

Prevalencia de Conductas Obesogénicas en Escolares y Adolescentes. Colegios Privados de Capital y Gran Buenos Aires.

Torresani ME, Raspini M, Acosta Sero O et al.

Revista de la Sociedad Argentina de Nutrición, 2006: 7 (4) 53-62.

Trabajo que obtuvo el Primer Premio en las I Jornadas de Ciencias de la Salud organizadas por la Facultad de Medicina de la UBA. 17 y 18 de Agosto de 2006

RESUMEN

Objetivos: Estimar la prevalencia de conductas obesogénicas (alimentarias y relacionadas con el estilo de vida) en un grupo de escolares y adolescentes de Colegios Privados de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (GBA).

Metodología: Muestra constituida por 753 alumnos de colegios privados de Capital y GBA, ambos sexos: 336 escolares (6 a 12 años, edad promedio: $10,2 \pm 1,67$ años; 53,0 % femenino y 47,0 % masculino) y 417 adolescentes (12 a 18 años, edad promedio: $14,98 \pm 1,47$ años; 62,6 % femenino y 37,4 % masculino). Las variables fueron *conductas obesogénicas alimentarias* y *conductas obesogénicas relacionadas con el estilo de vida*, determinadas a través de encuesta alimentaria, por cuestionario de frecuencia de consumo. Dentro de "*conductas obesogénicas alimentarias*", se consideraron co-variables: *concurrancia* a locales de comidas rápidas (cadenas de fast food y pancherías) y kioscos, medidas en frecuencia mensual o semanal y *consumo* de productos obesogénicos (productos de copetín, golosinas y bebidas). Dentro de "*conductas obesogénicas relacionadas con estilo de vida*" se consideraron co-variables *actividad física* escolar y extraescolar, medidas en frecuencia semanal y horas por vez, y *actividad sedentaria* en relación al consumo de horas diarias de televisión (TV), computadora (PC) o videojuegos. El análisis estadístico se manejó con el programa EPIINFO 6.04d, construyendo intervalos de confianza (I.C.) del 95 % y significación estadística con Chi cuadrado con nivel 0,05.

Resultados: La mayoría de la muestra estudiada (≥ 77 %) concurre a cadenas de fast food, siendo la mayor frecuencia una vez por semana o más, no encontrándose diferencias significativas en edad ($p=0,37$) pero sí en sexo ($p=0,01$). Por el contrario, la concurrancia a pancherías presentó diferencias significativas para edad ($p=0,0001$) con tendencia mayor en el grupo escolar, pero no para sexo ($p=0,15$). El 94 % o más de la muestra concurre a kioscos, siendo la frecuencia diaria la más observada. Las golosinas y gaseosas fueron los productos obesogénicos más seleccionados por todos los grupos estudiados (≥ 98 y ≥ 90 %). La actividad física extraescolar fue realizada en mayor proporción por los escolares (≥ 62 %). Todos los grupos presentaron alta prevalencia de consumo de TV (> 97 %), incremento de horas de PC a mayor edad aunque no significativo ($p=0,28$) y disminución significativa de videojuegos en las mujeres adolescentes ($p=0,0000$).

Conclusiones: El análisis de las conductas obesogénicas en la muestra estudiada, muestra una alta concurrancia a cadenas de fast food por todos los grupos, siendo mayor en las mujeres; la concurrancia a pancherías es mayor en el grupo de escolares, sin haber diferencia en los sexos. El consumo de productos obesogénico es altos, tales como

productos de copetín y golosinas, independientemente del consumo de horas de TV, no encontrándose diferencias significativas en esta asociación.

Frente a este entorno obesogénico pediátrico, se deberán buscar cambios verdaderos y definitivos, para evitar aumentar el riesgo de la obesidad adulta.

Palabras claves: conductas obesogénicas - escolares - adolescentes -

PREVALENCE OF OBESOGENIC BEHAVIOURS IN SCHOOLS CHILDREN AND ADOLESCENTS

Private Schools from Capital Federal and Gran Buenos Aires

Summary:

Objectives: To estimate the prevalence of obesogenic behaviours (alimentary and lifestyle relative) in a group of children and adolescents from private schools from Capital Federal and Gran Buenos Aires (GBA).

Methodology: Sample: 753 pupils from private schools from Capital Federal and GBA, both sexes, 336 children (6 to 12 years, average age: 10.2± 1.67 years; 53.0% female and 47.0% male) and 417 adolescents (12 to 18 years, average age: 14.98 ± 1.47 years; 62.6% female and 37.4% male). Obesogenic behaviours were determined by an alimentary survey with frequency of consumption. Variables: “Alimentary Obesogenic Behaviours” and “Lifestyle Related Obesogenic Behaviours”. As “Alimentary Obesogenic Behaviours” were considered the Co-variables: concurrence to Fast Food business (Fast Food Chains and Hot Dog Chains) and kiosks, measured in monthly or weekly frequency and consumption of obesogenic products (snacks, sweets and drinks). In “Lifestyle Related Obesogenic Behaviours”, the co-variables School Physical Activity and Extra School Physical Activity measured in weekly frequency and hours per time, and Sedentary Activity in relationship with the consumption of daily hours of television (TV), personal computer (PC) or videogames. The Statistical Analysis was handled with the Software EPIINFO 6.04D, with Confidence Intervals (CI) of 95% and Statistical Signification with Chi Square with a level of signification of 0.05.

Results: The majority of the sample ($\geq 77\%$) goes to Fast Food Chains, with a highest frequency of once a week or more, and no findings of significant differences in age ($P=0.37$) but in sex ($P=0.01$). On the other hand, the concurrence to Hot Dog Chains showed significant differences to age ($P=0.0001$) with a major tendency among the scholar group, but not to sex ($P=0.15$). 94% or more of the sample goes to kiosks, being the daily frequency the most found. Sweets and colas were the most selected obesogenic products (≥ 98 y ≥ 90 %). Extra school physical activity was developed in a bigger proportion by children ($\geq 62\%$). All groups had a high prevalence of consumption of TV ($> 97\%$), and increment of hours of PC according to an increment of age, but with no significant level ($p=0.28$) and a significant decrease of videogames among female adolescents ($p=0.0000$)

Conclusions: The analysis of the obesogenic behaviours in the studied sample shows a high concurrence to fast food chains in all groups, even higher between women. The concurrence to hot dog stores is bigger among scholars, without differences between sexes. The consumption of obesogenic products is high, in products such as snacks and candies, showing no relationship with the consumption of TV hours. No significant differences were found in this association. Facing this paediatric obesogenic environment, true and permanent changes must be found, to avoid the increased risk of adult obesity

Key words: obesogenic behaviours - schools children - adolescents.

INTRODUCCION

Tradicionalmente, la mayor preocupación nutricional en la niñez era el problema de la desnutrición. Pero a partir de los años 90 comenzó a observarse un incremento de la prevalencia de obesidad infantil en muchas regiones del mundo. En Latinoamérica, tanto el sobrepeso como la obesidad están emergiendo en forma epidémica (1) (2) (3) (4) (5).

Tanto la obesidad como sus complicaciones, constituyen un factor de riesgo de morbimortalidad en la vida adulta y un problema de Salud Pública ya que representa uno de los factores de riesgo de enfermedad cardiovascular, principal causa de muerte en países desarrollados y en desarrollo (1) (6) (7).

La rapidez con la que ha avanzado la prevalencia de sobrepeso en niños y adolescentes, excluyen causas genéticas y centran la atención en cambios culturales y ambientales, que promueven el aumento de las "conductas obesogénicas", así como el incremento del consumo de grasas hidrogenadas e hidratos de carbono refinados, destacándose el rol de la proliferación de la «comida rápida» de baja calidad nutricional y alta densidad energética y de las macroporciones que se consumen fuera del hogar (4) (5) (6) (8) (9) (10) (11).

El sedentarismo también se encuentra incluido en este tipo de conductas ya que en el caso de niños y adolescentes, se ve reflejado en un aumento de tiempo frente al televisor, de juegos pasivos y computadoras, descendiendo de forma manifiesta la actividad dentro y fuera del hogar (1) (4) (5) (11) (12).

Numerosos estudios publicados coinciden en que las “conductas obesogénicas” forman parte, cada vez más, del estilo de vida en la población pediátrica (9) (11) (12) (13) (14).

Por otra parte, la obesidad en niños es predictora de la obesidad en adultos, siendo entonces la infancia y la adolescencia tiempos cruciales para la prevención (10). Por tal motivo, el primer paso a abordar para planificar estrategias educativas que promuevan estilos de vida y de alimentación más saludables, es la descripción de las conductas de los escolares relacionadas con la alimentación, actividad física y el sedentarismo.

Para este trabajo se planteó como objetivo general:

Estimar la prevalencia de conductas obesogénicas en un grupo de escolares y adolescentes de Colegios Privados de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (GBA).

Y como objetivos específicos:

- 1) Estimar la prevalencia de conductas obesogénicas alimentarias en el grupo pediátrico estudiado.
- 2) Estimar la prevalencia de conductas obesogénicas relacionadas con el estilo de vida en el mismo grupo.

Se formularon las siguientes hipótesis de trabajo:

- A medida que la edad aumenta, varía la prevalencia de concurrencia a cadenas de fast food.
- En las mujeres adolescentes la prevalencia de concurrencia a cadenas de fast food es diferente que en los varones de la misma edad.
- A diferente grupo etario, difiere la prevalencia de concurrencia a pancherías.
- A medida que aumentan las horas de consumo de TV, es mayor la prevalencia de consumo de productos de copetín y golosinas.

METODOLOGÍA

Para poder cumplir con los objetivos propuestos, se llevó a cabo un diseño prospectivo transversal. La muestra estuvo constituida por alumnos pertenecientes a colegios privados tanto de Capital como GBA, detallados a continuación: 4 Colegios de Capital correspondientes a Zona Norte, Palermo y Caballito y 5 Colegios de Gran Buenos Aires, correspondientes a San Isidro, Lanús Este, Quilmes, Banfield y Adrogué.

Previa autorización a las autoridades de cada colegio, con participación anónima, voluntaria y conformidad de cada uno de los encuestados, se determinaron las conductas obesogénicas a través de una encuesta alimentaria, utilizando un cuestionario de frecuencia de consumo. Los colegios fueron elegidos por conveniencia, de acuerdo a la voluntariedad del cuerpo directivo de permitir llevar a cabo el trabajo de investigación.

En cada colegio se eligió al azar una división de escolares y una de adolescentes, realizando la encuesta al total del presentismo que accedieron a contestar (No hubo casos que se negaron a contestar la encuesta entregada, si bien 16 tuvieron que ser descartadas por presentar datos incompletos). Se llegó así a una muestra constituida por 753 alumnos de ambos sexos: 336 escolares (6 a 12 años con una edad promedio de $10,2 \pm 1,67$ años; 53,0 % femenino y 47,0 % masculino) y 417 adolescentes (12 a 18 años con una edad promedio de $14,98 \pm 1,47$ años; 62,6 % femenino y 37,4 % masculino).

Se evaluaron, a través de una encuesta estructurada, con preguntas cerradas, las variables *conductas obesogénicas alimentarias* y *conductas obesogénicas relacionadas con el estilo de vida*. Para definir la variable “*conductas obesogénicas alimentarias*”, se consideraron las siguientes co-variables: *concurrencia* a locales de comidas rápidas (cadenas de fast food y pancherías) y kioscos, medidas en frecuencia mensual o semanal; y *consumo* de productos obesogénicos (productos de copetín, golosinas y bebidas). La coariable golosinas fue desagregada en gomas de mascar, caramelos, helados, chupetines y alfajores. La covariable bebidas se desagregó en gaseosas, jugos líquidos o en polvo y bebidas alcohólicas.

Para definir la variable “*conductas obesogénicas relacionadas con el estilo de vida*” se consideraron las co-variables *actividad física* escolar y extraescolar, y *actividad sedentaria* en relación al número de horas dedicadas a la televisión, computadora o videojuegos. La *actividad física* fue medida en frecuencia semanal y horas por vez, y la *actividad sedentaria* en número de horas por día.

Los datos recolectados fueron manejados estadísticamente con el programa EPIINFO 6.04d, y estimados con un intervalo de confianza (I.C.) del 95 %. La significación estadística fue determinada con Chi cuadrado con nivel 0,05.

RESULTADOS

Según el análisis de las variables trabajadas se observaron los siguientes resultados:

- Con respecto a la *concurriencia a locales de comidas rápidas y kioscos* (Cuadro 1), la mayoría de la muestra de escolares y adolescentes de los colegios estudiados refirió concurrir a cadenas de fast food: las mujeres escolares en un 89 % (I.C:83,8-93,4) y las adolescentes en un 86 % (I.C:81,4-90,1), mientras que los varones escolares lo hacen en un 81 % (I.C:74,0-86,8) y los adolescentes en un 77 % (I.C:69,5-83,3). La mayor frecuencia para todos los grupos estudiados fue una vez por semana o más (Cuadro 2). A través del análisis estadístico no se observaron diferencias significativas entre ambos grupos de edad ($p=0,37$), pero sí con el sexo ($p=0,01$) tendiendo a ser mayor en las mujeres adolescentes (Cuadro 17).

A las pancherías en cambio, refirieron concurrir en mayor proporción los escolares: 41 % mujeres (I.C:33,7-48,6) y 43 % varones (I.C:35,2-51,1) que los adolescentes: 26 % mujeres (I.C:20,5-31,4) y 33 % varones (I.C:25,4-40,6) (Cuadro 1), no observándose diferencias significativas en el sexo ($p=0,15$), pero sí en los grupos etarios ($p=0,0001$) (Cuadro 17). Mientras en los escolares la frecuencia de concurrencia más prevalente fue 1 a 2 veces por mes, en los adolescentes fue 1 vez por semana o más (Cuadro 3).

Prácticamente el total de la muestra estudiada concurre a kioscos (≥ 94 %), siendo la frecuencia diaria la más observada en todos los grupos (Cuadro 1 y Cuadro 4).

- Dentro del *consumo de productos obesogénicos*, las golosinas y las gaseosas, fueron los más seleccionados por todos los grupos estudiados (≥ 98 % y ≥ 90 % respectivamente) (Cuadro 5). Las golosinas más consumidas por todos los grupos fueron los caramelos en primer lugar ($\geq 83,4$ %), seguidos por los alfajores ($\geq 79,1$ %), salvo en los varones adolescentes que se invierte este orden (85,0 % para los alfajores vs 83,4 % para los caramelos). Las barras de cereales, si bien fueron las menos consumidas, alcanzan valores del 50 % para todos los grupos, a excepción de los varones adolescentes que disminuyen al 37,3 % (Cuadro 6). El consumo diario fue el más prevalente, para ambos grupos etarios y todos los tipos de golosinas analizadas.

Con respecto al consumo de jugos, mientras que en las mujeres escolares los jugos concentrados en polvo fueron los más consumidos, en los varones de la misma edad se destacó el consumo de jugos a base de soja. En los adolescentes de ambos sexos los jugos concentrados en polvo fueron los más consumidos (Cuadro 7). Al igual que las gaseosas, la frecuencia de consumo más prevalente para los jugos, fue de 5 veces por semana.

Más del 41 % de los adolescentes afirmaron consumir bebidas alcohólicas, siendo la cerveza la más prevalente, seguida de mezcla de alcohol con energizantes. Cabe destacar que un 5 % de los escolares también refirió consumir bebidas alcohólicas, siendo en el caso de las mujeres la cerveza la más consumida destacándose el vino en segundo lugar, invirtiéndose el orden en los varones (Cuadro 5 y 8). La mayor frecuencia de consumo, para ambos grupos etarios, y cualquier tipo de bebida alcohólica analizada, fue de 1 vez por semana.

- Dentro del análisis de las *conductas obesogénicas relacionadas con el estilo de vida*, pudo observarse que la Actividad Física Intraescolar es realizada por la mayoría hasta 2 veces semanales en los dos grupos etarios, realizándola más de 2 veces por semana, del 19 al 22 % de los escolares y del 7 al 9 % de los adolescentes (Cuadro 9 y 10). Las horas promedio abarcan un rango de 1,15 a 1,62 horas cada vez que realizan la actividad (Cuadro 11). La Actividad Física Extraescolar fue realizada en mayor proporción por los escolares (62 % mujeres y 77 % varones), y con una frecuencia para la mayoría de ambos sexos, de hasta 2 veces por semana, no superando en ningún caso las 2 horas cada vez que la realizan. En los varones adolescentes (57 %), se observó un aumento de la frecuencia en más de 2 veces por semana (Cuadro 9, 10 y 11).

- En cuanto a la *actividad sedentaria*, se observó alta prevalencia de consumo de TV (más del 97 % en todos los grupos) (Cuadro 12), registrándose a su vez que la mayoría de los escolares y de varones adolescentes realizan las tres actividades sedentarias analizadas, mientras que la mayoría de las mujeres adolescentes realizan dos de las actividades analizadas (Cuadro 13). Mientras que la mayoría de los dos grupos etarios estudiados miran TV más de 2 horas diarias, para la PC y los videojuegos la mayoría de los escolares y las mujeres adolescentes lo hacen menos de 1 hora diaria, salvo en los varones adolescentes que ambas actividades la realizan más de 2 horas diarias (Cuadro 14, 15 y 16). Si bien se registró un incremento de horas de PC a medida que aumenta la edad, éste no fue significativo en ambos sexos ($p=0,28$ para las mujeres y $p=0,49$ para los varones), encontrándose una disminución significativa de videojuegos en las mujeres adolescentes ($p=0,0000$) (Cuadro 17).

- Al asociar el consumo de horas de TV con el consumo de productos de copetín y golosinas, no se encontraron diferencias significativas en ambas variables ($p=0,42$ y $p=0,79$ respectivamente) (Cuadro 17).

DISCUSION

Al igual que en otras investigaciones se constató que un alto porcentaje de la muestra concurre a cadenas de fast food (más del 77 %), siendo mayor en el caso de las mujeres ($p=0,01$), a diferencia de un estudio realizado por De Torres y col. en España, publicado en el 2001(14), donde los varones concurrieron más que las mujeres (77% vs 73% respectivamente; $P<0.01$).

Estas diferencias encontradas pueden deberse a factores múltiples, ya que los hábitos de cada niño se encuentran influenciados por sus padres, sus pares, la escuela y los medios de comunicación.

En relación a la concurrencia a pancherías, se encontraron diferencias significativas según la edad, observándose que los escolares concurrieron más que los adolescentes, posiblemente porque manejan menos dinero y esto los llevaría a elegir las pancherías por ser la alternativa más económica.

Se demostró al igual que otros estudios (15) la alta prevalencia de consumo de productos de copetín y golosinas, pero en el presente trabajo no se halló relación con las horas de consumo de TV ($p=0,42$ y $p=0,79$ respectivamente). Esto tal vez se deba a que, como afirman otras investigaciones, las horas de TV influyen más en el sedentarismo que

en el consumo, a pesar de que numerosas publicaciones demostraron el impacto significativo de la televisión sobre las preferencias alimentarias de los niños, por alimentos poco saludables y concurrencia a las cadenas de fast food (16).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al analizar las conductas obesogénicas más prevalentes en la muestra estudiada, se llega a las siguientes conclusiones:

La concurrencia a cadenas de fast food es alta en todos los grupos estudiados no observándose diferencias significativas por edad pero sí por sexo, siendo las mujeres las que más concurren; por tal motivo se refuta la primer hipótesis planteada: *A medida que la edad aumenta, es diferente la prevalencia de concurrencia a cadenas de fast food.* Y se acepta la segunda hipótesis: *En las mujeres adolescentes la prevalencia de concurrencia a cadenas de fast food es diferente que en los varones de la misma edad.*

Las diferencias halladas en la concurrencia a las pancherías, se observan en relación a la edad con una tendencia mayor en el grupo de escolares, con lo cual se acepta la tercera hipótesis: *A diferente grupo etario, difiere la prevalencia de concurrencia a pancherías.* Pero no se hallaron diferencias significativas con respecto al sexo.

La prevalencia de consumo de productos de copetín y golosinas es alta, independientemente del consumo de horas de TV, no encontrándose diferencias significativas en esta asociación. Esto hace refutar la cuarta hipótesis planteada: *A medida que aumentan las horas de consumo de TV, es mayor la prevalencia de consumo de productos de copetín y golosinas.*

La Cátedra de Dietoterapia del Niño de la UBA, en base a este entorno obesogénico, recomienda la implementación de políticas de salud y programas de educación alimentaria nutricional en búsqueda de cambios verdaderos y definitivos. Para evitar aumentar el riesgo de la obesidad adulta, se debe prevenir la obesidad pediátrica, siendo la educación alimentaria la mejor herramienta para evitar este mal que crece como epidemia. Por otro lado deberá ser manejada la ocupación del tiempo libre durante la infancia y fundamentalmente jerarquizar el rol de la familia tanto en la prevención como en la terapéutica.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Mazza C y col. Epidemiología de la Obesidad Infantil en países de Latinoamérica. Medicina Infantil 2002; IX: 299-304.
- 2.- Obesity- Preventing and managing the Global epidemic – Report of a WHO Consultation on Obesity. Global prevalence and secular trends in obesity, Geneva, 3-5 June 1997. World health Organization, Geneva 1998.
- 3.- Richard S et al. Epidemic increase in Childhood Overweight, 1986-1998. JAMA 2001; 286, 22: 2845-2848.
- 4.- Popkin B. The nutrition transition in low-income countries: en emerging crisis. Nutrition Reviews 1997; 55: 31-43.
- 5.- Kaur, H. Et al. Childhood overweight : and expanding problem. Treatment in Endocrinology 2003; 2 (6): 375-388.
- 6.- Obesity in Childhood and Adolescence. Nestle Nutrition Workshops Series. Pediatric Program 2002; 49.
- 7.- Freedman DS, et al. Secular increases in relative weight and adiposity among children over two decades: The Bogalusa Heart Study. Pediatrics 1997; 420-426.
- 8.- Ipaguirre M y col. Factores de riesgo de Obesidad Infantil. Medicina infantil 2001; VIII: 291-296.
- 9.- Peña JM, Bacallao J: Obesidad en la pobreza. Publi Cient 576. Washington DC: OPS 2000.
- 10.- Olivares, S. Publicidad de alimentos y conductas alimentarias en escolares de 5° a 8° básico. Rev Chil Nutr 2003. 30 (1).
- 11.- French , S. Fast food restaurant use among adolescents. International Journal of Obesity 2001 (25).
- 12.- Pueyrredón, P y col. CESNI. Patrones de consumo de alimentos y bebidas azucarados en niños de nivel socioeconómico medio- alto. Actas Congreso de la Sociedad Argentina de Nutrición, Agosto 2002.
- 13.- Bazán, N. Proyecto de investigación de la niñez y obesidad. PINO.CHO Arg. 2000.
- 14.- De Torres, LA et al. Hábitos alimentarios de escolares de una zona básica de salud de Córdoba, España. Revista Española de Salud Pública 1998; 72:147-150
- 15.- O`Donnell A, Britos S, Pueyrredón P y col: Obesidad en Argentina: ¿Hacia un nuevo fenotipo?. Publicación CESNI. 2005.
- 16.- Klesges RC, Shelton LM, Klesges M: Effects of television on metabolic rates: potential implications for childhood obesity. Pediatrics 1993. 91: 281-286.

CUADROS DE RESULTADOS

CUADRO Nº 1:

“Concurrencia a locales de comidas rápidas y kioscos”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Locales de comidas rápidas y kioscos	Escolares						Adolescentes					
	Fem(n=178)			Mas(n=158)			Fem(n=261)			Mas(n=156)		
	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC
Cadenas de fast-food	159	89,3	83,8-93,4	128	81,0	74,0-86,8	225	86,2	81,4-90,1	120	76,9	69,5-83,3
Pancherías	73	41,0	33,7-48,6	68	43,0	35,2-51,1	67	25,7	20,5-31,4	51	32,7	25,4-40,6
Kioscos	178	100,0	97,9-100,0	155	98,1	94,5-99,6	259	99,2	97,2-99,9	147	94,2	89,3-97,1

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA.

I.C: intervalo de confianza al 95 %.

CUADRO Nº 2:

“Frecuencia de concurrencia a cadenas de fast-food”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Frecuencia de concurrencia a cadenas de fast-food	Escolares				Adolescentes			
	F (n=159)		M (n=128)		F (n=225)		M (n=120)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1 a 2 veces/mes	62	39,0	30	23,4	87	38,7	43	35,8
3 veces/mes	10	6,3	9	7,0	24	10,7	11	9,2
1 vez por semana ó más	87	54,7	89	69,5	114	50,7	66	55,0

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 3:

“Frecuencia de concurrencia a Pancherías”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Frecuencia de concurrencia a Pancherías	Escolares				Adolescentes			
	F (n=73)		M (n=68)		F (n=67)		M (n=51)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1 a 2 veces/mes	40	54,8	35	51,2	18	26,9	11	21,6
3 veces/mes	8	10,9	7	10,3	3	4,5	7	13,7
1 vez por semana ó más	25	34,2	26	38,2	46	68,6	33	64,7

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 4:**"Frecuencia de concurrencia a Kioscos"**

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Frecuencia de concurrencia a Kioscos	Escolares				Adolescentes			
	F (n=178)		M (n=155)		F (n=259)		M (n=147)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1 vez/semana	4	2,2	17	11,0	30	11,6	12	8,2
2 a 3 v/semana	29	16,3	31	20,0	44	17,0	28	19,0
4 a 6 v/semana	60	33,7	39	25,2	61	23,6	28	19,0
Diaria	85	47,7	68	43,9	124	47,9	79	53,7

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 5:**"Consumo de Productos Obesogénicos"**

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Productos Obesogénicos	Escolares						Adolescentes					
	Fem(n=178)			Mas(n=158)			Fem(n=261)			Mas(n=156)		
	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC
Productos de copetín	161	90,5	85,1 - 94,3	131	82,9	76,1 - 88,4	200	76,6	71,0 - 81,6	112	71,8	64,0 - 78,7
Golosinas	177	99,4	97,9 - 100,0	155	98,1	94,5 - 99,6	258	98,8	96,6 - 99,7	153	98,1	94,5 - 99,6
Gaseosas	166	93,2	88,5 - 96,5	144	91,1	85,5 - 95,0	236	90,4	86,1 - 93,7	152	97,4	93,6 - 99,3
Jugos	156	87,6	81,8 - 92,0	134	84,8	78,2 - 90,0	192	73,6	67,7 - 78,8	108	69,2	61,3 - 76,4
Bebidas Alcohólicas	9	5,0	2,3 - 9,3	8	5,1	2,2 - 9,7	108	41,4	35,3 - 47,6	77	49,4	41,3 - 57,5

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA I.C: intervalo de confianza al 95 %.

CUADRO Nº 6:**"Prevalencia de consumo de golosinas"**

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Tipo de Golosinas	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=177)		Mas(n=155)		Fem(n=258)		Mas(n=153)	
	n	%	n	%	n	%	N	%
Caramelos	168	94,9	140	90,3	224	86,8	128	83,4
Chocolates	144	81,3	119	76,8	178	69,0	106	69,3
Alfajores	153	86,4	132	85,2	204	79,1	130	85,0
Galletitas dulces	138	78,0	111	71,6	171	66,3	114	74,5
Barras de cereal	89	50,3	90	58,1	130	50,4	57	37,3

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 7:

"Prevalencia de consumo de tipo de Jugos"

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Tipo de Jugos	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=156)		Mas(n=134)		Fem(n=192)		Mas(n=108)	
	n	%	n	%	n	%	N	%
Bebida a base de soja	90	57,7	82	61,2	63	32,8	41	38,0
Jugo puro de frutas en brik	83	53,2	71	53,0	80	41,7	47	43,5
Jugo concentrado en polvo	101	64,7	77	57,5	110	57,3	72	66,7
Jugo concentrado líquido	63	40,4	61	45,5	55	28,6	35	32,4

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 8:

"Prevalencia de consumo de Bebidas Alcohólicas"

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Bebidas Alcohólicas	Escolares				Adolescentes			
	Fem (n=9)		Mas (n=8)		Fem (n=108)		Mas (n=77)	
	n	%	n	%	n	%	N	%
Cerveza	5	55,6	4	50,0	72	66,7	65	84,4
Vino	4	44,5	5	62,5	22	20,4	24	31,2
Alcohol con energizante	3	33,3	2	25,0	58	53,7	34	44,2

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 9:

"Realización de Actividad Física"

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Realización de Actividad Física	Escolares						Adolescentes					
	Fem(n=178)			Mas(n=158)			Fem(n=261)			Mas(n=156)		
	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC
Intraescolar	175	98,3	95,1 - 99,6	154	97,5	93,6 - 99,3	252	96,5	93,5 - 98,4	148	94,9	90,1 - 97,8
Extraescolar	111	62,3	54,8 - 69,5	121	76,6	69,2 - 82,9	126	48,3	42,1 - 54,5	100	64,1	56,0 - 71,6

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA I.C: intervalo de confianza al 95 %.

CUADRO Nº 10:
"Frecuencia de realización de Actividad Física"
 Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Frecuencia de realización de Actividad Física		Escolares				Adolescentes			
		F		M		F		M	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Intraescolar	Hasta 2 veces por semana	136	77,7	125	81,2	230	91,3	137	92,6
	Más de 2 veces por semana	39	22,3	29	18,8	22	8,7	11	7,4
Extraescolar	Hasta 2 veces por semana	79	71,2	80	66,1	73	57,9	43	43,0
	Más de 2 veces por semana	32	28,8	41	33,9	53	42,1	57	57,0

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 11
"Horas promedio de realización de Actividad Física"
 Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Horas promedio de Actividad Física	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=178)		Mas(n=158)		Fem(n=261)		Mas(n=156)	
	X	DS	X	DS	X	DS	X	DS
Intracolegio	1,62	0,92	1,28	0,68	1,29	0,58	1,15	0,43
Extracolegio	1,76	0,98	1,72	0,98	1,64	0,79	1,84	0,89

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 12:
"Realización de Actividad Sedentaria"
 Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Actividad Sedentaria	Escolares						Adolescentes					
	Fem(n=178)			Mas(n=158)			Fem(n=261)			Mas(n=156)		
	n	%	IC	n	%	IC	n	%	IC	N	%	IC
TV	174	97,7	99,3 - 99,4	154	97,5	93,6 - 99,3	255	97,7	95,1 - 99,1	154	98,7	95,4 - 99,8
PC	140	78,6	71,9 - 84,4	138	87,3	81,1 - 92,1	217	83,1	78,0 - 87,5	141	90,4	84,6 - 94,5
Videojuegos	115	64,6	57,1 - 71,6	141	89,2	83,3 - 93,6	115	44,1	37,9 - 50,3	127	81,4	74,4 - 87,2

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA I.C: intervalo de confianza al 95 %.

CUADRO Nº 13:
“Número de Actividades sedentarias diarias”
 Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Número de Actividades sedentarias diarias	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=178)		Mas(n=158)		Fem(n=261)		Mas(n=156)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Ninguna	3	1,7	2	1,3	2	0,7	0	0
Sólo una por día	23	12,9	7	4,4	38	14,5	7	4,5
Dos por día	50	28,1	21	13,3	114	43,7	32	20,5
Las tres	102	57,3	128	81,0	107	40,1	117	75,0

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 14:
“Horas diarias de TV”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Horas de TV por día	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=174)		Mas(n=154)		Fem(n=255)		Mas(n=154)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
- de 1 h/día	31	17,8	25	16,2	31	12,2	21	13,6
1 a 2 hs/día	40	23,0	48	31,2	91	35,7	31	20,1
+ de 2 hs/día	103	59,2	81	52,6	133	52,1	102	66,3

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 15:
“Horas diarias de PC”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Horas de PC por día	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=140)		Mas(n=138)		Fem(n=217)		Mas(n=141)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
- de 1 h/día	60	42,8	55	39,8	84	38,7	33	23,4
1 a 2 hs/día	49	35,0	44	31,9	58	26,7	39	27,6
+ de 2 hs/día	31	22,2	39	28,3	75	34,6	69	49,0

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO Nº 16:
“Horas diarias de Videojuegos”

Escolares y Adolescentes de Capital y Gran Buenos Aires

Horas de Videojuegos por día	Escolares				Adolescentes			
	Fem(n=115)		Mas(n=141)		Fem(n=115)		Mas(n=127)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
- de 1 h/día	72	62,6	50	35,5	91	79,1	44	34,6
1 a 2 hs/día	25	21,7	43	30,5	14	12,2	34	26,8
+ de 2 hs/día	18	15,7	48	34,0	10	8,7	49	38,6

Fuente: Encuestas Carrera de Nutrición UBA

CUADRO N° 17:
Análisis estadístico de las variables

Variable	x	P (*)
Concurrencia a locales de cadenas de fast-food según edad	0,78	0,37
Concurrencia a locales de cadenas de fast-food según sexo	5,29	0,01
Concurrencia a locales de Pancherías según edad	14,77	0,0001
Concurrencia a locales de Pancherías según sexo	2,05	0,15
Consumo de horas de PC en mujeres según edad	1,12	0,28
Consumo de horas de PC en varones según edad	0,45	0,49
Consumo de horas de Videojuegos en mujeres según edad	17,0	0,0000
Consumo de horas de Videojuegos en varones según edad	3,24	0,07
Consumo de Productos para copetín según horas de TV	0,64	0,42
Consumo de Golosinas según horas de TV	0,06	0,79

(*) χ^2