

Licenciatura en Nutrición
Trabajo Final Integrador

Autora: Ailen Ascarraga

**PERCEPCIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS EN ADOLESCENTES DE 13 A 17
AÑOS QUE ASISTEN AL INSTITUTO SAGRADO CORAZÓN
EN 2023**

2023

Tutora: Lic. Paula Mizrahi

Citar como: Ascarraga A. Percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que asisten al instituto Sagrado Corazón en 2023. [Trabajo Final de Grado]. Buenos Aires: Universidad ISALUD; 2023. <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/661>



DEDICATORIAS

A mis padres, Johnny y María, por siempre creer que estoy para más, que yo puedo más, y por enseñarme a ser responsable y disciplinada en todo lo que haga.

A mi grupo de amigos, que siempre me escucharon cuando tenía un mal día, y me alentaban a seguir adelante, son un gran apoyo incondicional, festejan cada logro mío como si fuera suyo.

A la docente Paula Mizrahi, por acompañarme y guiarme a lo largo de todo este trabajo con paciencia, comprensión, y quedarse conmigo hasta tarde para perfeccionar mi TFI.

Al director Dinard de la escuela Sagrado corazón, por permitirme el espacio para poder realizar mi encuesta a todos los alumnos del secundario.

Percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que asisten al instituto Sagrado Corazón.

Autora: Ailen Ascarraga

email: ailen.ascarraga@gmail.com

RESUMEN

Introducción: Aumento el consumo de AUP, por menor tiempo para preparar comidas caseras, la publicidad masiva en los medios de comunicación, durabilidad de los productos, largas horas de trabajo, un bajo nivel económico, falta de educación, provocando un deterioro en la salud, mayor riesgo de desarrollar ECNT, en adolescentes ya que son vulnerables por encontrarse en una etapa de cambios (1).

Objetivo: Se evaluó la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

Metodología: A través de un cuestionario autoadministrado de elaboración propia, que se realizó en google forms con 16 preguntas, y se difundió durante septiembre, donde participaron 105 alumnos.

Resultados: El 60,2% afirmó que los AUP son formulaciones listas para comer o beber, que presentan alto contenido de grasas, sodio, azúcares. El 78,5% refirió que los alimentos ultraprocesados influyen en su salud, aumentando el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudicando la salud. El 62,4% considero que los sellos de advertencia en los envases de los alimentos mejoran los hábitos de compra, informan de manera rápida y sencilla ayudando a tomar decisiones saludables. En cuanto a percepción sobre alimentos ultraprocesados el 82,8% considero la hamburguesa, el 80,6% las golosinas, respecto a bebidas el 91,4% considero las bebidas energizantes y el 82,8% las gaseosas. Respecto a la frecuencia de consumo los chocolates se consumieron como mínimo 1 vez a la semana o más veces, en el 65%, y golosinas un 63%.

Conclusiones: La mayoría tuvo conocimiento sobre qué alimentos fueron ultraprocesados, se reconoció sus consecuencias, y los más consumidos fueron chocolates, golosinas, galletitas envasadas, papas fritas, se hizo evidente la importancia de promover educación alimentaria en las escuelas, sobre todo en niños pequeños para que tengan noción de una alimentación saludable.

Palabras claves: alimentos, ultraprocesados, percepción, consumo.

SUMMARY

Introduction: Increased consumption of UPA, due to less time to prepare homemade meals, massive advertising in the media, durability of products, long working hours, a low economic level, lack of education, causing a deterioration in health, greater risk of developing NCDs, in adolescents since they are vulnerable because they are in a stage of changes.

Objective: The perception and consumption of ultra-processed foods was evaluated in adolescents aged 13 to 17 years who attend the Sacred Heart Institute in 2023.

Methodology: Through a self-administered questionnaire of our own development, which was carried out in Google Forms with 16 questions, and was disseminated during September, where 105 students participated.

Results: 60.2% stated that UPAs are formulations ready to eat or drink, which have a high content of fats, sodium, and sugars. 78.5% reported that ultra-processed foods influence their health, increasing the risk of developing diseases and harming health. 62.4% consider that warning seals on food packaging improve purchasing habits, provide information quickly and easily, helping to make healthy decisions. Regarding the perception of ultra-processed foods, 82.8% considered hamburgers, 80.6% considered sweets, and regarding beverages, 91.4% considered energy drinks and 82.8% considered soft drinks. Regarding the frequency of consumption, chocolates were consumed at least once a week or more times, in 65%, and sweets in 63%.

Conclusions: The majority were aware of which foods were ultra-processed, their consequences were recognized, and the most consumed were chocolates, sweets, packaged cookies, and potato chips. The importance of promoting food education in schools became evident, especially in young children. so that they have a notion of healthy eating.

Keywords: foods, ultra-processed, perception, consumption

INDICE

Introducción	1
Marco conceptual y Estado del arte	2
Planteamiento del problema	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Viabilidad	10
Material y método	11
Diseño enfoque y alcance	11
Población de estudio	11
Criterios de elegibilidad	11
Método	12
Cronograma de actividades	12
Operacionalización de variables	13
Aspectos éticos	23
Análisis estadístico	23
Resultados	24
Discusión	35
Recomendaciones	35
Conclusión	35
Bibliografía	37
Anexos	42

I. INTRODUCCIÓN

La etapa de la adolescencia es un periodo de desarrollo biológico, psicológico, sexual y social, que se caracteriza por una etapa entre los 10 a 19 años, así mismo, la conducta de los adolescentes está determinada por la sociedad que los rodea, debido a esto, las grandes empresas de alimentos modifican la naturaleza de sus alimentos convirtiéndolos en ultraprocesados, visualmente más atractivos, con el objetivo de llegar a la población de niños y adolescentes como principales consumidores ya que son vulnerables por encontrarse en una etapa de cambios.(1)

De igual manera, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) evidencia que el consumo de alimentos ultraprocesados (AUP) fue aumentando con el paso del tiempo, debido a diversas causas, como menor tiempo para preparar y cocinar comidas caseras, la publicidad masiva en los medios de comunicación, durabilidad de los productos, largas horas de trabajo, un bajo nivel económico, falta de educación. (1)

En consecuencia, los AUP que son formulaciones industriales elaboradas a partir de aditivos, sustancias derivadas de los alimentos, y fuentes orgánicas, contienen pocos o ningún alimento entero, vienen listos para consumirse en el momento, para recalentar o reconstituir, y requieren poca o ninguna preparación culinaria. Por esta razón, al estar nutricionalmente desequilibrados, tienen un elevado contenido en azúcares, grasas y sodio, y un bajo contenido en proteína, fibra alimentaria, minerales y vitaminas, en comparación con alimentos naturales, los cuales no fueron sometidos a un procesamiento o al agregado de aditivos alimentarios. (2)

Por consiguiente, se van a clasificar los alimentos según el sistema NOVA (clasifica a los alimentos en base a su grado de procesamiento) en 4 grupos: alimentos sin procesar o mínimamente procesados, ingredientes culinarios procesados, alimentos procesados, y alimentos ultraprocesados. (2)

De manera que los AUP se encuentran estrechamente relacionados con un deterioro en la salud, ocasionando mayor riesgo de desarrollar enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), como diabetes, hipertensión arterial, sobrepeso, obesidad, dislipemia, aterosclerosis, enfermedades hepáticas, renales y cardiovasculares, se encuentran entre las primeras causas de muerte en la mayoría de los países. Es por ello que la presente investigación se centró en observar cuál fue la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

II. MARCO CONCEPTUAL Y ESTADO DEL ARTE

2.1 Alimentos ultraprocesados

Generalmente formados por múltiples ingredientes (como proteínas hidrolizadas, almidones modificados, aceites hidrogenados o interesterificados), con aditivos alimentarios (colorantes, aromatizantes, edulcorantes sin azúcar, emulsificantes, humectantes, secuestrantes, reafirmantes, aumentadores de volumen, antiespumantes, antiaglomerantes y agentes de recubrimiento) son formulaciones industriales usadas para imitar la apariencia de alimentos naturales, o esconder cualidades indeseables del producto final. (2) (3).

La universidad de Sao Paulo fue la creadora del sistema NOVA, para clasificar a los alimentos en 4 grupos, según su naturaleza, finalidad y grado de procesamiento. (1)

El primer grupo se formó por alimentos de origen vegetal o animal, sin procesar donde no se agregó ninguna sustancia, pero en algunos alimentos sí se quitaron ciertas partes. El segundo grupo se conforma por ingredientes culinarios procesados, son sustancias extraídas y purificadas por la industria a partir de alimentos obtenidos de la naturaleza, y pueden usarse aditivos, preservantes, agentes estabilizadores. El tercer grupo se integra por alimentos procesados, donde se agrega sal o azúcar, aceite o vinagre, para que prolongue el tiempo de conservación, y modifique su palatabilidad, se producen para consumirse como parte de comidas o platos. El cuarto grupo se conforma por productos ultraprocesados, se obtienen mediante el procesamiento de alimentos, provenientes de fuentes orgánicas, suelen ser prácticos, bastante accesibles, poseen un tiempo de conservación prolongado, vienen empaquetados no contienen alimentos enteros, con sabor agradable, pueden generar un hábito, imitan la apariencia, forma y cualidades sensoriales de los alimentos originales. Contienen preservantes y otros aditivos, como estabilizadores, emulsificantes, solventes, aglutinantes, cohesionantes, aumentadores de volumen, endulzantes, resaltadores sensoriales, colorantes y saborizantes, y auxiliares para el procesamiento. Se diseñaron para consumirse solos o combinarlos como snacks, y para sustituir los platos preparados a base de alimentos sin procesar (1)(3)

Alimentos	Ejemplos
-----------	----------

Alimentos sin procesar	Verduras y frutas frescas, secas, congeladas y envasadas al vacío, cereales, leguminosas, hongos, jugos de fruta recién preparados o pasteurizados no reconstituidos; nueces y semillas sin sal; carnes blancas y rojas, mariscos, huevos, leche en polvo, fresca, entera, parcial o totalmente descremada, yogur natural; harinas, pastas alimenticias crudas hechas de harina y agua; té, café e infusiones de hierbas; agua corriente, filtrada, de manantial o mineral
Ingredientes culinarios procesados	Aceites vegetales; grasas animales; harinas, almidones; azúcares, jarabes; sal
Alimentos procesados	Verduras y leguminosas enlatadas, conservadas en salmuera o escabeche; frutas en almíbar; pescados enteros o en trozos conservados en aceite; nueces o semillas saladas; carnes y pescados procesados, salados o curados y no reconstituidos como jamón, tocino y pescado seco; quesos hechos con leche, sal y fermentos; y panes elaborados con harinas, agua, sal y fermentos
Alimentos ultraprocesados	Papas fritas, helados, chocolates, caramelos; hamburguesas y perros calientes; nuggets; panes, bollos y galletas empaquetados; cereales endulzados para el desayuno; pastelitos, masas, pasteles, mezclas para pastel, tortas; barras energizantes; mermeladas y jaleas; margarinas; postres empaquetados; fideos, sopas enlatadas, salsas; extractos de carne y levadura; bebidas gaseosas y bebidas energizantes; bebidas alcohólicas, yogur de fruta; bebidas y néctares de fruta; pizzas preparadas; leche de fórmula y preparaciones lácteas complementarias

Fuente: Organización panamericana de la salud y OMS

2.2 Prevalencia de consumo de alimentos ultraprocesados

Según la Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE) 2018, la cual proporciona datos en relación a la salud y factores de riesgo entre estudiantes de 13 a 17 años en Argentina, observó que el 21,0% consumió dos o más fruta por día, evidencio que el 10,5% consumió tres o más verduras diarias, en cuanto a bebidas azucaradas el 33,2% consumió 1 o más veces al día, y el 9,9% consumió en lugares de comida rápida 3 o más días en la última semana. (4)

En comparación con la EMSE 2012, aumentó el consumo de alimentos ultraprocesados en cadenas de comida rápida, en chicos de 13 a 15 años, y hay mayor consumo respecto a los de 16 a 17 años. (4)

A su vez otras encuestas nacionales, como la Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNY 2), observó que un 37,8% de la población de 13 a 17 años reportó haber consumido verduras al menos una vez al día, y un 21,4% de frutas frescas. (5)

Además, según el artículo de Consumo de Alimentos Procesados y Ultraprocesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes, el 75,5 % de adolescentes tiene un consumo mensual de 1-3 veces de alimentos procesados y ultraprocesados, asimismo, el 48 % de los estudiantes tiene actividad física entre baja y muy baja. (3)

2.3 Consecuencia de alimentos ultraprocesados

Los alimentos ultraprocesados a nivel mundial constituyen un factor de riesgo de ECNT, debido a que el consumo excesivo puede contribuir a una dieta de mala calidad, diabetes, hipertensión arterial, sobrepeso, obesidad, dislipemia, aterosclerosis, enfermedades hepáticas, renales y cardiovasculares, a su vez se asoció con una menor talla por edad. Durante 2019 un equipo de investigadores del Instituto Nacional de Salud llevó a cabo una prueba de control en adultos de peso normal, donde controló durante un mes la ingesta alimentario de todos los sujetos en estudio, se los alimentó por dos semanas con una dieta compuesta por alimentos naturales y, por otras dos semanas, con una dieta compuesta por alimentos ultraprocesados, durante las dos primeras semanas hubo una pérdida de peso, mientras que, por el contrario, la dieta basada en alimentos ultraprocesados resultó en un aumento de peso. Los investigadores les proporcionaron dos grupos de alimentos con la misma distribución de fibra, proteínas, carbohidratos, grasa y calorías totales. Se les permitió a ambos grupos comer todo cuanto

quisieran, y consumieron más cuando estaban en el grupo de los alimentos ultraprocesados que en el de alimentos reales. (6)

Además, algunos investigadores sostienen que los AUP perturban las señales de saciedad y satisfacción al incentivar a comer más por encontrarse distraídos, sobre todo en niños menores de 2 años, que fueron los que consumieron con mayor frecuencia esta clase de alimentos, y esto genera desde pequeños un hábito alimentario y una menor talla por edad. (6)

2.4 Alimentación saludable

Una alimentación saludable es equilibrada y variada, aporta una cantidad suficiente de nutrientes esenciales y limitada en aquellos nutrientes cuya ingesta en exceso es factor de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles. (7)

2.5 Ley de Promoción de la Alimentación Saludable

La Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable tiene por objeto garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada de la población, a través de la promoción de una alimentación saludable, brindando información nutricional simple y comprensible de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas, para promover la toma de decisiones asertivas y activas y resguardar los derechos de los consumidores; advirtiéndoles sobre los excesos de componentes como azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías, a partir de información clara, oportuna y veraz en atención a los artículos 4° y 5° de la Ley N° 24.240, de Defensa al Consumidor, y promover la prevención de la malnutrición en la población y la reducción de enfermedades crónicas no transmisibles". (7)

Antes de que surgiera la ley de promoción de la alimentación saludable, la Fundación Interamericana del corazón Argentina (FIC) realizó estudios de investigación para identificar las técnicas de la publicidad de AUP, evidencio que el 85,3% de las publicidades de alimentos emitidas durante los cortes comerciales de programas dirigidos a las infancias publicitan alimentos de bajo valor nutritivo, presentan personajes en sus envases como deportistas y celebridades, 4 de cada 10 utilizan mensajes como «Fuente de vitaminas y minerales» o «50% de calcio diario recomendado», entonces se demostró que la calidad nutricional de los productos no coincidió con la información que se brindaba en los envases y, de esta manera, afectan la percepción de la población acerca de los productos que eligen y consumen. (8)(9)

Según UNICEF 2021 realizó un estudio sobre la influencia de las redes sociales en las decisiones de consumo, mostró que 8 de cada 10 niños dijeron estar expuestos con mucha frecuencia a las publicidades y la mitad de los chicos reconoció haber pedido que le compren algún alimento porque lo vieron en una publicidad. Se prohíbe la publicidad de alimentos que contengan al menos un sello cuando sea especialmente dirigida a niños, niñas y adolescentes, en el resto de las publicidades, se limita las promociones y se debe incorporar visiblemente los sellos de advertencia, sin embargo, no está prohibida su publicidad. (10)

2.6 Adolescencia

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera la adolescencia entre los 10 a 19 años, y a su vez clasifica esta etapa en 3 fases según rango etario, la primera fase desde los 10 años hasta los 13 años se considera como preadolescencia, la segunda fase desde los 14 años hasta los 16 años, y la tercer fase conocida como adolescencia tardía entre los 17 y 19 años. (11)

La adolescencia es el periodo de cambios, un proceso de transformación del niño en adulto, se caracteriza por el crecimiento físico y desarrollo psicológico, tiene características peculiares, y se considera un fenómeno biológico, cultural y social. Es una etapa de descubrimiento de la propia identidad, así como la de autonomía individual. (11)

Características de la adolescencia

La adolescencia es un periodo de crecimiento acelerado de huesos, músculo, y compartimiento graso, ganando el 20% de la talla que va a tener como adulto y el 50% del peso. De modo que en varones aumenta la masa magra, y en mujeres la masa grasa, por eso es necesario aumentar las necesidades nutricionales, y así evitar deficiencias nutricionales. Además, de que los hábitos alimentarios y la conducta lo adquirieron de forma gradual desde niños, y recién en la adolescencia aumentan su independencia, por lo que es frecuente que omitan comidas, sobre todo el desayuno, que consuman gran cantidad de snacks, alcohol, drogas, que no realicen ejercicio físico pero les interese una alimentación sana y natural, y demuestran hábitos no saludables, y que tengan un ideal de delgadez excesiva, todo esto condiciona las necesidades nutricionales de manera que se individualiza el consejo nutricional para cada caso. (12) (13)

2.7

Recomendaciones

nutricionales

Las guías alimentarias para la población argentina (GAPA) recomiendan consumir al menos 5 porciones al día de verduras y frutas, 4 porciones por día de legumbres, cereales, papa, pastas y pan, 3

porciones al día de leche, yogur y quesos, 1 porción al día de carnes y huevos, 2 porciones al día de aceites, frutas secas y semillas, y no consumir habitualmente productos procesados y ultraprocesados con altas cantidades de azúcares, grasas y sal, debido a que son alimentos de consumo opcional. (14)

2.8 Requerimientos nutricionales

Al encontrarse en crecimiento los requerimientos se elevan, con el fin de conseguir un estado nutricional óptimo y mantener un ritmo de crecimiento adecuado, sin embargo, esto varía en función de su sexo, edad, talla, grado de actividad física. Por ello, es difícil establecer recomendaciones estándar que se ajusten a todos los adolescentes, en promedio, se calculan entre 2.500- 2.750 kilocalorías en chicos, y 2.200-2.300 en chicas, en cuanto a macronutrientes no varía mucho de la que se recomienda para niños o adultos, 12-15% de proteínas, 25-35% de lípidos, 50-58% de hidratos de carbono, aumentando las necesidades de hierro, vitaminas (A, D y C), ácido fólico y calcio. (15)

Azúcares

El Comité de Nutrición de la Sociedad Europea de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica (ESPGHAN) así como la OMS, recomiendan que la ingesta de azúcar sea menor al 5% de la ingesta energética para niños y adolescentes (2-18 años). Sin embargo, aumentó su consumo, y en exceso causa sobrepeso y obesidad, caries dentales, molestias gastrointestinales, enfermedades cardiovasculares y diabetes tipo 2. Por ello, no existen requerimientos nutricionales de azúcar para bebés, niños y adolescentes, siempre que sea posible, se debe consumir en forma natural a través de leche, productos lácteos sin azúcar, y frutas frescas enteras, en lugar de bebidas azucaradas, zumos de frutas, batidos o bebidas y productos lácteos azucarados. (16) (17)

Sodio

El Ministerio de Salud de la Nación desarrolló en el 2009 la iniciativa “Menos Sal Más Vida” con el objetivo de reducir el consumo de sodio de manera progresiva entre el 5-18% en productos cárnicos y sus derivados; farináceos; lácteos; sopas, aderezos y conservas. Hasta que en 2014 se aprobó la Ley 26.905 de reducción de sodio, con el fin de reducir el riesgo de hipertensión arterial y enfermedades del corazón. (18) (19)

La OMS recomienda <5 g por día (1 cucharadita), y el consumo en Argentina es de 10-12 g diarios, se calcula que la mayor cantidad de sal proviene de los alimentos procesados. (19)

Grasas

Suelen ser imprescindibles en la alimentación del adolescente por sus elevadas necesidades calóricas, proporcionan ácidos grasos esenciales y permiten la absorción de las vitaminas liposolubles. Las recomendaciones en la adolescencia son del 30-35% de grasas, el aporte de grasas saturadas menos del 10% de las calorías totales, los ácidos monoinsaturados 10-20%, los poliinsaturados 7-10%, la ingesta de colesterol menor a 100 mg/día. (20) (21)

2.8 Marketing nutricional

Las empresas de alimentos y bebidas, se encuentran constantemente desarrollando estrategias y campañas de publicidad promoción y patrocinio, para atraer la atención de niños y adolescentes. Se evidencio que la publicidad de alimentos y bebidas no saludables influyó en el deseo de compra, en su elección y consumo, sumando a esto el uso de personajes públicos reconocidos, como futbolistas y cantantes, en los envases de los alimentos y bebidas, que además desbordan en color y muchas veces generan promociones gratuitas. Existen infinidad de estrategias publicitarias, sobre todo en fechas importantes para la población en general, con el fin de que el producto sea reconocible por los niños, y que cree un ambiente positivo, y se prefiera frente a otros productos. (22)

III. PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Tema: Hábitos alimentarios

Subtema: Percepción y consumo de alimentos ultraprocesados.

3.1 Pregunta problema

¿Cuál es la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023?

3.2 OBJETIVO GENERAL

- Evaluar la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

3.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Examinar la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.
- Identificar percepción de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.
- Determinar características de los adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

3.4 Hipótesis de investigación

Hipótesis de investigación descriptiva, bivariada.

Hay una baja percepción sobre alimentos ultraprocesados y un alto consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

(23)

3.5 Viabilidad:

La investigación es viable porque se cuenta con los recursos humanos, y materiales necesarios para llevarla a cabo. En cuanto a los recursos financieros no son relevantes. Se cuenta con autorización por parte de las autoridades para acceder al establecimiento las veces que fuera necesario. Se les explicará a los tutores legales de los participantes cuáles son los objetivos del estudio, cuál es la modalidad y cuándo se procederá a recolectar la información.

IV. MATERIALES Y MÉTODO

4.1 Diseño enfoque y alcance de investigación

Este estudio presenta un diseño observacional, descriptivo, cuantitativo y transversal. Se busca evaluar la percepción y el consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que concurren a la escuela Sagrado Corazón en 2023, y se realizó un cuestionario no validado de elaboración propia en google forms, el cual se difundió durante 1 mes, y no se contó con prueba piloto.

4.2 Población de estudio

Adolescentes que concurren al Instituto Sagrado Corazón, que queda en el barrio de Celina, es una institución privada, cuenta con secundario en turno mañana (primaria y jardín, en la tarde).

4.2.1 Población accesible

Adolescentes de 13 a 17 años que concurren al Instituto Sagrado Corazón en 2023.

CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

Criterios de inclusión

- Ambos sexos
- Adolescentes de 13 a 17 años. (4)
- Que asistan a la escuela Sagrado Corazón en 2023
- Que los tutores legales acepten la participación de sus niños a cargo y firmen el consentimiento informado.

Criterios de exclusión

- Que no estén presentes el día de la recolección de datos en la escuela Sagrado Corazón
- Estudiantes que presenten algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria confirmada por un profesional de la salud

Criterios de eliminación

- Decidieron no participar durante el transcurso de la investigación.
- Registros de frecuencia de consumo incompletos.

MÉTODO

Se evaluó la percepción de alimentos ultraprocesados, a través de un cuestionario no validado de elaboración propia, y el consumo de los AUP, mediante un cuestionario de frecuencia de consumo, realizado en google forms, el cual se difundió durante 1 mes, y no se contó con prueba piloto. Si bien el cuestionario refiere 14 secciones, dentro de las cuales hubo 16 preguntas, sobre percepción y consumo de alimentos ultraprocesados, naturales, alergias o intolerancias alimentarias, sellos de advertencia, salud y características sociodemográficas, como edad, género, lugar de estudio y grado. Además, se informó que los datos obtenidos serán confidenciales y de manera anónima.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Elección del tema y subtema	x							
Pregunta problema	x							
Introducción		x	x					
Marco teórico			x	x				
Estado del arte			x	x				
Criterios de elegibilidad				x				
Objetivos				x				

Herramienta de recolección de datos				x	x			
Trabajo de campo					x	x		
Análisis y redacción de resultados							x	x
Discusión								x
Conclusión y recomendaciones								x
Anexos y resumen								x

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla 1. Operalización de las variables utilizadas en el trabajo de investigación

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADOR	CATEGORÍA	CLASIFICACIÓN	TÉCNICA/ INSTRUMENTO
----------	-----------------------	-----------	-----------	-----------	---------------	----------------------

Percepción	Es la forma en la que el cerebro interpreta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión inconsciente o consciente. (24)	Reconocimiento de alimentos	¿Qué consideras que es un alimento ultraprocesado?	- Formulaciones listas para comer o beber, que presentan alto contenido de grasas, sodio, azúcares y un riesgo para la salud - Formulaciones listas para comer o beber, que presentan bajo contenido de grasas, azúcares y sodio	Cualitativo, ordinal, policotómica, independiente,	Cuestionario de elaboración propia
------------	--	-----------------------------	--	---	--	------------------------------------

				<p>-Formulaciones listas para comer o beber, que tienen alto contenido de proteína, fibra, vitaminas y minerales</p> <p>-Formulaciones que no vienen listas para consumir o para recalentar, y requieren mucha preparación</p>		
			<p>¿Qué piensas que es un alimento natural?</p>	<p>-Aquel que aporta nutrientes como sodio, grasas, y azúcares</p> <p>-Aquel alimento que no tuvo un procesamiento o transformación durante su elaboración y esta libre de otras sustancias como conservantes, colorantes y saborizantes</p>		

			<p>tes</p> <p>-Aquel alimento que se fabrica mediante procesamiento</p> <p>¿Cuál /es de estos alimentos consideras que es ultra procesado?</p>	<p>-hamburguesas</p> <p>-frutas</p> <p>-helados</p> <p>-galletitas envasadas</p> <p>-cereales para el desayuno</p> <p>-pescado fresco</p> <p>-mermelada y dulces</p> <p>-yogur de vainilla/frutilla</p> <p>-huevo</p> <p>-salchicha</p> <p>-congelados de pizza</p> <p>-nuggets</p> <p>-carne de vaca o pollo</p> <p>-golosinas</p> <p>-papas fritas</p> <p>-verduras</p> <p>-chocolates</p> <p>-tortas preparadas</p>	
--	--	--	--	--	--

			<p>¿Cuál/es de estas imágenes consideras que es una bebida ultraprocesada?</p>	<p>-sopas instantáneas</p> <p>-bebidas energizantes</p> <p>-bebidas alcohólicas</p> <p>-bebidas deportivas</p> <p>-agua</p> <p>-gaseosas</p> <p>-jugos artificiales</p> <p>bebibles o en polvo</p> <p>-jugos naturales</p>		
--	--	--	--	--	--	--

Consumo	Es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias. (25)	frecuencia de consumo	¿Consideras que consumes habitualmente alimentos ultraprocesados?	Si siempre, si frecuentemente, si algunas veces, no nunca.	Cuantitativo, discreta, intervalar, policotómica, dependiente, complejo	Cuestionario de frecuencia de consumo. (26)
---------	--	-----------------------	---	--	---	---

			<p>¿Cada cuánto consumís los siguientes alimentos?</p> <p>- hamburguesas</p> <p>-papas fritas</p> <p>-helados - galletitas</p> <p>envasadas</p> <p>-cereales para el desayuno</p> <p>-tortas</p> <p>- mermeladas y dulces</p> <p>-yogur de vainilla/frutilla</p> <p>-sopas instantáneas</p> <p>-salchichas</p>	<p>Más de 1 vez al día, 1 vez al día,</p> <p>6 veces por semana,</p> <p>5 veces por semana,</p> <p>4 veces por semana,</p> <p>3 veces por semana,</p> <p>2 veces por semana,</p> <p>1 vez por semana,</p> <p>1 vez cada 15 días,</p> <p>1 vez por mes,</p> <p>Menos de 1 vez por mes</p>		
--	--	--	--	--	--	--

		<p>-congelados de pizza</p> <p>-nuggets</p> <p>- chocolates</p> <p>-golosinas</p> <p>-verduras</p> <p>-agua</p> <p>-frutas</p> <p>¿Qué cantidad consumís de estos alimentos?</p> <p>- hamburguesas</p> <p>-papas fritas</p> <p>-helados</p> <p>-galletitas envasadas</p> <p>-cereales para el desayuno</p> <p>-tortas</p> <p>-</p>	<p>Menos de 1 porción,</p> <p>1 porción,</p> <p>1 porción y ½ ,</p> <p>2 porciones,</p> <p>Más de 2 porciones</p>		
--	--	--	---	--	--

			mermelada s y dulces - yogur de vainilla/fru tilla -sopas instantánea s -salchichas -congela dos de pizza -nuggets - chocolates -golosinas -verduras -agua -frutas			
--	--	--	--	--	--	--

Edad	Tiempo vivido por una persona expresado en años. (27)		edad en años cumplidos	13-17 años	Cuantitativo, discreta, policotómica, independiente, privada	Cuestionario de elaboración propia
Género	conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres. (28)		Indique su género	Hombre Mujer	Cualitativa, nominal, dicotómica, privada	Cuestionario de elaboración propia
Grado	distinción otorgada por una institución educativa. (29)		¿A qué grado asiste?	primer año, segundo año, tercer año, cuarto año, quinto año, sexto año	Cuantitativo, ordinal, policotómica	Cuestionario de elaboración propia

ASPECTOS ETICOS

El estudio fue realizado con la aprobación de los encuestados, afirmando que estaban de acuerdo en participar firmando el consentimiento informado (Anexo), el cual estaba al inicio del cuestionario. El cuestionario fue anónimo y el mismo detalla para la seguridad de los encuestados, que toda la información recolectada era para el análisis de los investigadores y prometía una confidencialidad exclusiva, y que no serían revelados a terceras partes.

ANALISIS ESTADISTICO

El análisis de los datos fue realizado mediante una planilla de cálculos, y para mostrar los resultados del análisis se usaron gráficos de torta y barra para comparar los datos obtenidos. Por medio de estos se realizaron análisis bivariados que respondieron a los objetivos, tanto general como específicos y brindaron información más completa.

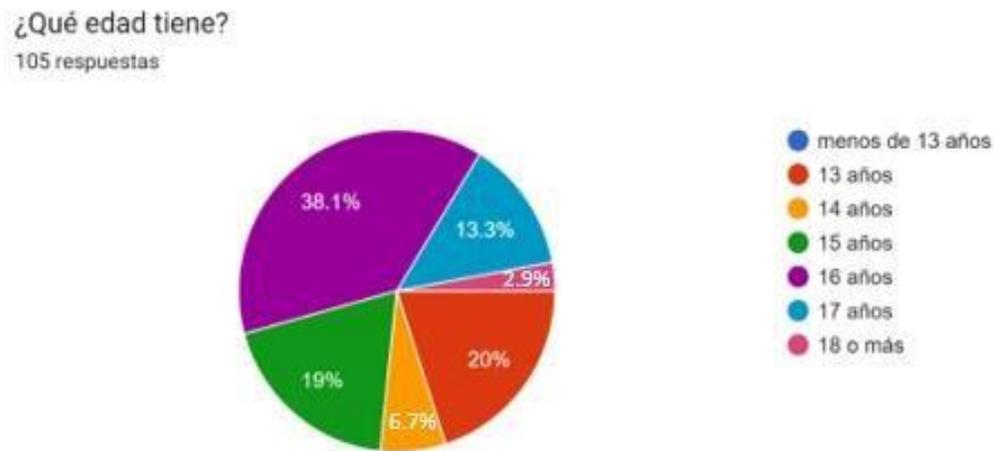
RESULTADOS

Se obtuvieron de la encuesta un total de 105 respuestas, de los cuales se eliminaron 12 respuestas, por no cumplir con los criterios de inclusión, 3 respuestas por tener más de 18 años, 9 repuestas por tener alergia o intolerancia alimentaria diagnosticada por un profesional de salud. Y se obtuvo una muestra final de 93 respuestas.

Características de la muestra

En cuanto a la edad el 38,1% (n=40) tenía 16 años.

Gráfico 1: Edad de los adolescentes que asisten al Instituto Sagrado corazón



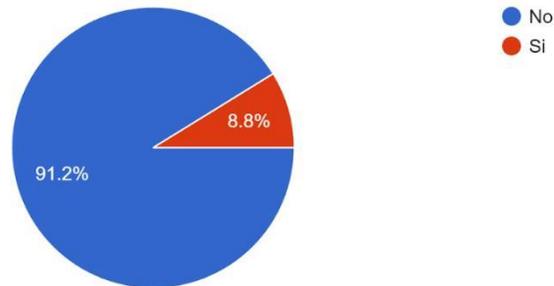
Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Respecto a las alergias o intolerancias alimentarias, el 91,2% (n=93) refirió no tener diagnosticado ningún tipo de alergias, sin embargo, el 8,8% (n=9) confirmó si tener diagnosticado algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria.

Gráfico 1: Alergia o intolerancia alimentaria en adolescentes que asisten al Instituto Sagrado corazón

¿Tenes diagnosticado algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria?

102 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

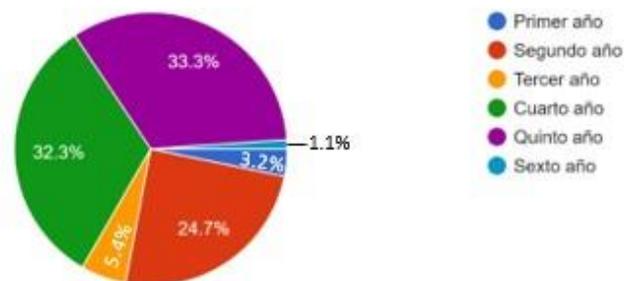
En cuanto al género de los encuestados, el 49,5% (n=46) fueron mujeres y el 45,2% (n=42) hombres.

Según el grado al que asisten el 33,3% (n=31) refirió ser de quinto año.

Gráfico 3: Grado al que asisten los adolescentes del Instituto Sagrado Corazón.

¿A que grado asiste?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

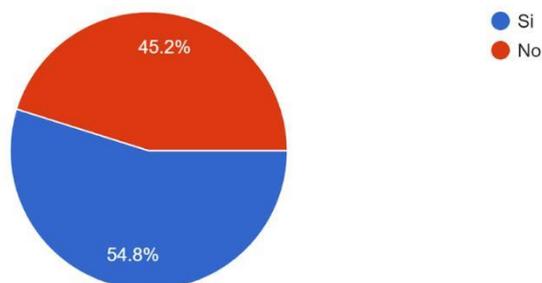
En cuanto a alimentos ultraprocesados:

- El 54,8% (n=51) refirió haber escuchado alguna vez la palabra ultraprocesado.

Gráfico 4: Escucharon la palabra ultraprocesados los adolescentes del Instituto Sagrado Corazón.

¿Alguna vez escuchaste la palabra ultraprocesado?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

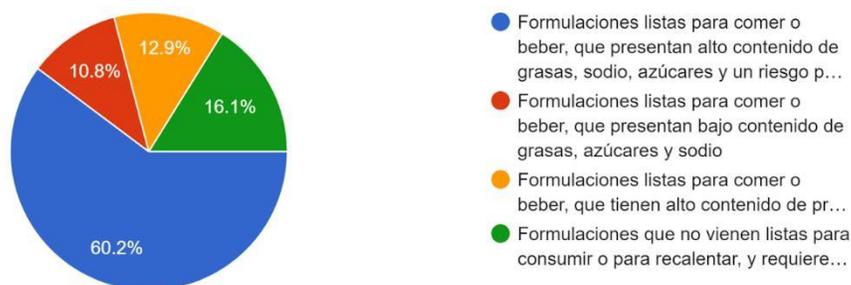
Acerca de qué consideran un alimento ultraprocesado

- El 60,2% (n=56) afirmó la opción de formulaciones listas para comer o beber, que presentan alto contenido de grasas, sodio, azúcares y un riesgo para la salud.

Gráfico 5: Que consideran que es un alimento ultraprocesado los adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Qué consideras que es un alimento ultraprocesado?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Respecto a cómo consideran que influyen los alimentos ultraprocesados en su salud

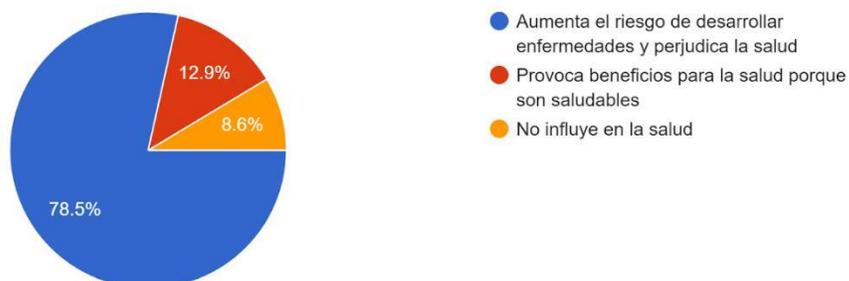
- El 78,5% (n=73) refirió que aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudica la salud.

Gráfico 6: Cómo influyen los alimentos ultraprocesados en la salud.

Alimentos ultraprocesados en relación a la salud

¿Como consideras que influye el consumo de alimentos ultraprocesados en tu salud?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

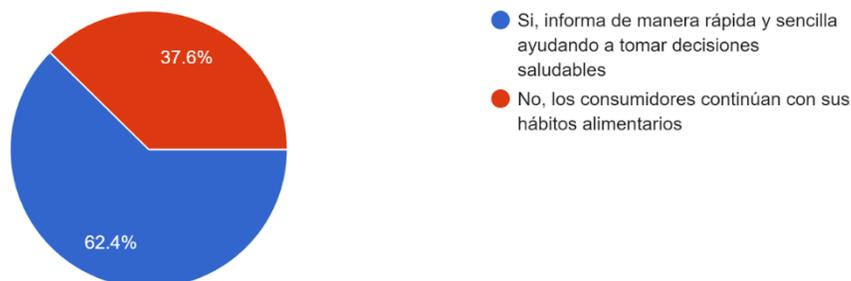
En relación a si los sellos de advertencia en los envases de los alimentos mejoran los hábitos de compra - El 62,4% (n=58) considero que sí, informa de manera rápida y sencilla ayudando a tomar decisiones saludables.

Gráfico 7: Percepción de los sellos de advertencia en los alimentos mejoran los hábitos de compra.

Alimentos ultraprocesados y sellos de advertencia

¿Te parece que los sellos de advertencia en los envases de los alimentos mejoran los hábitos de compra?

93 respuestas



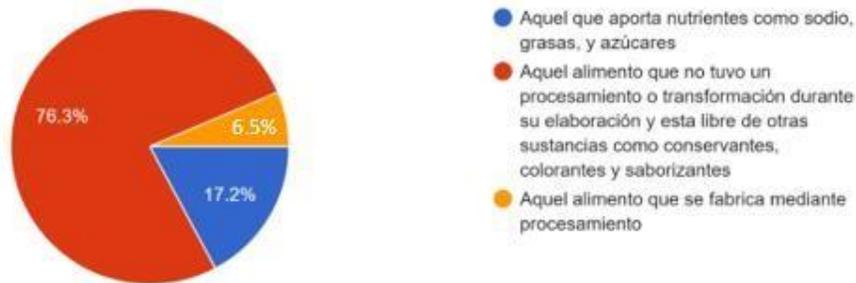
Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Acerca de que piensan que es un alimento natural:

- El 76,3% (n=71) aquel alimento que no tuvo un procesamiento o transformación durante su elaboración, y está libre de otras sustancias como conservantes, colorantes y saborizantes.

Gráfico 8: Percepción de alimento natural en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Qué piensas que es un alimento natural?
93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

En relación a cómo consideran que influye los alimentos naturales en su salud, se citó textualmente las respuestas, al ser una pregunta abierta:

- En su mayoría afirmó que son buenos, benefician la salud, que aportan nutrientes, vitaminas y minerales, que dan energía, previenen enfermedades.
- Otros contaron su propia experiencia de cómo se venían alimentando y en base a eso dedujeron las cualidades que aportaban los alimentos naturales, como:

“Todo esto lo digo porque yo pase por una etapa en la que por mi mala alimentación tuve recurrentes desmayos debido a que no ingería los nutrientes que necesitaba mi cuerpo por lo que tuve que cambiar mi plan alimentario”

“La verdad no lo sé porque rara vez me alimento bien”

“siento que los alimentos naturales en mi salud puede mejor mi bienestar aunque algunos alimentos pueden caerme mal”

“Para mí la verdad que muy bien, igual es mi opinión personal ya que cuando empecé a incluir los alimentos naturales a mis comidas me ayudó mucho en mi proceso de adelgazar”

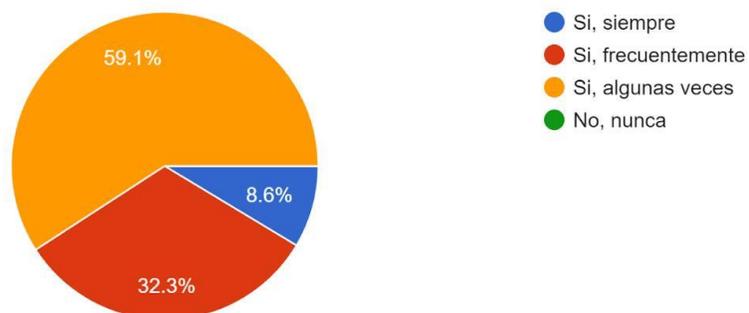
Respecto a si consumen habitualmente alimentos ultraprocesados

- El 59,1% (n=55) si, algunas veces.

Gráfico 9: Consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Consideras que consumis habitualmente alimentos ultraprocesados?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

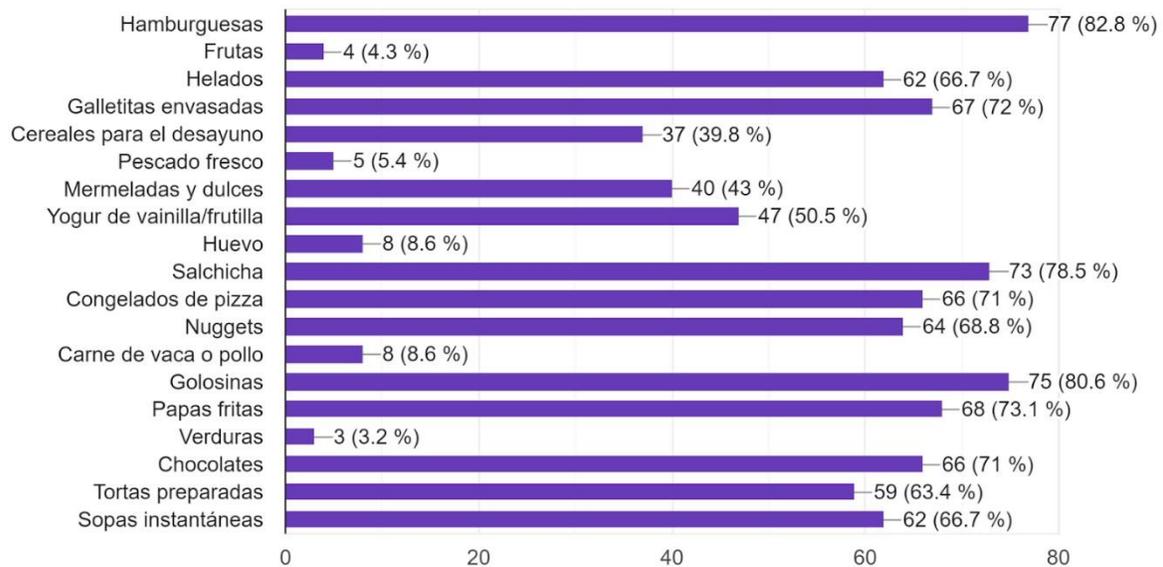
En cuanto a su percepción sobre alimentos ultraprocesados:

- El 82,8% (n=77) consideró la hamburguesa

Gráfico 10: Percepción de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Cuál /es de estos alimentos consideras que es ultraprocesado?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

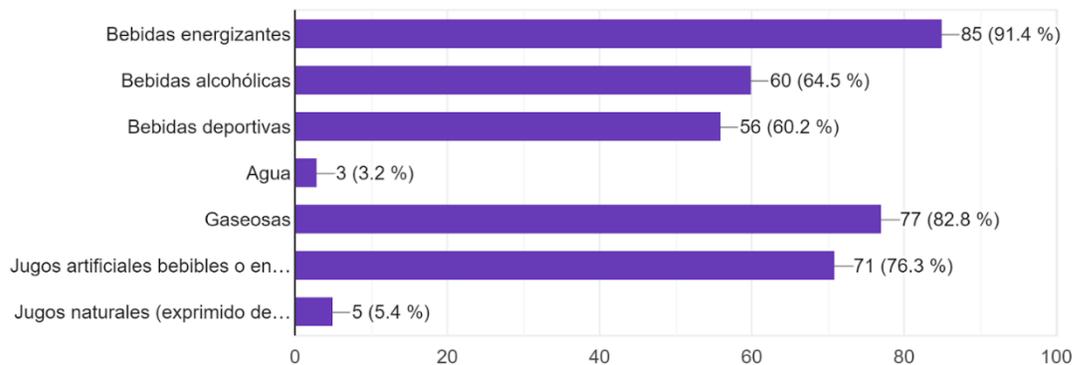
Y en referencia a que bebidas consideran que son ultraprocesadas:

- El 91,4% (n=85) considero las bebidas energizantes

Gráfico 11: Percepción de bebidas ultraprocesadas en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Cuál/es de estas imagenes consideras que es una bebida ultraprocesada?

93 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Respecto a la frecuencia con la que se consumen los alimentos, se describieron los datos más relevantes

Alimentos no saludables

- Hamburguesas: 27,95% afirmaron consumir menos de 1 vez por mes
- Papas fritas: 25,80% refirieron consumir 1 vez por semana
- Helados: 30,10% afirmaron consumir 1 vez por semana
- Galletas envasadas: 15,05% refirieron consumir 1 vez por semana y otros 15,05%, 2 veces por semana
- Cereales para el desayuno: 30,10% afirmaron consumir menos de 1 vez por mes
- Tortas: 44,08% refirieron consumir menos de 1 vez por mes
- Mermeladas y dulces: 27,95% afirmaron comer menos de 1 vez por mes
- Sopas instantáneas: 27,95% afirmaron consumir menos de 1 vez por mes
- Salchicha: 27,95% refirieron consumir menos de 1 vez por mes
- Congelados de pizza: 41,93% afirmaron comer menos de 1 vez por mes
- Nuggets: 35,48% refirieron consumir menos de 1 vez por mes
- Chocolates: 15,05% refirieron consumir menos de 1 vez por mes
- Golosinas: 23,65% refirieron consumir menos de 1 vez por mes

Alimentos saludables

- Yogur de vainilla/frutilla: 20,43% refirieron consumir 1 vez por semana
- Verduras: 37,63% refirieron consumir más de 1 vez al día
- Agua: 61,29% refirieron consumir más de 1 vez al día
- Frutas: 46,23% refirieron consumir más de 1 vez al día

Tabla 1: Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Cada cuánto consumís los siguientes alimentos?

Etiquetas de fila	Hamburguesas	Papas fritas	Helados	Galletitas envasadas	Cereales para el desayuno	Tortas	Mermeladas y dulces	Yogur de vainilla/frutilla	Sopas instantaneas	Salchicha	Congelados de pizza
1 vez al día	4	4	9	7	9	7	9	9	4	5	4
1 vez cada 15 días	8	11	10	12	10	4	8	8	8	10	7
1 vez por mes	17	14	11	4	4	13	5	5	17	6	6
1 vez por semana	25	24	28	14	18	17	18	19	25	25	18
2 veces por semana	4	15	4	14	8	4	8	10	4	7	3
3 veces por semana	2	4	5	10	7	2	4	6	2	3	6
4 veces por semana	1	0	2	7	2	1	5	8	1	3	3
5 veces por semana	1	1	1	7	1	3	3	7	1	3	0
6 veces por semana	3	2	0	4	3	0	3	3	3	2	3
Más de 1 vez al día	2	5	2	7	3	1	4	4	2	3	4
Menos de 1 vez por mes	26	13	21	7	28	41	26	18	26	26	39
Total general	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

Etiquetas de fila	Nuggets	Chocolates	Golosinas	Verduras	Agua	Frutas
1 vez al día	5	7	7	13	6	15
1 vez cada 15 días	9	12	5	0	1	1
1 vez por mes	7	6	7	2	0	0
1 vez por semana	21	14	16	7	4	6
2 veces por semana	4	9	7	1	1	3
3 veces por semana	4	6	8	6	3	5
4 veces por semana	2	11	9	3	4	5
5 veces por semana	2	7	1	11	9	7
6 veces por semana	3	3	5	12	8	6
Más de 1 vez al día	3	4	6	35	57	43
Menos de 1 vez por mes	33	14	22	3	0	2
Total general	93	93	93	93	93	93

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

A cerca sobre la cantidad de alimentos que consumen, se describieron los datos más relevantes:

Alimentos no saludables

- hamburguesas (1 unidad) 60,21% confirmaron consumir 1 porción
- papas fritas (1 paquete chico) 46,23% confirmaron consumir 1 porción
- helados (1 unidad) 45,16% confirmaron consumir 1 porción
- galletitas envasadas (5 unidades) 44,08% confirmaron consumir 1 porción
- cereales para el desayuno (1 vaso) 43,01% confirmaron consumir 1 porción
- tortas (1/8) 37,63% confirmaron consumir menos de 1 porción
- mermeladas y dulces (2 cucharadas grandes) 51,61% refirieron consumir menos de 1 porción
- sopas instantáneas (1 plato pequeño) 41,93% confirmaron consumir 1 porción
- salchicha (1 unidad) 36,55% confirmaron consumir 1 porción
- congelados de pizza (1/8) 37,63% refirieron consumir menos de 1 porción
- nuggets (5 unidades) 33,33% refirieron consumir 1 porción
- chocolates (1 unidad chica) 38,70% refirieron consumir 1 porción
- golosinas (2 unidades) 35,48% refirieron consumir menos de 1 porción
- gaseosas (1 vaso) 29,03% refirieron consumir menos de 1 porción

Alimentos saludables

- yogur de vainilla/frutilla (1 vaso) 45,16% confirmaron consumir 1 porción
- agua (1 vaso) 52,68% refirieron consumir más de 2 porciones
- frutas (1 unidad) 31,18% refirieron consumir más de 2 porciones

-verduras (1 unidad) 35,48% refirieron consumir más de 2 porciones

Tabla 2: Consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.
¿Qué cantidad consumís de estos alimentos?

	Hamburguesas (1 unidad)	Papas fritas (1 paquete chico)	Helados (1 unidad)	Galletitas envasadas (5 unidades)	Cereales para el desayuno (1 vaso)	Tortas (1/8)	Mermeladas y dulces (2 cucharadas grandes)
1 porción	56	43	42	41	40	32	31
1 porción y 1/2	11	17	20	9	9	12	7
2 porciones	7	8	9	11	5	11	4
Más de 2 porciones	5	2	3	7	6	3	3
Menos de 1 porción	14	23	19	25	33	35	48
Total general	93	93	93	93	93	93	93

	Yogur de vainilla/frutilla (1 vaso)	Sopas instantáneas (1 plato pequeño)	Salchicha (1 unidad)	Congelados de pizza (1/8)	Nuggets (5 unidades)	Chocolates (1 unidad chica)
1 porción	42	39	34	23	31	36
1 porción y 1/2	12	9	13	14	19	16
2 porciones	6	7	13	14	9	8
Más de 2 porciones	5	0	10	7	9	8
Menos de 1 porción	28	38	23	35	25	25
Total general	93	93	93	93	93	93

	Golosinas (2 unidades)	Gaseosas (1 vaso)	Agua (1 vaso)	Frutas (1 unidad)	Verduras (1 unidad)
1 porción	25	24	15	21	14
1 porción y 1/2	19	18	12	22	20
2 porciones	8	17	11	11	10
Más de 2 porciones	8	7	49	29	33
Menos de 1 porción	33	27	6	10	16
Total general	93	93	93	93	93

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

RESULTADOS DE CRUCE VARIABLES

Respecto al 54,83% que, si escuchó la palabra ultraprocesado, el 21,50% fueron adolescentes de 16 años.

Tabla 3: Qué edad tiene/ Alguna vez escucho la palabra ultraprocesado

Que edad tiene	No	Si	Total general
13 años	13,97%	7,52%	21,50%
14 años	1,07%	6,44%	7,52%
15 años	9,67%	11,82%	21,50%
16 años	15,05%	21,50%	36,55%
17 años	5,37%	7,52%	12,90%
Total general	45,16%	54,83%	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Respecto al 59,13% de los adolescentes que consumen algunas veces ultraprocesados, el 45,15% considera que aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudica la salud

Tabla 4: Cómo considera que influye el consumo de ultraprocesados en su salud / Consideras que consumís habitualmente ultraprocesados

Como consideras que influye el consumo de alimentos ultraprocesados en tu salud	Si, algunas veces	Si, frecuentemente	Si, siempre	Total general
Aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudica la salud	45,15%	26,88%	6,45%	78,49%
No influye en la salud	6,45%	1,07%	1,07%	8,60%
Provoca beneficios para la salud porque son saludables	7,52%	4,30%	1,07%	12,90%
Total general	59,13%	32,25%	8,60%	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo proporcionar datos precisos sobre la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados (AUP) en adolescentes de 13 a 17 años del instituto sagrado corazón, y se observó que el 76,3% sabía que era un alimento natural mejoraba la calidad de vida, sin embargo, a su vez el 59,1% consumió AUP algunas veces, el 32,3% frecuentemente y el 8,6% consumió siempre, esto indica una contradicción entre el consumo y el conocimiento, sobre todo sabiendo que el 78,5% tenía conocimiento sobre el aumento de riesgo de desarrollar enfermedades al consumir AUP. En contraposición con Encuesta nacional de nutrición y salud (Ennys 2) (Argentina, 2019) donde el 21,4% de los adolescentes consumió fruta 1 vez por día; el 16,1% de los adolescentes del instituto sagrado corazón refirieron consumir 1 vez por día y 46,2% consumió más de 1 vez al día. En cuanto a las verduras en Ennys el 32,4% refirió consumir verduras 1 vez al día, y en instituto sagrado corazón el 13,9%, y más de 1 vez al día el 37,6%. Respecto a las golosinas se encontró un resultado bastante similar en Ennys 36% afirmaron que consumieron 2 o más veces por semana, y el 36,5% en el instituto Sagrado Corazón. En cuanto a la lectura de etiquetas se encontró discrepancias en Ennys 2 (2019), donde menos del 15% comprendió la información nutricional del envase, en cambio, el 62,4% de los adolescentes del instituto Sagrado Corazón afirmaron que la implementación de los sellos de advertencia, obligatorio desde 2022, en los envases de los alimentos mejoran los hábitos de compra de manera rápida y sencilla, ayudando a tomar decisiones saludables. (5)

Dentro de las debilidades se destaca que se usó una muestra poblacional pequeña ($n=93$), y la elaboración de un cuestionario de frecuencia de consumo, el cual muchas veces es confuso de completar porque los individuos no se acuerdan del tamaño de las porciones que comieron en el pasado, y la percepción es variable según cada persona por lo que no coincide con otros estudios realizados en adolescentes.

Como fortaleza, se resaltó la honestidad y cooperación de los participantes al responder los cuestionarios, así mismo, lo innovador que fue el presente estudio ya que no se contaba con estudios pasados de ningún tipo sobre esta población y lugar en particular, y el compromiso que se llevó a cabo en cada detalle de las preguntas e imágenes para evitar cualquier sesgo o confusión.

Las limitaciones del estudio es que algunos adolescentes tenían diagnosticado algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria por lo que se tuvieron que excluir sus respuestas de la encuesta. Además, no se

encontraron estudios anteriores realizados en esta población en particular de esa escuela, por lo que había un amplio margen de datos por investigar.

Este estudio tiene implicancia para futuros trabajos de análisis sobre la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados (AUP) en adolescentes de 13 a 17 años del instituto sagrado corazón, ya que, al no haber, el mismo puede ser un disparador para que investigadores decidan ampliar la investigación.

RECOMENDACIONES

Para futuros estudios se recomienda incursionar en temas nuevos, en poblaciones no estudiadas, usar herramientas validadas, tamaño muestral grande, para obtener datos innovadores, y evaluar aspectos como, el motivo y la frecuencia de consumo de alimentos en relación con el tipo de alimento que consume, para corroborar si el estado de ánimo interviene en la alimentación, así como realizar talleres de educación alimentaria para evaluar la perspectiva de una alimentación saludable, sobre todo en niños pequeños, para que tengan una base, idea o noción, o en adolescentes la importancia de salir desayunado de casa al colegio cuando concurren sobre todo en turno mañana, ya que se viene de largas horas de ayuno mientras duermen, cuales son los riesgos, cuáles son los beneficios.

CONCLUSIÓN

En este estudio, se analizó en adolescentes la percepción de alimentos ultraprocesados y su consumo, de forma paralela se indago sobre alimentos naturales para comparar, y se destacó que la mayoría tuvo conocimiento sobre qué alimentos fueron naturales y cuales ultraprocesados, y reconocieron sus beneficios y consecuencias, la mayoría reportó consumir todos los días, agua, verduras y frutas, sin embargo con bastante frecuencia también se consumió entre los alimentos ultraprocesados, chocolates, golosinas, galletitas envasadas, papas fritas, de esta manera los resultados hacen evidente la importancia de promover educación alimentaria en las escuelas, y recalcó la importancia de este trabajo de investigación. Este estudio forzó las bases para futuros estudios que se realicen en el instituto Sagrado Corazón y otras escuelas.

BIBLIOGRAFIA

1. Organización Panamericana de la Salud. Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. 2015 [cited 2023 Dec 3]; Available from: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf
2. Organización Panamericana de la Salud. Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones. 2019 [cited 2023 Dec 3]; Available from: [https://cesni-biblioteca.org/archivos/Nueva carpeta/9789275320327_spa.pdf](https://cesni-biblioteca.org/archivos/Nueva%20carpeta/9789275320327_spa.pdf)
3. Choque-Quispe BM, Mamani Arriola MM, Rivera Valdivia K, Choque-Quispe BM, Mamani Arriola MM, Rivera Valdivia K. Consumo de Alimentos Procesados y Ultraprocesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes. *Comunicación* [Internet]. 2023 Jun 30 [cited 2023 Dec 3];14(2):111–21. Available from: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682023000200111&lng=es&nrm=iso&tlng=es
4. Secretaria del gobierno de salud. Encuesta mundial de salud escolar. 2018 [cited 2023 Dec 3]. Banco de Recursos de Comunicación del Ministerio de Salud de la Nación | Encuesta Mundial de Salud Escolar 2018 - Resumen ejecutivo. Available from: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/encuesta-mundial-de-salud-escolar-2018-resumen-ejecutivo>
5. Secretaria del gobierno de salud. 2° Encuesta Nacional de Nutrición y Salud ENNYS 2. Resumen ejecutivo. – Biblioteca Cesni [Internet]. 2019 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://cesni-biblioteca.org/2-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-ennys-2-resumen-ejecutivo/>
6. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Barry Popkin. El impacto de los alimentos ultraprocesados en la salud. 2020 [cited 2023 Dec

- 3]; Available from: <https://www.fao.org/3/ca7349es/CA7349ES.pdf>
7. Boletín Oficial de la República Argentina. Promoción de la alimentación saludable. 2022 [cited 2023 Dec 3]; Available from: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/259690/20220323>
 8. Castronuovo L, Gutkowski P, Tiscornia V, Allemandi L. Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias. 2016 [cited 2023 Dec 3]; Available from: <https://www.scielo.org/article/scol/2016.v12n4/537-550/es/>
 9. Fundación interamericana del corazón argentina. » El 85% de los alimentos publicitados en las tandas de programas televisivos infantiles en Argentina tienen un bajo valor nutritivo [Internet]. 2015 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://www.ficargentina.org/el-85-de-los-alimentos-publicitados-en-las-tandas-de-programas-televisivos-infantiles-en-argentina-tienen-un-bajo-valor-nutritivo/>
 10. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Exposición de niños, niñas y adolescentes al marketing digital de alimentos y bebidas en la Argentina. 2021 May [cited 2023 Dec 3]; Available from: [https://www.unicef.org/argentina/media/11961/file/Exposición de niños, niñas y adolescentes al marketing digital de alimentos y bebidas en Argentina.pdf](https://www.unicef.org/argentina/media/11961/file/Exposición%20de%20niños,%20niñas%20y%20adolescentes%20al%20marketing%20digital%20de%20alimentos%20y%20bebidas%20en%20Argentina.pdf)
 11. Dra. Tania Borrás Santisteban. Policlínica Mario Gutiérrez Ardaya. Adolescencia: definición, vulnerabilidad y oportunidad [Internet]. 2013 [cited 2023 Dec 3]. Available from: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000100002
 12. Acuña Bermúdez EA. Características clínicas en adolescentes acorde al enfoque dinámico y psicoanalítico [Internet]. 2021 [cited 2023 Dec 3]. Available from: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0101-48382021000200010&script=sci_arttext
 13. Fernández NN, Lacunza AB. Características de personalidad, hábitos alimentarios y diagnóstico nutricional. Estudio en adolescentes con sobrepeso y obesidad en Monteros,

- Argentina. Rev Salud Pública [Internet]. 2023 Feb 3 [cited 2023 Dec 3];22(1):69–76. Available from: <https://doi.org/10.15446/rsap.V22n1.76175>
14. Ministerio de salud. Manual para la aplicación de las guías alimentarias para la población argentina. 2016 [cited 2023 Dec 3];0–143. Available from: https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-08/guias-alimentarias-para-la-poblacion-argentina_manual-de-aplicacion_0.pdf
 15. O. González Calderón, H. Expósito de Mena. Alimentación del niño preescolar, escolar y del adolescente | Pediatría integral [Internet]. 2022 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2020-03/alimentacion-del-nino-preescolar-escolar-y-del-adolescente-2/>
 16. Organización mundial de la salud. La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud [Internet]. 2016 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://www.who.int/es/news/item/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks>
 17. Comité de Nutrición de la Sociedad Europea de Gastroenterología H y NP, (ESPGHAN). Ingesta de azúcar en Bebés, Niños y Adolescentes. 2020 [cited 2023 Dec 3]; Available from: <https://academianutricionydietetica.org/NOTICIAS/azucarespghan.pdf>
 18. Organización mundial de la salud. El lema de Argentina: «Menos sal, más vida». 2018 Feb 6 [cited 2023 Dec 3]; Available from: <https://www.who.int/es/news-room/feature-stories/detail/argentina-s-motto----less-salt-more-life->
 19. Fundación interamericana del corazón argentina. Sodio en los alimentos procesados en la argentina: monitoreo y recomendaciones. 2016 [cited 2023 Dec 3]; Available from: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2017/11/160211_policy_brief_sodio-1.pdf
 20. Sagrario MA, Marcos E. La nutrición del adolescente. Hábitos saludables | Farmacia Profesional [Internet]. 2008 [cited 2023 Dec 3]. Available from:

<https://www.elsevier.es/es-revista-farmacia-profesional-3-articulo-la-nutricion-del-adolescente-habitos-13129194>

21. Asociación española de pediatría, Giner CP, Madruga Acerete D. Alimentación del adolescente. 2011 [cited 2023 Dec 3]; Available from: https://www.aeped.es/sites/default/files/documentos/1-alimentacion_adolescente.pdf
22. Organización panamericana de la salud, Organización mundial de la salud. Promoción y publicidad de alimentos ultraprocesados y procesados y bebidas no alcohólicas - OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud [Internet]. 2019 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://www.paho.org/es/temas/promocion-publicidad-alimentos-ultraprocesados-procesados-bebidas-no-alcoholicas>
23. Marti A, Calvo C, Martínez A, Marti A, Calvo C, Martínez A. Consumo de alimentos ultraprocesados y obesidad: una revisión sistemática. Nutr Hosp [Internet]. 2021 [cited 2023 Dec 3];38(1):177–85. Available from: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112021000100177&lng=es&nrm=iso&tlng=es
24. Rosales Sánchez Percepción JJ, Experiencia Y. Percepción y Experiencia. EPISTEME [Internet]. 2015 [cited 2023 Dec 3];35(2):21–36. Available from: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-43242015000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
25. Parisí ER. Escenarios del consumismo: desde lo social a lo individual [Internet]. 2011 [cited 2023 Dec 3]. Available from: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2011000200006
26. Goni Mateos L, Aray Miranda M, Martínez AH, Cuervo Zapatel M. Validación de un cuestionario de frecuencia de consumo de grupos de alimentos basado en un sistema de intercambios. Nutr Hosp [Internet]. 2016 [cited 2023 Dec 3];33(6):1391–9. Available from: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-

16112016000600022&lng=es&nrm=iso&tlng=es

27. Rodríguez Ávila N. Envejecimiento: Edad, Salud y Sociedad [Internet]. 2018 [cited 2023 Dec 3]. Available from: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74592018000200087
28. Gonzalez Jimenez RM. Estudios de Género en educación: una rápida mirada. Rev Mex Investig Educ [Internet]. 2009 [cited 2023 Dec 3];14(42):681–99. Available from: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662009000300002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
29. Real academia española. grado | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE [Internet]. 2023 [cited 2023 Dec 3]. Available from: <https://dle.rae.es/grado>

ANEXOS

Tabla 1: Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Cada cuánto consumís los siguientes alimentos?

Etiquetas de fila	Hamburguesas	Papas fritas	Helados	Galletitas envasadas	Cereales para el desayuno	Tortas	Mermeladas y dulces	Yogur de vainilla/frutilla	Sopas instantaneas	Salchicha	Congelados de pizza
1 vez al día	4	4	9	7	9	7	9	9	4	5	4
1 vez cada 15 días	8	11	10	12	10	4	8	4	8	10	7
1 vez por mes	17	14	11	4	4	13	5	5	17	6	6
1 vez por semana	25	24	28	14	18	17	18	19	25	25	18
2 veces por semana	4	15	4	14	8	4	8	10	4	7	3
3 veces por semana	2	4	5	10	7	2	4	6	2	3	6
4 veces por semana	1	0	2	7	2	1	5	8	1	3	3
5 veces por semana	1	1	1	7	1	3	3	7	1	3	0
6 veces por semana	3	2	0	4	3	0	3	3	3	2	3
Más de 1 vez al día	2	5	2	7	3	1	4	4	2	3	4
Menos de 1 vez por mes	26	13	21	7	28	41	26	18	26	26	39
Total general	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

Etiquetas de fila	Nuggets	Chocolates	Golosinas	Verduras	Agua	Frutas
1 vez al día	5	7	7	13	6	15
1 vez cada 15 días	9	12	5	0	1	1
1 vez por mes	7	6	7	2	0	0
1 vez por semana	21	14	16	7	4	6
2 veces por semana	4	9	7	1	1	3
3 veces por semana	4	6	8	6	3	5
4 veces por semana	2	11	9	3	4	5
5 veces por semana	2	7	1	11	9	7
6 veces por semana	3	3	5	12	8	6
Más de 1 vez al día	3	4	6	35	57	43
Menos de 1 vez por mes	33	14	22	3	0	2
Total general	93	93	93	93	93	93

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Tabla 2: Consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes del Instituto sagrado corazón.

¿Qué cantidad consumís de estos alimentos?

	Hamburguesas (1 unidad)	Papas fritas (1 paquete chico)	Helados (1 unidad)	Galletitas envasadas (5 unidades)	Cereales para el desayuno (1 vaso)	Tortas (1/8)	Mermeladas y dulces (2 cucharadas grandes)
1 porción	56	43	42	41	40	32	31
1 porción y 1/2	11	17	20	9	9	12	7
2 porciones	7	8	9	11	5	11	4
Más de 2 porciones	5	2	3	7	6	3	3
Menos de 1 porción	14	23	19	25	33	35	48
Total general	93	93	93	93	93	93	93

	Yogur de vainilla/frutilla (1 vaso)	Sopas instantáneas (1 plato pequeño)	Salchicha (1 unidad)	Congelados de pizza (1/8)	Nuggets (5 unidades)	Chocolates (1 unidad chica)
1 porción	42	39	34	23	31	36
1 porción y 1/2	12	9	13	14	19	16
2 porciones	6	7	13	14	9	8
Más de 2 porciones	5	0	10	7	9	8
Menos de 1 porción	28	38	23	35	25	25
Total general	93	93	93	93	93	93

	Golosinas (2 unidades)	Gaseosas (1 vaso)	Agua (1 vaso)	Frutas (1 unidad)	Verduras (1 unidad)
1 porción	25	24	15	21	14
1 porción y 1/2	19	18	12	22	20
2 porciones	8	17	11	11	10
Más de 2 porciones	8	7	49	29	33
Menos de 1 porción	33	27	6	10	16
Total general	93	93	93	93	93

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Tabla 3: Qué edad tiene/ Alguna vez escucho la palabra ultraprocesado

Que edad tiene	No	Si	Total general
13 años	13,97%	7,52%	21,50%
14 años	1,07%	6,44%	7,52%
15 años	9,67%	11,82%	21,50%
16 años	15,05%	21,50%	36,55%
17 años	5,37%	7,52%	12,90%
Total general	45,16%	54,83%	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Tabla 4: Cómo considera que influye el consumo de ultraprocesados en su salud / Consideras que consumís habitualmente ultraprocesados

Como consideras que influye el consumo de alimentos ultraprocesados en tu salud	Si, algunas veces	Si, frecuentemente	Si, siempre	Total general
Aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudica la salud	45,15%	26,88%	6,45%	78,49%
No influye en la salud	6,45%	1,07%	1,07%	8,60%
Provoca beneficios para la salud porque son saludables	7,52%	4,30%	1,07%	12,90%
Total general	59,13%	32,25%	8,60%	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos relevados en el trabajo de campo.

Consentimiento informado

Mi nombre es Ailen Ascarraga, soy estudiante de Licenciatura en Nutrición. Me encuentro realizando el Trabajo Final Integrador, el cual hace énfasis en la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que asisten al Instituto Sagrado Corazón. Solicito su participación en este estudio de manera voluntaria y anónima, sinceridad en las respuestas, cuenta con 16 preguntas y durará 15 minutos. Es importante que lleguen al final y den click al botón enviar para finalizar la encuesta. Sin embargo, puede abandonar en el momento que quiera sin motivo de explicación.

Percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que asisten al Instituto Sagrado Corazón

Mi nombre es Allen Ascarraga, soy estudiante de Licenciatura en Nutrición. Me encuentro realizando el Trabajo Final Integrador, el cual hace énfasis en la percepción y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de 13 a 17 años que asisten al Instituto Sagrado Corazón. Solicito su participación en este estudio de manera voluntaria y anónima, sinceridad en las respuestas, cuenta con 16 preguntas y durará 15 minutos. Es importante que lleguen al final y den click al botón enviar para finalizar la encuesta. Sin embargo, puede abandonar en el momento que quiera sin motivo de explicación.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Desea participar en la encuesta *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

2. ¿Qué edad tiene? *

Marca solo un óvalo.

- menos de 13 años
- 13 años
- 14 años
- 15 años
- 16 años
- 17 años
- 18 o más

3. ¿Es estudiante del Instituto Sagrado Corazón? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

4. ¿Tenes diagnosticado algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria? *

Marca solo un óvalo.

- No
 Sí

5. Indique su genero *

Marca solo un óvalo.

- Hombre
 Mujer
 Otros: _____

6. ¿A que grado asiste? *

Marca solo un óvalo.

- Primer año
 Segundo año
 Tercer año
 Cuarto año
 Quinto año
 Sexto año

Alimentos ultraprocesados

7. ¿Alguna vez escuchaste la palabra ultraprocesado? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

8. ¿Qué consideras que es un alimento ultraprocesado? *

Marca solo un óvalo.

- Formulaciones listas para comer o beber, que presentan alto contenido de grasas, sodio, azúcares y un riesgo para la salud
- Formulaciones listas para comer o beber, que presentan bajo contenido de grasas, azúcares y sodio
- Formulaciones listas para comer o beber, que tienen alto contenido de proteína, fibra, vitaminas y minerales
- Formulaciones que no vienen listas para consumir o para recalentar, y requieren mucha preparación

Alimentos ultraprocesados en relación a la salud

9. ¿Como consideras que influye el consumo de alimentos ultraprocesados en tu salud? *

Marca solo un óvalo.

- Aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades y perjudica la salud
- Provoca beneficios para la salud porque son saludables
- No influye en la salud

Alimentos ultraprocesados y sellos de advertencia



10. ¿Te parece que los sellos de advertencia en los envases de los alimentos mejoran los hábitos de compra? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, informa de manera rápida y sencilla ayudando a tomar decisiones saludables
- No, los consumidores continúan con sus hábitos alimentarios

Alimentación

11. ¿Qué piensas que es un alimento natural? *

Marca solo un óvalo.

- Aquel que aporta nutrientes como sodio, grasas, y azúcares
- Aquel alimento que no tuvo un procesamiento o transformación durante su elaboración y esta libre de otras sustancias como conservantes, colorantes y saborizantes
- Aquel alimento que se fabrica mediante procesamiento

12. ¿Cómo consideras que influye el consumo de alimentos naturales en tu salud? *

Consumo de alimentos ultraprocesados

13. ¿Consideras que consumes habitualmente alimentos ultraprocesados? *

Marca sólo un óvalo.

- Sí, siempre
- Sí, frecuentemente
- Sí, algunas veces
- No, nunca

Percepción de alimentos

14. ¿Cuál /es de estos alimentos consideras que es ultraprocesado? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.



Hamburguesas



Frutas



Helados



Galletitas envasadas



Cereales para el desayuno



Pescado fresco



Mermeladas y dulces



Yogur de vainilla/frutilla



Huevo



Salchicha



Congelados de pizza



Nuggets



Carne de vaca o pollo



Golosinas



Papas fritas



Verduras



Chocolates



Tortas preparadas



Sopas instantáneas

15. ¿Cuál/es de estas imágenes consideras que es una bebida ultraprocesada? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.



Bebidas energizantes



Bebidas alcohólicas



Bebidas deportivas



Agua



Gaseosas



Jugos artificiales bebibles o en polvo



Jugos naturales (exprimido de naranja, limonada casera)

Frecuencia de consumo

17. ¿Qué cantidad consumes de estos alimentos? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Menos de 1 porción	1 porción	1 porción y 1/2	2 porciones	Más de 2 porciones
Hamburguesas (1 unidad)	<input type="radio"/>				
Papas fritas (1 paquete chico)	<input type="radio"/>				
Helados (1 unidad)	<input type="radio"/>				
Galletitas emvasadas (5 unidades)	<input type="radio"/>				
Cereales para el desayuno (1 vaso)	<input type="radio"/>				
Tortas (1/8)	<input type="radio"/>				
Mermeladas y dulces (2 cucharadas grandes)	<input type="radio"/>				
Yogur de vainilla/frutilla (1 vaso)	<input type="radio"/>				
Sopas instantáneas (1 plato pequeño)	<input type="radio"/>				
Salchicha (1 unidad)	<input type="radio"/>				
Congelados de pizza (1/8)	<input type="radio"/>				
Nuggets (5 unidades)	<input type="radio"/>				
Chocolates (1 unidad chica)	<input type="radio"/>				
Golosinas (2 unidades)	<input type="radio"/>				
Gaseosas (1 vaso)	<input type="radio"/>				
Agua (1 vaso)	<input type="radio"/>				
Frutas (1 unidad)	<input type="radio"/>				
Verduras (1 unidad)	<input type="radio"/>				

Google no está ni aprueba ni garantiza.