Femenino	25,00
62	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	29,00
63	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Masculino	32,30
64	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	4°	10	Masculino	31,00
65	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	9	Femenino	25,00
66	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	27,20

	 Talla	 Preg_1	 Preg_2	 Preg_3	 Preg_4	 Preg_5	 Preg_6	 Preg_7
45	136,40	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	5- 6 horas
46	113,60	1-2 horas	Otros canales	Deportes	Salud	1-2 horas	5- 6 horas	3- 4 horas
47	124,50	8 o más horas	ATV	Realitys	Salud	8 horas o más	1-2 horas	8 horas o más
48	135,60	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	5- 6 horas	8 horas o más
49	130,20	5-6 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	5- 6 horas	5- 6 horas	5- 6 horas
50	133,20	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Shows	Salud	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
51	122,50	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Salud	3- 4 horas	3- 4 horas	1-2 horas
52	123,40	5-6 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Tecnología	3- 4 horas	8 horas o más	3- 4 horas
53	133,50	1-2 horas	Otros canales	Dibujos animados	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
54	131,40	3-4 horas	ATV	Dibujos animados	Salud	5- 6 horas	8 horas o más	8 horas o más
55	124,60	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	5- 6 horas	8 horas o más
56	131,00	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
57	130,60	3-4 horas	Otros canales	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
58	136,20	5-6 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	5- 6 horas	5- 6 horas	5- 6 horas
59	128,90	1-2 horas	América Televisión	Dibujos animados	Tecnología	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
60	109,50	5-6 horas	Televisión Nacional del ...	Otros	Tecnología	8 horas o más	8 horas o más	8 horas o más
61	131,70	5-6 horas	América Televisión	Dibujos animados	Alimentos	5- 6 horas	5- 6 horas	5- 6 horas
62	135,70	1-2 horas	América Televisión	Otros	Tecnología	1-2 horas	5- 6 horas	8 horas o más
63	132,90	5-6 horas	Otros canales	Otros	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	8 horas o más
64	128,40	3-4 horas	América Televisión	Otros	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
65	134,10	3-4 horas	América Televisión	Dibujos animados	Entretenimiento	1-2 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
66	131,70	1-2 horas	ATV	Realitys	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas

	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepeso	Grado	Edad	Sexo	Peso
67	Obesidad	Presenta	Obesidad	7,00	media	Con obes...	Sin sobre...	4°	9	Masculino	35,00
68	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	9	Masculino	28,00
69	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	4,00	Baja	Sin obesi...	Con sobr...	4°	10	Masculino	31,90
70	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	9	Masculino	30,00
71	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	11	Masculino	27,30
72	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	35,00
73	Obesidad	Presenta	Obesidad	15,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	4°	10	Masculino	59,00
74	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	39,30
75	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Masculino	43,00
76	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	14,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	27,00
77	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	30,50
78	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	4°	10	Masculino	36,90
79	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	4°	10	Masculino	39,00
80	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Masculino	31,00
81	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	4°	10	Femenino	29,00
82	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	12,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	10	Femenino	32,30
83	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	10	Masculino	27,00
84	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	12,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	5°	10	Masculino	39,00
85	Obesidad	Presenta	Obesidad	19,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	5°	10	Masculino	50,00
86	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	6,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Masculino	45,90
87	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Femenino	30,00
88	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	7,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Masculino	38,20

	 Talla	 Preg_1	 Preg_2	 Preg_3	 Preg_4	 Preg_5	 Preg_6	 Preg_7
67	128,60	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Deportes	Salud	1-2 horas	8 horas o más	1-2 horas
68	129,90	3-4 horas	ATV	Otros	Otros	1-2 horas	3- 4 horas	3- 4 horas
69	129,50	1-2 horas	Otros canales	Otros	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
70	128,90	3-4 horas	Frecuencia latina	Otros	Otros	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
71	131,60	5-6 horas	América Televisión	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas
72	147,30	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
73	152,80	3-4 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
74	144,30	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
75	135,50	1-2 horas	Otros canales	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
76	130,70	5-6 horas	América Televisión	Otros	Tecnología	8 horas o más	5- 6 horas	8 horas o más
77	140,50	1-2 horas	ATV	Shows	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
78	139,30	1-2 horas	ATV	Shows	Salud	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas
79	139,60	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Tecnología	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas
80	129,50	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Otros	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
81	130,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Otros	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
82	134,40	3-4 horas	América Televisión	Otros	Otros	5- 6 horas	5- 6 horas	8 horas o más
83	135,00	1-2 horas	Otros canales	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
84	137,00	8 o más horas	América Televisión	Deportes	Tecnología	5- 6 horas	1-2 horas	8 horas o más
85	147,50	1-2 horas	ATV	Shows	Tecnología	5- 6 horas	1-2 horas	8 horas o más
86	149,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Deportes	Alimentos	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
87	136,30	3-4 horas	Otros canales	Otros	Salud	8 horas o más	1-2 horas	3- 4 horas
88	137,70	3-4 horas	Televisión Nacional del ...	Deportes	Alimentos	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas

	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepeso	Grado	Edad	Sexo	Peso
89	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	4,00	Baja	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Femenino	55,00
90	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	32,00
91	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	10,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Femenino	53,20
92	Obesidad	Presenta	Obesidad	12,00	alta	Con obes...	Sin sobre...	5°	10	Masculino	47,00
93	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	37,50
94	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	40,20
95	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	12,00	alta	Sin obesi...	Con sobr...	5°	10	Femenino	44,00
96	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	10	Femenino	35,00
97	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	10	Femenino	31,70
98	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	29,00
99	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	33,50
100	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Femenino	42,00
101	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	5,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Femenino	49,20
102	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	38,00
103	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	11,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	5°	11	Masculino	36,50
104	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Masculino	30,00
105	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	5°	11	Femenino	29,60
106	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	4,00	Baja	Sin obesi...	Con sobr...	6°	12	Masculino	39,10
107	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	32,00
108	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	37,30
109	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	13,00	Femenino	37,60
110	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	32,70

	 Talla	 Preg_1	 Preg_2	 Preg_3	 Preg_4	 Preg_5	 Preg_6	 Preg_7
89	160,60	1-2 horas	Frecuencia latina	Realitys	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
90	141,00	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
91	149,00	5-6 horas	Otros canales	Otros	Salud	8 horas o más	1-2 horas	3- 4 horas
92	142,30	5-6 horas	Otros canales	Deportes	Tecnología	8 horas o más	3- 4 horas	5- 6 horas
93	139,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
94	145,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
95	142,30	5-6 horas	Otros canales	Otros	Salud	8 horas o más	1-2 horas	8 horas o más
96	145,00	1-2 horas	Frecuencia latina	Shows	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
97	137,40	1-2 horas	ATV	Shows	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
98	128,90	5-6 horas	Otros canales	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
99	140,80	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Tecnología	3- 4 horas	1-2 horas	8 horas o más
100	147,10	1-2 horas	Otros canales	Otros	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
101	151,70	3-4 horas	Otros canales	Shows	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
102	139,10	3-4 horas	Televisión Nacional del ...	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
103	134,00	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Deportes	Alimentos	5- 6 horas	5- 6 horas	8 horas o más
104	128,60	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
105	131,30	5-6 horas	ATV	Dibujos animados	Alimentos	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas
106	138,90	1-2 horas	Frecuencia latina	Deportes	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
107	135,00	3-4 horas	Frecuencia latina	Deportes	Entretenimiento	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas
108	145,90	3-4 horas	Otros canales	Otros	Otros	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
109	139,70	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
110	138,60	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas

	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepeso	Grado	Edad	Sexo	Peso
111	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	42,00
112	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	43,00
113	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	15,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	11	Femenino	40,00
114	Sobrepeso	Presenta	Sobrepeso	9,00	media	Sin obesi...	Con sobr...	6°	12	Femenino	46,90
115	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	48,00
116	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	33,90
117	Obesidad	Presenta	Obesidad	18,00	alta	Con obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	61,10
118	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	11	Masculino	29,00
119	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	40,00
120	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	6,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	40,00
121	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	46,70
122	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	45,00
123	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	10,00	alta	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	46,80
124	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	38,00
125	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	36,00
126	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	9,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	43,90
127	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	43,50
128	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	40,30
129	Obesidad	Presenta	Obesidad	15,00	alta	Con obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	45,30
130	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	47,00
131	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	8,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Masculino	38,00
132	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	7,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	35,30

	Talla	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7
111	151,40	1-2 horas	América Televisión	Shows	Alimentos	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas
112	148,40	3-4 horas	Frecuencia latina	Otros	Entretenimiento	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
113	149,20	5-6 horas	ATV	Otros	Entretenimiento	8 horas o más	8 horas o más	8 horas o más
114	149,70	1-2 horas	América Televisión	Shows	Entretenimiento	8 horas o más	1-2 horas	5- 6 horas
115	151,50	1-2 horas	ATV	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
116	141,10	3-4 horas	ATV	Dibujos animados	Salud	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
117	151,60	5-6 horas	ATV	Deportes	Tecnología	5- 6 horas	5- 6 horas	8 horas o más
118	128,90	3-4 horas	Otros canales	Dibujos animados	Entretenimiento	5- 6 horas	3- 4 horas	1-2 horas
119	142,40	1-2 horas	América Televisión	Realitys	Tecnología	5- 6 horas	1-2 horas	1-2 horas
120	149,20	1-2 horas	Televisión Nacional del ...	Realitys	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
121	161,60	5-6 horas	América Televisión	Shows	Salud	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
122	151,10	1-2 horas	América Televisión	Shows	Salud	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas
123	147,60	3-4 horas	América Televisión	Realitys	Entretenimiento	5- 6 horas	3- 4 horas	5- 6 horas
124	142,00	8 o más horas	ATV	Shows	Alimentos	1-2 horas	3- 4 horas	1-2 horas
125	141,40	1-2 horas	América Televisión	Otros	Otros	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
126	150,20	3-4 horas	Otros canales	Deportes	Tecnología	5- 6 horas	5- 6 horas	1-2 horas
127	148,20	1-2 horas	Otros canales	Dibujos animados	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
128	160,20	3-4 horas	Otros canales	Shows	Entretenimiento	3- 4 horas	1-2 horas	3- 4 horas
129	137,20	1-2 horas	ATV	Otros	Tecnología	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
130	152,40	1-2 horas	América Televisión	Otros	Otros	1-2 horas	1-2 horas	3- 4 horas
131	142,50	3-4 horas	América Televisión	Shows	Entretenimiento	5- 6 horas	1-2 horas	3- 4 horas
132	147,00	1-2 horas	Otros canales	Otros	Alimentos	1-2 horas	8 horas o más	1-2 horas



											Visible: 19 de 19 variables
	Exceso_peso_Dx	Exceso_peso_dic	Exceso_peso_3	Publicidad	Publicidad_categ	Obesidad	Sobrepe so	Grado	Edad	Sexo	Peso
133	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	5,00	media	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	39,00
134	Normal	No presenta	Sin exceso de peso	4,00	Baja	Sin obesi...	Sin sobre...	6°	12	Femenino	30,00
135											
136											
137											
138											
139											
140											
141											
142											
143											
144											

								Visible: 19 de 19 variables
	Talla	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7
133	147,70	1-2 horas	Frecuencia latina	Dibujos animados	Alimentos	3- 4 horas	1-2 horas	1-2 horas
134	137,00	1-2 horas	América Televisión	Deportes	Alimentos	1-2 horas	1-2 horas	1-2 horas
135								
136								
137								
138								
139								
140								
141								
142								
143								

## FOTOGRAFÍAS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



Tesistas realizando la evaluación antropométrica



Tesistas realizando la evaluación antropométrica



Tesistas realizando las encuestas a los escolares





Tesistas realizando las encuestas a los escolares





## **DECLARACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD**

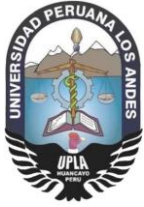
Yo, Tiza Rojas Jonatan Abner, identificado con D.N.I. 43448224, estudiante de la Escuela Profesional de Nutrición Humana, vengo implementando el proyecto de tesis titulado: PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022.; en ese contexto declaro bajo juramento que los datos que se generen como producto de la investigación, así como la identidad de los participantes, serán preservados y usados únicamente con fines de investigación, basados en los artículos 6° y 7° del Reglamento del Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana los Andes y en los artículos 4° y 5° del Código de Ética Para la Investigación Científica en la Universidad Peruana los Andes; salvo con autorización expresa y documentada de alguno de ellos.

Huancayo, 14 de Noviembre del 2022



---

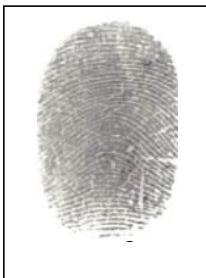
**Tiza Rojas Jonatan Abner**  
Responsable de la investigación



## **DECLARACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD**

Yo, Morales Miguel Diana Carolina, identificada con D.N.I. 71232744, estudiante de la Escuela Profesional de Nutrición Humana, vengo implementando el proyecto de tesis titulado: PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022; en ese contexto declaro bajo juramento que los datos que se generen como producto de la investigación, así como la identidad de los participantes, serán preservados y usados únicamente con fines de investigación, basados en los artículos 6° y 7° del Reglamento del Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana los Andes y en los artículos 4° y 5° del Código de Ética Para la Investigación Científica en la Universidad Peruana los Andes; salvo con autorización expresa y documentada de alguno de ellos.

Huancayo 14 de noviembre.... del 2022




---

**Morales Miguel Diana Carolina**  
Responsable de la investigación

## COMPROMISO DE AUTORÍA

En la fecha, Tiza Rojas Jonatan Abner, identificado con D.N.I. 43448224, Domiciliado en Pasaje Santa Teresa N° 293, El Tambo, Huancayo, egresado de la E.P. de Nutrición Humana, de la Facultad Ciencias de la Salud, de la Universidad Peruana Los Andes, me COMPROMETO a asumir las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada “PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022”, se haya considerado datos falsos, falsificación, plagio, auto plagio, etc. y declaro bajo juramento que el trabajo de investigación es de mi autoría y los datos presentados son reales y he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas.

Huancayo, 14 de noviembre del 2022



---

Tiza Rojas Jonatan Abner

D.N.I. 43448224

## COMPROMISO DE AUTORÍA

En la fecha, Morales Miguel Diana Carolina, identificada con D.N.I. 71232744, Domiciliada en el Jirón Leticia N° 300, Ataura, egresada de la E.P. de Nutrición Humana, de la Facultad Ciencias de la Salud, de la Universidad Peruana Los Andes, me COMPROMETO a asumir las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada “PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022.”, se haya considerado datos falsos, falsificación, plagio, auto plagio, etc. y declaro bajo juramento que el trabajo de investigación es de mi autoría y los datos presentados son reales y he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas.

Huancayo, 14 de noviembre del 2022



---

Morales Miguel Diana Carolina  
D.N.I. 71232744



**PERMISO Y PLAN DE REALIZACION DE PROYECTO DE LA I.E.  
N°30487 DIVINO MAESTRO**

SOLICITO: PERMISO PARA REALIZAR  
ENCUESTA Y EVALUACIÓN  
ANTROPOMETRICA EN LA I.E. N°30487  
DIVINO MAESTRO

SEÑOR:  
Lic. VASCO GARCIA ERIC FRANCISCO  
DIRECTOR DE LA I.E. N° 30487 DIVINO MAESTRO

Yo, Tiza Rojas Jonatan Abner, identificado con D.N.I. 43448224, domiciliado en pasaje Santa Teresa N° 293 – El Tambo; y Morales Miguel Diana Carolina D.N.I. 71232744, domiciliada en el Jirón Leticia N°300 – Ataura; Bachillers de la E.P. de Nutrición Humana, ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, estamos realizando la investigación "PUBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022", motivo por el cual solicito se nos permita poder realizar la encuesta de alimentos no saludables y medidas antropométricas a los estudiantes matriculados en la I.E. N°30487 Divino Maestro, 2022, la cual servirá como antecedente para estudios posteriores en el ámbito de Ciencias de la Salud.

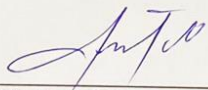
De igual manera, solicito se me da las facilidades con los docentes para poder realizar la encuesta y medidas antropométricas a los alumnos en sus respectivas aulas de la institución educativa.


Así mismo nos responsabilizamos que dicha información obtenida se manipulará con confidencialidad y solo con fines científicos, que en ningún caso será publicado los nombres de los estudiantes.

Por lo expuesto:

Ruego a Usted, señor Director de la I.E. N°30487 Divino Maestro, sirva a acceder a mi petición por ser de justicia.

Huancayo, 12 de diciembre de 2022

  
\_\_\_\_\_  
JONATAN ABNER TIZA ROJAS  
DNI:43448224

  
\_\_\_\_\_  
DIANA CAROLINA MORALES MIGUEL  
DNI: 71232744



*Recibido*  
12/12/22  
*Eric Vasco*  
Eric Francisco Vasco García  
DIRECTOR  
C.M. 1020720226



A : Lic. VASCO GARCIA ERIC FRANCISCO  
Director de la I.E. N°30487 Divino Maestro

DE : Jonatan Abner Tiza Rojas  
Bachiller de Nutrición Humana

Asunto : Plan de realización de proyecto de investigación "PÚBLICIDAD DE ALIMENTOS NO SALUDABLES Y EXCESO DE PESO EN ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS EN JAUJA, 2022"

Fecha : 12 de diciembre del 2022

Es grato dirigirme a usted para saludarle muy cordialmente y a la vez remitirle el plan de evaluación antropométrica.

I. **INFORMACION GENERAL**

FECHA: Diciembre  
LUGAR: Instalaciones de la I.E. N°30487 DIVINO MAESTRO  
PARTICIPANTES: niños y niñas de la I.E. N°30487 DIVINO MAESTRO

II. **OBJETIVO**

Realizar la evaluación antropométrica y encuesta de alimentos no saludables para diagnosticar el estado nutricional.

III. **JUSTIFICACIÓN**

La malnutrición a nivel mundial es un problema de salud pública que afecta a todo grupo etario sin distinguir el nivel socioeconómico; en el mundo la obesidad ha afectado a países en desarrollados como en vías de desarrollo, Los estudios de prevalencia en distintos estratos y localizaciones de los países latinoamericanos oscilan entre el 22-26% en Brasil, 21% en México, 10% en Ecuador, 3-22% en Perú, 22.35% en Paraguay y 24-27% en Argentina, aunque estos datos no pueden extrapolarse a la población general. En la población peruana mayor de 15 años, para el 2020 el porcentaje obesidad fue 24.6% valor que se ha incrementado en 3,6 puntos porcentuales con respecto al año 2017. El 39.9% tiene al menos una comorbilidad o factores de riesgo para su salud, es decir diabetes mellitus o hipertensión arterial; así mismo la desnutrición crónica afectó al 12.1% de la población menor de cinco años a nivel nacional, en Junín el 2020 el porcentaje fue 17.5% de desnutrición crónica; datos obtenidos de la del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) resultados encontrados en la Encuesta demográfica y de salud familiar (ENDES-2020).

La antropometría nos ayuda a obtener resultados y detectar malnutrición como son el exceso de peso o identificar problemas de desnutrición, lo cual facilita al especialista en nutrición para una prescripción dietoterapéutico adecuada.

IV. **METODOLOGÍA**

La antropometría se ocupa principalmente en medir las partes de cuerpo humano y sus proporciones, para comparar si se acomoda a la mediana de las normas de estandarización global. Las clasificaciones del estado nutricional para niños de 5 a 11 años de edad son: índice de masa corporal para la edad (IMC/E) y talla para la edad (T/E)

Los datos serán ingresados al programa Excel que usa como patrones de referencia las tablas de valoración nutricional antropométrica según grupo etarios, validados por el ministerio de salud, aprobados por la OMS.



*Recibido*  
12/12/22  
2023  
Eric Francisco Vasco Guerra  
Direct. C.A.  
C.M. 1020120220