



FACULTAD DE MEDICINA HUMANA “HIPÓLITO UNANUE”

**DECISIONES DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS EN PADRES DE FAMILIA DE
NIÑOS EN ETAPA PREESCOLAR**

Línea de Investigación: Salud Pública

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Nutrición

Autor (a)

Moreno Minaya, Dionny

Asesor(a)

Ponce Castillo, Diana Antonia

(ORCID: 0000-0002-5508-0883)

Jurado

Chávez Ascon, Carlos

Quispe Arbildo, Diana

Flores Paucar, Magaly Luisa

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

A Valentina, Misha, Kurama, Fe y a todos los
rescataditos del CRAA.

Agradecimientos

A cada una de los padres y madres que aceptaron participar del estudio.

A mi madre y hermanas por el apoyo y esfuerzo que me brindaron.

A mi asesora, por sus alcances en mi tesis.

Índice

I. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 Descripción y formulación del problema.....	8
1.2 Antecedentes.....	9
1.3 Objetivos.....	12
1.4 Justificación.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 Bases teóricas.....	14
III. MÉTODO.....	23
3.1 Tipo De Investigación.....	23
3.2 Ámbito temporal y espacial.....	23
3.3 Variables.....	23
3.4 Población y muestra.....	24
3.5 Instrumentos.....	25
3.6 Procedimientos.....	25
3.7 Análisis de datos.....	26
IV. RESULTADOS.....	27
V. DISCUSIONES.....	33
VI. CONCLUSIONES.....	35
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
IX. ANEXOS.....	44

Resumen

Objetivo: Identificar las decisiones de compra y el consumo de alimentos ultraprocesados en padres de familia de niños (as) en etapa preescolar. **Método:** el estudio es un diseño descriptivo, cuantitativo, de corte transversal el cual se utilizó un cuestionario para la recolección de datos. La muestra estuvo conformada por 80 padres y madres de familia de niños (as) en etapa preescolar. Se aplicó una encuesta para identificar las principales decisiones de compra y consumo de productos ultraprocesados. **Resultados:** Del total de los padres y madres entrevistados se obtuvo que el 94 % tiene como decisión de compra al concepto de facilidad de conseguir en tiendas, ambulantes o quioscos; el 93% escoge a pedido de sus hijos; y el 85% considera como decisión de compra que el alimento ultra procesado esté listo para consumir. Para la ingesta fueron 3 principales productos ultraprocesados más consumidos por los padres y madres tales como bebidas azucaradas, galletas dulces y galletas saladas. **Conclusiones:** Se concluyó que, de los 80 padres y madres de familia entrevistados, en su mayoría compran productos ultraprocesados a razón de la accesibilidad y disponibilidad del producto por estar al expendio y vista tanto del adulto como el niño. En cuanto al consumo, los padres y madres entrevistados entre las categorías mostradas prefieren principalmente consumir 3 productos; bebidas azucaradas. galletas dulces y galletas saladas por lo menos 1 a 3 veces por semana.

Palabras clave (4): decisiones de compra, alimentos ultraprocesados (AUP), etapa preescolar, consumo de alimentos ultraprocesados.

Abstract

Objectives: Identify the purchase decisions and the consumption of ultra-processed foods in parents of preschool children. **Method:** The study is a descriptive, quantitative, cross-sectional design that used a questionnaire for data collection, the population was made up of 80 parents of children in the preschool stage. A survey was applied to identify the main purchase and consumption decisions of ultra-processed products. **Results:** Of the total number of fathers and mothers interviewed, it was obtained that 94% have as reason or purchase decision the concept easy to get in stores, street kiosks; as a second reason for purchase, 93 % choose at the request of their children; and 85% consider that the ultra-processed food as a reason for purchase. For consumption, there were 3 main ultra-processed products most consumed by fathers and mothers such as sugary drinks, sweet cookies and salty cookies. **Conclusions:** It was concluded that of the 80 fathers and mothers interviewed, the majority buy ultra-processed products due to the accessibility and availability of the product because it is on sale and visible to both adults and children. Regarding consumption, the fathers and mothers interviewed among the categories shown mainly prefer to consume 3 products; sugary drink, cookies and crackers at least 1 to 3 times a week.

Key words (4): purchase decisions, ultra-processed foods, preschool stage, consumption of ultra-processed foods.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Perú y el mundo existen consecuencias al consumir alimentos o productos ultraprocesados, debido al comportamiento del consumidor en la elección de alimentos como parte de consumo habitual. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) aumentaron las ventas de productos ultraprocesados en los últimos 20 años en Latinoamérica, y en paralelo aumento las cifras de sobrepeso y obesidad a nivel mundial. Para el Perú, se incrementó el porcentaje de exceso de peso en niños menores de 5 años; a pesar que en el año 2019 se implementó los octógonos como una muestra de advertencia de los efectos por su consumo excesivo con el fin de proteger la salud de niños y adolescentes y esquivar el ambiente obesogénico que se presenta alrededores de las instituciones educativas.

La adquisición y consumo de productos ultraprocesados son factores de riesgo a desarrollar enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como son la obesidad, diabetes mellitus, hipertensión arterial, asma que afecta a adultos, niños y con la pandemia de COVID-19, la salud mental fue afectado por el estrés y/o ansiedad, ocasionado otros tipos de desórdenes alimenticios por compras impulsivas.

Se comprende que la transición nutricional está comprendida por la disponibilidad, el acceso, el ingreso económico de las familias han sido los factores que aumentaron la compra de productos ultraprocesados.

Los alimentos ultraprocesados se caracterizan por sobrepasar los límites de calorías, azúcares, grasas y sodio y se vuelven perjudiciales cuando son ingeridos en cantidad y frecuencia por cada persona; puede llamarse “producto ultraprocesado” o “alimento ultraprocesado” ya que el concepto utiliza las características de ser formulaciones industrializadas clasificados y aprobados internacionalmente. Es por ello que C. Monteiro se refiere como “productos” porque fueron manipulados industrialmente y no poseen **ninguna calidad nutritiva**. (Royo-Bordonada y Bes-Rastrollo, 2021).

Previo a la aparición o debut de las enfermedades crónicas no transmisibles se forman hábitos inadecuados que son aprendidos en las diferentes etapas del ser humano, este estudio se enfocó en la infancia; para luego ser puestos en práctica cuando se es adolescente, joven o adulto.

Todo el proceso de crecimiento humano es un constante aprendizaje, que se diferencian en etapas y formas de aprender; un niño menor de 2 años puede aprender de acuerdo a lo que ve, escucha, toca, siente. A partir de los 2 años, se inicia formación hábitos que dependen del entorno, principalmente los padres que, a través de su conducta, con el ejemplo, sin explicar o hablar pueden enseñar hábitos. Por ello las decisiones de compra de madres y/o padres están influenciadas por gustos de los niños, sin embargo, esta acción podría provenir de la elección de los padres y ocasionar la formación de hábitos no saludables en sus hijos.

1.1 Descripción y formulación del problema

En los últimos 20 años los factores asociados a la elección, adquisición y aumento en el consumo de alimentos ultraprocesados es debido a la urbanización, la publicidad, cambios en el estilo de vida, la disponibilidad, accesibilidad al encontrarse en quioscos, ambulantes, bodegas, mercados supermercados, tiempos limitados para elaboración de comidas saludables en el hogar; ha resultado una opción rápida la elección de los alimentos ultraprocesados. (OPS, 2019).

El presente trabajo de investigación quiere analizar el porqué de las decisiones de compra y su consecuente consumo de alimentos ultraprocesados por parte de los padres y madres de niños en etapa preescolar; las repercusiones al elegir, comprar y consumir en frente de sus hijos.

Por último este estudio será de utilidad en contribuir a investigaciones acerca de la conducta alimentaria como modelo y ejemplo en niños en edad preescolar por ser una edad de formación de hábitos siendo necesario conocer las razones que conllevan a decidir y actuar de

los padres al elegir, ejemplificar y consumir los alimentos ultraprocesados a pesar de las informaciones impartidas en salud, sobre lo dañino que es a largo plazo, considerando que en la actualidad estos productos se encuentran identificados por los octógonos.

Problema General

- Factores que motivan a la elección, compra y consumo de alimentos ultraprocesados en padres de familia de niños en etapa preescolar

Problemas específicos

- Factores que motivan a la elección y compra de alimentos ultraprocesados en padres de familia de niños en etapa preescolar
- Consumo de alimentos ultraprocesados en padres de familia de niños en etapa preescolar

1.2 Antecedentes

Espinosa e Irigoyen (2022) investigaron la relación entre comportamiento de compra y la inclusión de octógonos en padres de familia de niños en etapa escolar y la introducción de los octógonos en los productos ultraprocesados. La investigación fue no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 379 padres de niños en etapa escolar de nivel primario residentes en el distrito de San Borja. Los resultados mostraron que más del 50 % de padres entrevistados reconocen y cambiaron su comportamiento de compra al visualizar los octógonos.

Villarán y Paz Soldán (2021) realizaron un estudio cualitativo con enfoque fenomenológico. El objetivo fue describir factores que influyen en la elección de productos ultraprocesados en madres de niños (as) en edad preescolar durante el periodo de aislamiento social por la pandemia de COVID-19. El muestreo utilizado fue la bola de nieve exponencial no discriminatorio. Se concluyó que por efecto de la pandemia surgió cambios en la alimentación, debido a factores como los horarios, roles de padres, educación, emociones

(estrés, aburrimiento, ansiedad e irritabilidad) todo ello afectando el comportamiento familiar y por ende una mayor preferencia y consumo de productos ultraprocesados.

Talledo (2020) investigó la relación entre las características sociodemográficas y razones de adquisición de productos ultraprocesados en madres de familia en Villa el Salvador; la muestra fue de 150 madres de un centro materno infantil. Los resultados fueron que existe una relación significativa entre la procedencia de las madres y la razón de adquisición de productos ultraprocesados, siendo el 67% de madres que eligieron los alimentos ultraprocesados por conveniencia en la preparación y el 24% elige por influencia del entorno y la publicidad. Talledo recomienda investigar la conducta alimentaria de las madres de familia en relación a las razones de adquisición de productos ultraprocesados.

O'Brien (2018) realizó un estudio que relaciona dos variables, la publicidad infantil de productos lácteos y la decisión de compra en padres de familia de niños de 2 a 5 años. El estudio estuvo conformado por 138 padres. Se aplicó una encuesta y como instrumento el cuestionario. El estudio evidenció que el factor que más influye en la decisión de compra son las peticiones de sus hijos en etapa preescolar; estas peticiones pueden ser indirectas o coyunturales.

Espinales (2018) realizó una investigación donde relaciona el consumo de alimentos ultraprocesados y el IMC en estudiantes de 5° y 6° grado de primaria en el distrito de Surco, departamento de Lima. Participaron 118 estudiantes; para el recojo de información se utilizó un cuestionario de consumo de alimentos ultraprocesados y una ficha de registro de medidas antropométricas. Los resultados fueron que el 69 % tienen nivel bajo de consumo de alimentos ultraprocesados y que no existe relación estadística significativa con el Índice de masa corporal, sin embargo, el autor sugiere realizar más estudios con otros factores como, datos bioquímicos, e indicadores del sedentarismo.

Lara (2018) realizó una investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre el consumo de alimentos ultraprocesados, el estado nutricional y el trastorno por déficit de

atención e hiperactividad (TDAH) en escolares de una I.E. de Villa María del Triunfo en 200 escolares de ambos sexos del 2º, 3º y 4º grado de primaria. La técnica para recolección de datos fue un cuestionario de frecuencia de consumo de productos ultraprocesados con imágenes, toma de mediciones antropométricas y el cuestionario CONNERS. Los resultados mostraron que el 26.9 % muestran un nivel alto de consumo de productos ultraprocesados y 73.1% nivel bajo de consumo. En cuanto al IMC para la edad, se encontró que el 29% con sobrepeso y 26% con obesidad; la hiperactividad se presentó en 31.5% siendo la mayoría del sexo masculino. Además, se encontró que existe relación significativa entre el consumo de productos ultraprocesados y TDAH, el 54.5% con TDAH resultó con alto consumo de alimentos ultraprocesados y el 85.8% consumo bajo.

García (2016) realizó una investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre el consumo de alimentos ultraprocesados del quiosco escolar y el índice de masa corporal en 142 estudiantes de nivel primaria de 8 a 10 años de una institución educativa pública de Cercado de Lima. Se utilizó un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados y se realizaron medidas antropométricas (peso, talla). Los resultados mostraron que el 86.6% de estudiantes presentan consumo alto de productos ultraprocesados, siendo las gaseosas como primer lugar, seguido de los cereales con azúcar añadida, tercero a las papitas fritas empaquetados, cuarto las galletas saladas y quinto el néctar de durazno con una frecuencia de más de 2 veces por semana. Respecto al IMC el 50.7% presentó IMC elevado. Por lo tanto, hay una relación entre el consumo de alimentos ultraprocesados y el IMC elevado.

Castronuovo y cols. (2016) realizó una investigación cuyo objetivo fue analizar cómo las publicidad y promoción de alimentos dirigidas a niños y niñas intervienen en las decisiones de compra de las madres con respecto a la alimentación en sus hijos. Es un estudio descriptivo de corte transversal con metodología cualitativa. Participaron 49 madres de niños de 5 a 13 años.

Castronuovo menciona que la publicidad tiene efecto en las preferencias, conducta de compra y patrones de consumo en los niños y niñas. Por ello señala que se deben diseñar políticas que promuevan alimentos saludables y restricción en la publicidad de alimentos no saludables. También recomienda realizar más estudios sobre consumo de alimentos ultraprocesados y hábitos alimentarios.

1.3 Objetivos

Objetivo General:

- Identificar las decisiones de compra y consumo de alimentos ultraprocesados por padres y madres de familia de niños en etapa preescolar

Objetivo Específicos

- Determinar las decisiones de compra en padres y madres de familia de niños (as) de 3 a 5 años de edad.
- Identificar el consumo de alimentos ultraprocesados en padres y madres de familia de niños (as) de 3 a 5 años de edad.

1.4 Justificación

El presente estudio tiene la finalidad de describir y discutir las decisiones de compra de los padres y madres de familia con niños en etapa preescolar, que eligen, compran y consumen los alimentos ultraprocesados.

Castronuovo y colaboradores mencionan en su artículo de investigación “Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias” que es importante indagar el rol que tienen las madres al elegir comprar alimentos ultraprocesados y como la publicidad influye en las decisiones del niño por la insistencia lo que impulsa al padre o madre a la compra de dichos alimentos. (Castronuovo y cols., 2016)

Los resultados del presente estudio brindaran tanto interrogantes como aciertos acerca de razones de consumo, como también generar ideas para construir posibles estudios sobre hábitos y patrones de consumo de alimentos ultraprocesados en padres y madres de familia.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Decisiones de compra

Según el psicólogo Abraham H. Maslow, identificó cinco niveles de necesidades en forma piramidal iniciando con las necesidades básicas, luego seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización. Maslow refiere que una necesidad se activa después que la inferior esté satisfecha. Sin embargo, hay excepciones donde se menciona que algunas personas pueden satisfacer las necesidades más altas de la pirámide, y ello resulta una motivación para abastecer su necesidad básica. Por lo que se entiende que las familias a mayor mejoría de situación económica, satisface sus necesidades básicas para luego satisfacer sus gustos. Sin embargo, los alimentos ultraprocesados al estar al alcance por ser de bajo costo llegan a familias que podrían no cubrir por completo sus necesidades básicas.

2.1.2 Proceso de decisión de compra

Toda persona pasa por un proceso cuando decide comprar un producto; según Philip Kotler, se realiza en 5 fases; primero reconocimiento de la necesidad, segunda búsqueda de información, tercera evaluación de alternativas, cuarto decisión de compra y quinto y última fase el comportamiento post compra. Sin embargo, no todas las personas realizan ese proceso, algunos realizan la compra impulsiva, la que decide comprar y luego justificar dicha compra, y con ello surgir el comportamiento repitente con un mismo producto.

La decisión de compra realizada por un padre o madre de familia puede estar influenciada por factores que van dirigidos especialmente a sus hijos como son la publicidad expresada en las características del empaque, la alta exposición de productos ultraprocesados inevitable evadirlos ya que están al libre expendio a simple vista de los niños, accesibilidad del producto ultraprocesado.

2.1.3 Elección de compra de alimentos ultraprocesados

En Latinoamérica

Durante las últimas dos décadas el aumento de consumo de alimentos ultraprocesados ha aumentado en muchos países. En Latinoamérica, **Brasil y Perú** son los países que aumentaron abismalmente sus ventas a partir de los años 2000. (OPS/OMS, 2015)

Los alimentos ultraprocesados, las bebidas azucaradas y la comida rápida, de acuerdo a los estudios son las que presentan una escasa calidad nutricional, están reemplazando a las comidas caseras más nutritivas de las dietas de las familias en América Latina y El Caribe, lo que genera efectos alarmantes en la salud y requiere de regulaciones por parte de los gobiernos para revertir esta tendencia que va en aumento. (Washington, DC, 23 de octubre de 2019 - OPS).

2.1.4 Alimentos ultraprocesados o productos ultraprocesados

En el año 2000 surgió un nuevo concepto de alimentos ultraprocesados; el Sistema **NOVA** que fue publicado en el año 2015; el cual clasifica de acuerdo a características por su naturaleza, su finalidad y grado de procesamiento industrializado en 4 grupos; alimentos sin procesar mínimamente procesados; ingredientes culinarios procesados; alimentos procesados y alimentos ultraprocesados; fue desarrollado en la escuela de salud pública de universidad de Sao Paulo por Carlos Monteiro y colaboradores.

- Grupo 1 - Alimentos no procesados o mínimamente procesados
- Grupo 2 - Ingredientes culinarios procesados
- Grupo 3 - Alimentos procesados
- Grupo 4 - Alimentos y bebidas ultraprocesados

Los alimentos ultraprocesados son aquellos alimentos sometidos a procesos de industrialización como molturación, extrusión o pre-fritura. Contienen sodio, azúcar, grasas, aromatizantes, estabilizantes, conservantes, colorantes, potenciadores de sabor, emulsionantes,

humectantes. Son también llamados alimentos listos para comer o beber como por ejemplo los refrescos, los aperitivos dulces y salados, las gominolas, el chocolate, el pan de molde, la bollería industrial, la margarina, los cereales para desayunar, las galletas, las salsas instantáneas, los batidos y las bebidas.

Composición nutricional de alimentos procesados y ultraprocesados

Los alimentos ultraprocesados están elaborados a base de insumos de azúcares, sales hidrogenadas, más aditivos y edulcorantes alterando nuestro comportamiento por que se dirige a través del “*Bliss point*” o punto de felicidad, que no es más que una fusión engañosa. El azúcar realiza un mecanismo de consumo adictivo que va al cerebro, las grasas de los alimentos ultraprocesados proporciona el sabor muy agradable consiguiendo una acción de repetir el consumo, agregando que son sencillos de consumirlos, porque se deshacen en la boca, es decir son más fáciles de masticar y digerir.

Según el artículo “*Evaluación de la composición nutricional de alimentos procesados y ultraprocesados de acuerdo al perfil de alimentos de la OPS, con énfasis en nutrientes críticos*” del Centro multidisciplinario de Investigaciones Tecnológicas, se analizaron 80 productos procesados y ultraprocesados siendo el estudio transversal, observacional, y descriptivo; concluye que los alimentos procesados y ultraprocesados superan lo **permitido** de acuerdo al perfil de nutrientes críticos por la Organización Panamericana de la Salud. (Meza, Núñez y Maldonado, 2018).

Perfil de nutrientes por la OPS:

El Modelo de Perfil de Nutrientes consta de 7 capítulos; elaborado entre los años 2014 y 2015, se realizó el 53° consejo directivo de la Organización Panamericana de la Salud que aprueba por unanimidad el Plan de Acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia (OPS/OMS, 2016). En este documento se dan las instrucciones para brindar información en la formulación de políticas y reglamentaciones como regular el etiquetado de

frente del envase, guías nutricionales para cada país y prevenir el consumo de alimentos ultraprocesados en el entorno escolar. Por eso es considerado una herramienta muy útil para clasificar a alimentos y bebidas procesados y ultraprocesados que sobrepasan los límites en azúcares, sal, grasas saturadas y grasa trans. También puede ser usado para crear y aplicar estrategias reglamentarias relacionadas con la prevención y control de obesidad y el sobrepeso. El modelo de perfil de nutrientes utilizó criterios. (Ver cuadro 1).

Cuadro 1. Criterios del modelo de perfil de nutrientes de la OPS para indicar los productos procesados y ultraprocesados que contienen una cantidad excesiva de sodio, azúcares libres, otros edulcorantes, grasas saturadas, total de grasas y grasas trans.

Sodio	Azúcares libres	Otros edulcorantes	Total, de grasas	Grasas saturadas	Grasas
≥ 1mg de sodio por 1 kcal	≥ 10% del total de energía proveniente de azúcares libres	Cualquier cantidad de otros edulcorantes	≥ 30 % total de energía proveniente del total de grasas	≥ 10 % del total de energía proveniente de grasas saturadas	≥ 1 % de total de energía proveniente de grasas trans

Fuente: De Modelo de perfil de nutrientes, OPS, 2016, p 19. Washington DC.

La OPS aplicó un modelo de perfil de nutrientes para identificar el contenido de grasas totales, grasas saturadas, azúcares libres y sodio en los productos ultraprocesados seleccionados. Los principales contribuyentes en la energía total alimentaria fueron en primer lugar las galletas (bizcochos), bebidas gaseosas, jugos y bebidas endulzados, caramelos, yogur endulzado siendo las galletas con un aporte de 55.5 kcal de energía per cápita por día y las bebidas gaseosas con 51.6 kcal. (OPS/OMS, 2016).

2.1.5 Riesgo de desarrollar Enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT)

Estadísticas a nivel mundial

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que el sobrepeso y la obesidad infantil constituyen uno de los principales problemas de salud pública del siglo XXI. El problema es mundial y está afectando progresivamente a muchos países de bajos y medianos ingresos, sobre todo en el medio urbano.

En 2016, según las estimaciones, unos **41 millones** de niños menores de 5 años tenían sobrepeso o eran obesos. Si bien el sobrepeso y la obesidad se consideraban antes un problema propio de los países de ingresos altos, actualmente ambos trastornos aumentan en los países de ingresos bajos y medianos.

Según la OMS, entre el año 1975 y 2016 la prevalencia mundial de la obesidad se ha casi triplicado en todo el mundo.

En Europa, la Sociedad Española de Nefrología en una de sus revistas del año 2021, presenta un artículo de revisión titulado “*Impacto del consumo de alimentos ultraprocesados en la enfermedad renal crónica*” refiere que España presenta prevalencia de sobrepeso y obesidad en adultos y niños de todo Europa. La tasa de sobrepeso en niños fue de 40% y de obesidad 18 % y estas cifras van en aumento. (Lou et. al, 2021)

Estadísticas a nivel nacional

Cifras de sobrepeso y obesidad de niños menores de 5 años (2007-2014) en Perú:

De acuerdo al Sistema de Información del Estado Nutricional del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición; la tendencia de sobrepeso y obesidad de niños y niñas de menores de 5 años en el año 2020 fue de 8.8 %. El sobrepeso fue de 6.2 % en el 2015 y 6.6 % en el año 2020. En cambio, en cifras de obesidad fue de 1.5 % en el año 2015 y 2.2 % en el año 2020. Entonces vemos un aumento de 0.4 en sobrepeso y en 0.7 puntos porcentuales en obesidad. (CENAN, 2021).

Se analizó las cifras durante los años 2015 hasta el 2020 tanto el sobrepeso y la obesidad fueron **aumentando gradualmente cada año**. Cifras que alarman porque no hay políticas públicas en prevención a este grupo etario.

2.1.5 Regulación y comercialización de alimentos ultraprocesados en Perú (Ley 30021, manual de advertencias, etiquetado)

A continuación, una línea de tiempo de las normativas, directivas relacionadas a los productos ultraprocesados:

- 17 mayo 2013: Promulgación de la Ley N. 30021 Ley Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes”
- 17 junio del 2017: Aprobación del Reglamento de la ley 30021, mediante Decreto Supremo Nro. 017-2017-SA el 15 de junio del 2017.
- 16 junio 2018: La aprobación y publicación del Manual de Advertencias Publicitarias. (establece los parámetros técnicos que los fabricantes de alimentos procesados deben tener en cuenta para el contenido de sus productos y publicidad).
- 28 diciembre 2018: Documento técnico Guías alimentarias para la Población peruana (Resolución Ministerial N° 1353-2018-MINSA)
- 02 de marzo 2019: Aprueban el Documento Técnico: Lineamientos para la promoción y protección de la alimentación saludable en las instituciones Educativas Públicas y Privadas de la educación básica.
- 17 de junio 2019: entra en vigencia el MAP (implementación de los parámetros técnicos para el rotulado de los alimentos procesados)
- 12 marzo 2019: Lanzamiento de las Guías alimentarias peruanas (sede: MINSA)
- 2021: Para el año 2021, se cumplieron 39 meses para el cumplimiento de los parámetros de perfil de nutrientes críticos.

2.1.6 Ventas de los alimentos ultraprocesados en América latina y en Perú:

La OPS realizó un estudio sobre las ventas de productos ultraprocesados de los años 2009 a 2014 y la tendencia de ventas de productos ultraprocesados para los años 2015 al 2019 en 7 países de América latina; Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

En Perú, para el año 2009 las ventas de productos ultraprocesados fue de 179 kcal per cápita/día y para el 2014 las ventas aumentaron en 15,6%, al pasar de 179 a 207 kcal per cápita/día. (Washington, D.C, OPS, 2015). El crecimiento fue mayor en los alimentos ultraprocesados que en bebidas ultraprocesados a diferencia de Chile y Brasil que aumentaron a la inversa, más en bebidas azucaradas que alimentos ultraprocesados.

2.1.6 Etapa Preescolar

La etapa preescolar está comprendida desde los 3 a 5 años. En el Perú de acuerdo a las normas técnicas de la Educación Básica Regular del Ministerio de Educación, comprende esta edad para la escolaridad del grado inicial. Sin embargo, la OMS comprende la etapa preescolar de 2 a 5 años.

El desarrollo cognitivo en esta edad pasa por procesos de pensamiento y razonamiento dando lugar que el niño sea el protagonista, el que tome el control, como también desarrollan la observación e imitación de las conductas de sus padres.

La etapa preescolar se reconoce como una edad crítica para la **formación de hábitos** sean o no saludables, si dichos hábitos son saludables se evitarían enfermedades en la vida posterior. Es por ello que en las instituciones se les enseña el lavado de manos, higiene bucal, saludos entre otros comportamientos que fortalecen y potencian las habilidades en los niños.

Los niños y niñas comprendidos en esta etapa necesitan obtener energía de los alimentos, necesario para síntesis de tejidos en crecimiento y energía como depósito, en cuanto

a requerimiento energético en niños de 3, 4 y 5 años necesitan de 1200 kcal a 1400 kcal al día para niños y de 1100 kcal a 1300 kcal para niñas. (FAO/OMS/UNU, 2001).

En el artículo titulado “*Comportamiento del consumidor infantil: recordación y referencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera en niños de Bogotá*”. Mencionan que los niños a partir de los **6 meses memorizan y reconocen imágenes mentales** sobre los logos que le hayan presentado destacando el color de la envoltura, el sonido que emite al abrir un paquete de galleta, todo esto estímulos asociados a una imagen. (Ortegón et. al, 2015). Por ello, un niño o niña en etapa preescolar asociará las imágenes (empaques, dibujos, logo, publicidad) de algún alimento ultraprocesado con el momento o actividad agradable presentada por sus padres generando factores de riesgos al aprender hábitos inadecuados y pasar inadvertidos por los padres de familia.

Abadeano Sanipatin y cols. (2019) mencionan en su artículo titulado “Alimentación saludable en preescolares: un tema de interés para la Salud Pública” que durante la etapa preescolar, la alimentación constituye una **determinante social** que desarrolla un importante papel para el **equilibrio físico y mental del niño**; debido a que en este momento se forman los hábitos alimenticios, los que definirán el futuro estado nutricional; fase en la cual los padres tienen el rol fundamental de proveer y educar a sus hijos sobre esta temática.

Gravedad en niños por consumir alimentos ultraprocesados

Según el artículo titulado “Consumo de productos ultraprocesados y sibilancias respiratorias en niños: El proyecto SENDO” desarrollado en España, menciona que 513 niños participantes se encontró un valor predictivo del consumo de productos ultraprocesados para el desarrollo de enfermedades respiratorias; es decir el 87 % de niños que mostraron alto consumo de productos ultraprocesados tenía prevalencia de sibilancias, asma y bronquitis; sin embargo los autores necesitan más estudios para conocer más sobre la causalidad entre los

riesgos de consumo de productos ultraprocesados y enfermedades respiratorias en el área pediátrica. Asimismo, el proyecto Seguimiento del Niño para el Desarrollo Óptimo (SENDO) en la actualidad se continúa ejecutando; su objetivo es analizar los efectos de la dieta en el niño y adolescente como una forma de prevenir enfermedades en la adultez. (Moreno y cols. 2021)

Por otro lado se realizó un análisis de un producto ultraprocesado como una galleta de sabor dulce con o sin añadidos, según etiqueta rinde entre 175.5 kcal a 210 kcal, dividido el contenido en 4 unidades; una unidad ofrece entre 44 kcal a 50 kcal, si un niño en etapa preescolar consume todo el paquete estaría sobrepasando el límite de 10 % correspondiente a una lonchera de acuerdo a la distribución calórica en un niño de 3 años con requerimiento de 1300 kcal, por lo que al consumir aquella galleta sobrepasa en energía (calorías) y sin calidad nutritiva; como también deficientes en otros nutrientes; la proteína de alto valor biológico (PAVB), la proteína mixta, vitaminas y minerales.

III. MÉTODO

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es un estudio observacional, descriptivo, transversal y cuantitativo.

Es descriptivo porque identifica y describe características como son las decisiones de compra de la población objetivo; es cuantitativo porque se utilizó como instrumento un cuestionario y uso de estadística descriptiva. Es transversal porque se recogieron los datos en un determinado tiempo corto de un mes.

La población objetivo fue madres y padres de niños (as) en etapa preescolar entre los 3 y 5 años de edad cumplidos.

3.2 Ámbito temporal y espacial

Se ejecutó en el mes de octubre y noviembre de 2022 en la ciudad de Ayacucho, Huamanga, departamento de Ayacucho.

3.3 Variables

a) Variables independientes: decisiones de compra

En la segunda sección del instrumento consta de 14 preguntas sobre la causa de elección de alimentos ultraprocesados.

b) Variables dependientes: consumo de alimentos ultraprocesados

En la tercera sección del instrumento es una tabla de frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados de los últimos 30 días.

c) Variables demográficas: sexo, edad, nivel de estudios, ocupación.

- Sexo del niño (a): masculino, femenino
- Sexo del padre o madre: masculino, femenino
- Edad de la madre o padre: joven, adulto

- Edad del niño (a): 3, 4 y 5 años
- Nivel de estudios (completado): primaria, secundaria, técnico, universitario
- Ocupación de la madre o padre: ama de casa, teletrabajo y trabaja fuera del hogar

3.4 Población y muestra

Población

Conformado por 90 padres y madres de familia con niños y/o niñas en etapa preescolar que permanecieron en la ciudad de Ayacucho y que aceptaron participar del estudio.

Muestra

La muestra tipo censal estuvo conformada por 80 padres y madres de familia de niños de 3 a 5 años de edad que se encuentren en Ayacucho para el momento de la encuesta.

Unidad de análisis: padres y madres de familia

Tipo de muestreo: no probabilístico por conveniencia

Técnica: encuesta - entrevista

Instrumento: cuestionario

Criterios de inclusión:

- Padres y madres de familia de 18 a 59 años.
- Madres y padres de familia de niños en etapa preescolar de 3 a 5 años de edad.
- Madres y padres de familia que hayan consumido por lo menos una vez productos ultraprocesados.

Criterios de Exclusión:

- Padres y madres de niños menores de 3 años, y mayores de 6 años.
- Padres y madres con alguna condición de salud limitante en el hogar (hipertensión, diabetes, dislipidemias).

3.5 Instrumentos

Se realizó la validación del instrumento.

El instrumento tiene 29 preguntas y cuenta con 3 secciones; sección A, datos generales del padre y niño, sección B decisiones de compra y sección C, frecuencia consumo de alimentos ultraprocesados. Para un mejor reconocimiento de alimentos ultraprocesados se acompaña de una cartilla de apoyo visual.

Para la variable decisiones de compra se adaptó el instrumento validado procedente de la tesis “Relación entre las características sociodemográficas y razones de adquisición de productos ultraprocesados de madres de familia de Villa el Salvador 2019”.

Para la variable consumo de alimentos ultraprocesados se formuló una sección dividida en 10 categorías de alimentos ultraprocesados basados en el artículo “Oferta y publicidad de alimentos y bebidas en instituciones educativas y entornos escolares de Lima metropolitana. Un estudio exploratorio”; de acuerdo a los alimentos ultraprocesados que estén listos para consumir inmediatamente. (Saavedra y cols, 2020)

3.6 Procedimientos

Se realizó un piloto para la validación del instrumento aplicado a 20 adultos entre padres y madres de familia ubicados en la ciudad de Ayacucho y sus alrededores que cumplían los criterios de inclusión. Sin embargo, solo se consideró a 18 adultos ya que 2 no cumplían el criterio de inclusión de edad del niño (a). Se realizaron modificaciones en el instrumento y ajuste de algunas preguntas tanto de edición como de comprensión. Para el momento de la entrevista en modo presencial se utilizó un fotocheck de identificación para generar confianza y aprobación de los participantes, el consentimiento y el instrumento.

Luego se ejecutó la muestra por conveniencia. Se entrevistó a 90 adultos entre padres y madres de niños (as) según criterio de inclusión, de las cuales se descartaron 10 encuestas por no cumplir el periodo de escolaridad de los niños y niñas de etapa preescolar.

La información recogida fue digitada en una base de datos elaborada en Microsoft Excel versión 2016.

Técnica: encuesta

Instrumento: cuestionario, y cartilla de apoyo con imágenes de productos

3.7 Análisis de datos

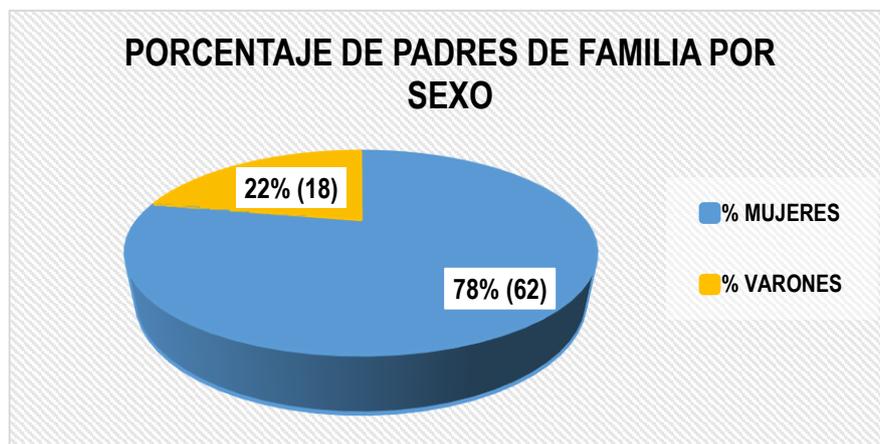
Se utilizó el programa Microsoft Excel versión 2016, luego se consolidó por medio de tablas y gráficos.

IV. RESULTADOS

En la sección A; el instrumento recogió datos generales, donde se encontró que **78%** de los padres y madres entrevistados fueron del sexo femenino y el 22 % fue de sexo masculino.

Figura 1.

Distribución de padres y madres entrevistados por sexo (n=80)

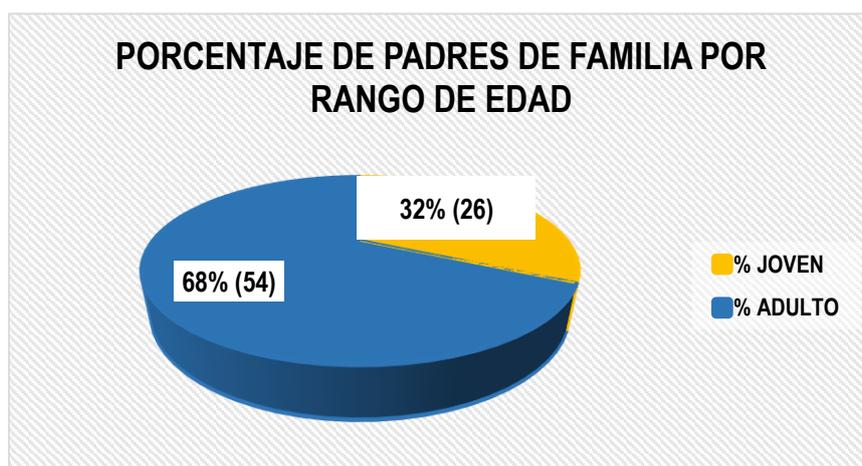


Fuente: elaboración propia

Asimismo, el rango de edad de la mayoría de padres y madres estuvo conformado por adultos que comprende de 30 a 59 años de edad con un 68% y 32% comprendidos en el rango de edad 18 a 29 años.

Figura 2.

Distribución de padres y madres de acuerdo a rango de edad

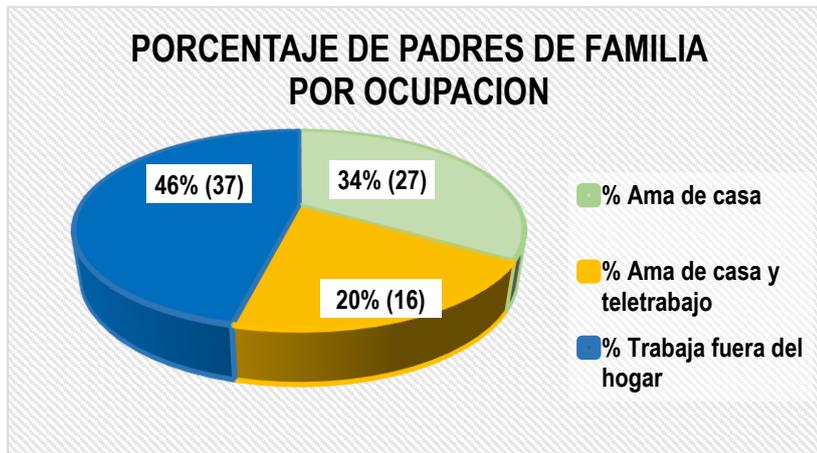


Fuente: elaboración propia

Para la ocupación el 46 % estuvo conformado por padres de familia que trabajan fuera del hogar, y el 34% se dedican a labor de ama de casa y solo un 20% que cumplen labor de ama de casa y trabajan dentro del hogar.

Figura 3.

Distribución de padres y madres de acuerdo a su ocupación (n=80)

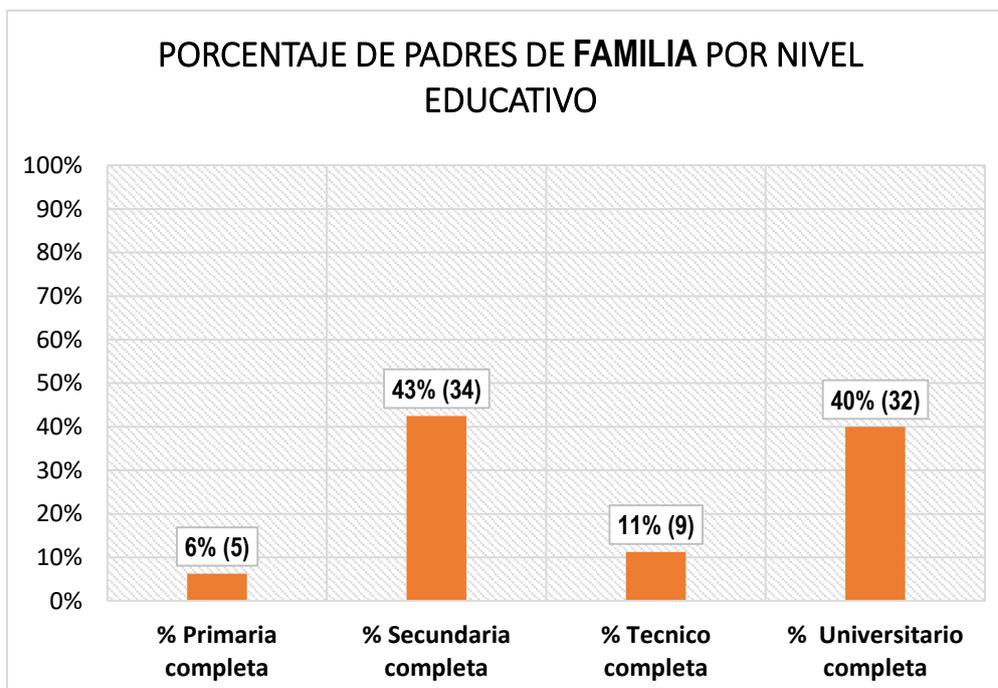


Fuente: elaboración propia

Para el nivel educativo el 43% tienen secundaria completa, en curso a otros estudios superiores, pero para el momento de recojo de información se considera como nivel educativo culminado.

Figura 4.

Distribución de padres y madres de acuerdo a nivel educativo

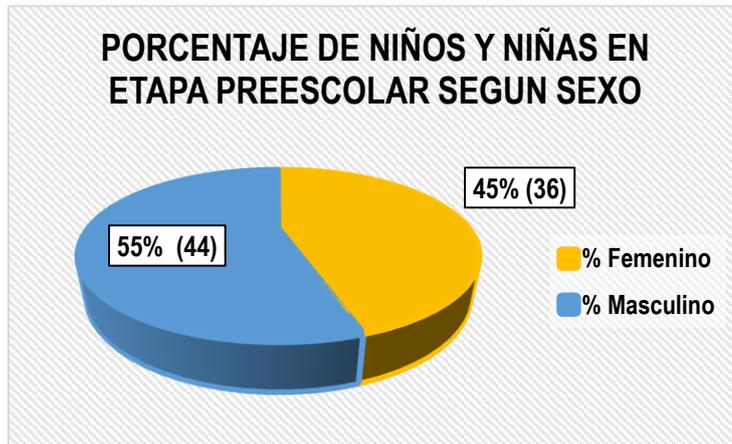


Fuente: elaboración propia

En cuanto a la edad y sexo de los niños en edad preescolar, el 55% fueron niños de sexo masculino y 45 % sexo femenino.

Figura 5.

Distribución de niños y niñas en etapa preescolar por sexo

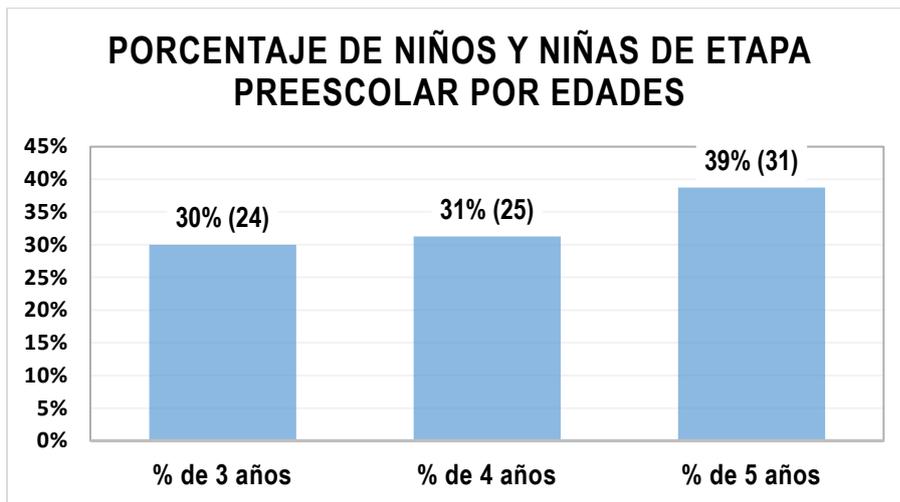


Fuente: elaboración propia

En cuanto a la edad del niño o niña de etapa preescolar, el 39 % tenían la edad de 5 años, seguido de 31 % con 4 años y 30% con 3 años cumplidos.

Figura 6.

Distribución niños y niñas en edad preescolar por edades

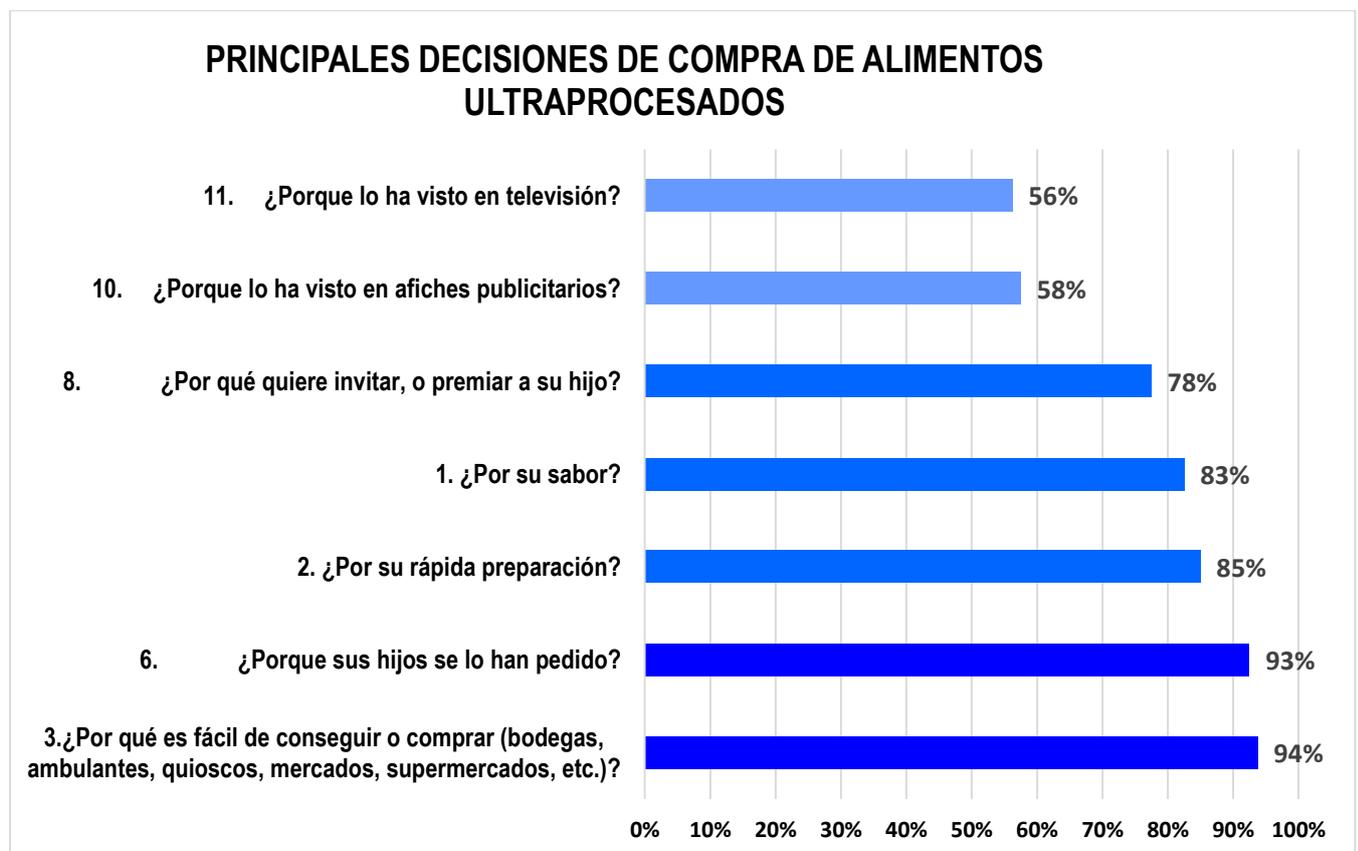


Fuente: elaboración propia

En la sección B; en cuanto a las decisiones de compra, el 94% de los padres y madres consideran como decisiones de compra de alimentos ultraprocesados a la facilidad de conseguir en varios lugares (bodegas, quioscos, ambulantes), 93% escoge porque sus hijos se lo han pedido es decir que hay una influencia para elegir y comprar los productos ultraprocesados. En cuanto a la tercera opción como elección está por su rápida preparación de 85%, es decir está listo para consumirlo; la cuarta opción como elección es que el 83% lo hace por su sabor, es decir les parece agradable y rico y por último como quinta elección 78 % compra por la iniciativa de premiar o invitar a su menor hijo (a). Y más del 50% de padres y madres escoge por influencia de la televisión y afiches publicitarios.

Figura 7.

Distribución porcentual de las principales decisiones de compra de padres y madres de familia de alimentos ultraprocesados



Fuente: elaboración propia

En la sección C; en cuanto a la frecuencia de consumo de alimentos por parte de los padres y madres de niños y niñas en etapa preescolar, resultó que hay 3 productos que eligen con mayor frecuencia y lo ingieren, el **63 % escoge bebidas azucaradas, 51% a las galletas dulces**, seguido de **46% elige galletas saladas** las cuales consumen de **1 a 3 veces por semana**. El 22% de padres y madres entrevistados consumen golosinas, bizcochos, caramelos y chocolates por lo menos 1 vez al mes. En cuanto a las barras energéticas no son consumidas con frecuencia.

Tabla 1

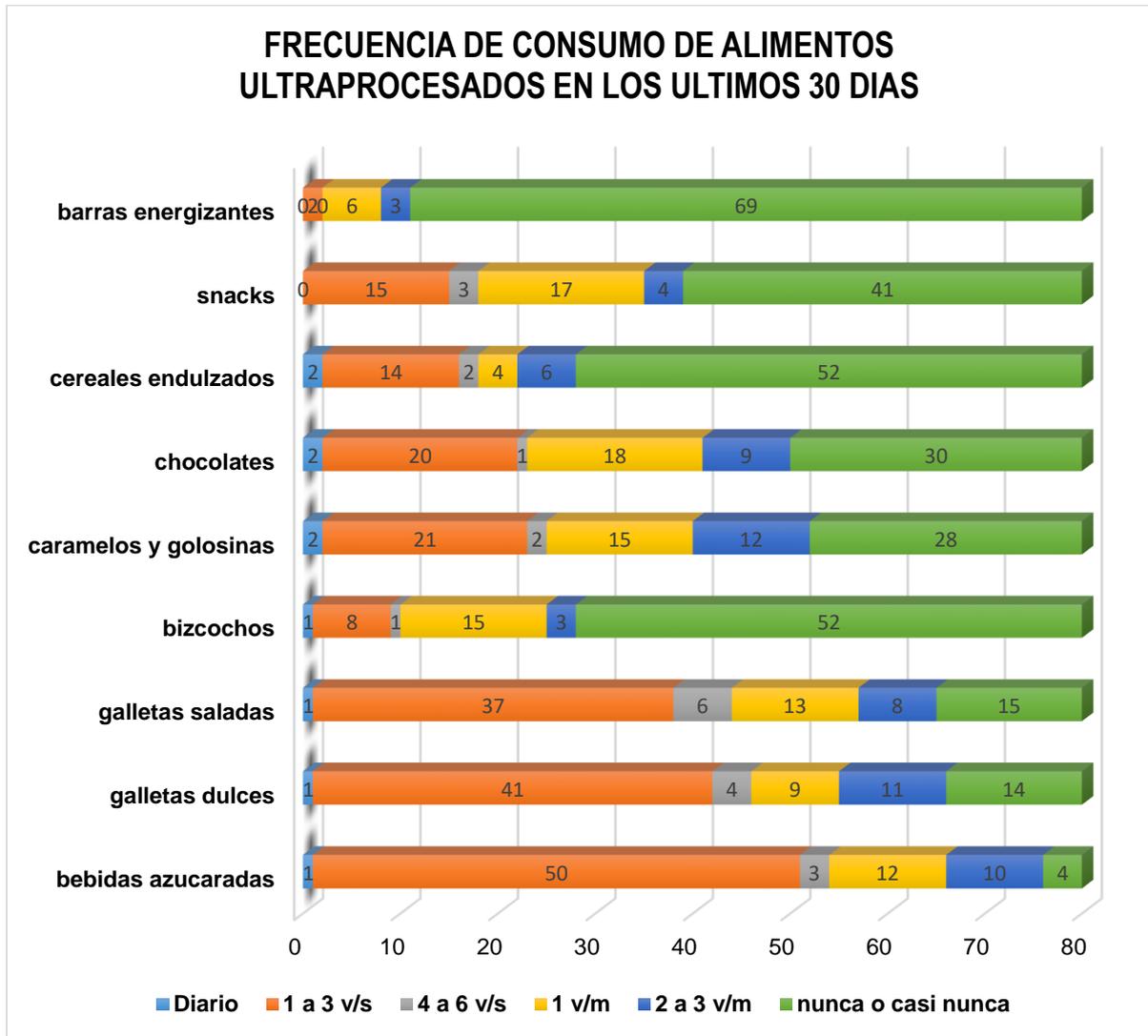
Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en los últimos 30 días

FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS	Bebidas azucaradas	Galletas dulces	Galletas saladas	Bizcochos	Caramelos y golosinas	Chocolates	Cereales endulzados	Snacks	Barras energizantes
Diario	1	1	1	1	2	2	2	0	0
1 a 3 veces a la semana	50	41	37	8	21	20	14	15	2
4 a 6 veces al mes	3	4	6	1	2	1	2	3	0
1 vez al mes	12	9	13	15	15	18	4	17	6
2 a 3 veces al mes	10	11	8	3	12	9	6	4	3
nunca o casi nunca	4	14	15	52	28	30	52	41	69
TOTAL	80	80	80	80	80	80	80	80	80

Fuente: elaboración propia

Figura 8.

Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en los últimos 30 días.



Fuente: elaboración propia

V. DISCUSIONES

❖ Los resultados del estudio evidencian que más del 90% de padres y madres con niños (as) en etapa preescolar eligen comprar productos ultraprocesados por su amplia disponibilidad, accesibilidad e influencia de sus hijos; siendo una exposición masiva por la publicidad y el marketing. Según Pries, describe en su estudio en Nepal, que las madres y abuelas como cuidadores principales prefieren brindar bocadillos (bizcochos, galletas, chocolates) y bebidas industrializadas a niños de 12 a 23 meses por la facilidad en la preparación, disponibilidad y la influencia de sus hijos, lo que ocasionaría formar patrones de consumo en exceso a base de productos ultraprocesados en etapa escolar, adolescencia y adultez. (Pries et al, 2018). En Guayaquil, se estudió el comportamiento de compra padres y madres de familia que resultó como principales motivaciones influyentes en la decisión de compra al precio, la variedad de productos, las marcas y el sabor; como también resultó que el 57% de participantes halla los productos ultraprocesados en lugares cercanos a su hogar. (Pacheco, 2020), lo cual concuerda con los resultados en cuanto a las decisiones o motivaciones de compra.

❖ Para la variable frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados el presente estudio mostró que los productos más consumidos por los 80 padres y madres fueron las bebidas azucaradas, galletas dulces y galletas saladas con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana. Según el estudio de Fraga et al. (2020) investigaron acerca del hábito de comprar alimentos ultraprocesados anunciados por la televisión en 797 niños escolares; el 42.8.1% tuvo el hábito de comprar alimentos ultraprocesados presentados en la televisión siendo los productos más consumidos las bebidas lácteas, galletas, y dulces. En Argentina, para el año 2012-2013 se encontró que el gasto promedio en el hogar en compra de alimentos ultraprocesados fue de 28% de los cuales el 6.6% fue de gasto en bebidas azucaradas, 2.99% en dulces, chocolates y golosinas, 0.31% en gastos de snacks siendo un porcentaje muy alto en

gastos de productos ultraprocesados; a su vez la OMS refirió que en el Perú aumentaron las ventas de productos ultraprocesados en 107 % durante los años 2000 y 2013. (OMS- OPS, 2015). En Colombia, según Khandpur y colaboradores, realizaron un estudio en una población comprendida desde los 2 a 64 años de ambos sexos donde se mostró que las mujeres elegían consumir panes, snacks y productos de confitería; y los varones preferían bebidas azucaradas y comidas listas para consumir, como también resultó que niños y adolescentes de 2 a 19 años de edad tenían una mayor ingesta de productos ultraprocesados en comparación del grupo de mayores de 50 años. (Khandpur, 2019).

❖ En contraste con los antecedentes de Lara (2018), y el proyecto SENDO (Seguimiento del Niño para el Desarrollo Óptimo) en España hay una consecuencia de efectos nocivos por el consumo de alimentos ultraprocesados en los niños y niñas como es el TDAH y la probabilidad de desarrollar enfermedades respiratorias respectivamente; por lo que abre posibilidades y una forma de profundizar en estudios sobre los efectos inmediatos en la salud por elección y consumo de productos ultraprocesados.

❖ El estudio es una investigación social, tiene limitaciones por su tipo de muestreo al ser la muestra por conveniencia y pequeña, sin embargo, no desmerece que sea relevante porque brinda información sobre las decisiones de padres de familia para elegir, comprar y consumir productos ultraprocesados. Cuando los estudios son de mercadeo, comportamiento del consumidor o de opinión tienen éxito en el resultado ya que se ahorra costos y se recoge datos en forma anónima. Una ventaja del estudio es la técnica empleada de entrevista presencial con ello resaltando la veracidad y calidad de las respuestas del encuestado. Cabe mencionar que el presente estudio no se puede generalizar, porque se necesitaría una mayor muestra.

VI. CONCLUSIONES

❖ El estudio de 80 padres y madres evidencia que la mayoría de padres sin poseer el nivel educativo deciden comprar alimentos ultraprocesados sea en presencia o no de sus hijos y consumen por su fácil accesibilidad, a pedido de sus hijos, por su inmediatez al estar listo para consumirse, por considerarlo de sabor delicioso y por invitación o iniciativa de satisfacer el gusto de sus hijos, estos factores pueden estar influenciados por el expendio y simple vista de los productos ultraprocesados ante ambos actores.

❖ En cuanto a la variable consumo de alimentos ultraprocesados, es importante contemplar que de los 80 padres y madres más del 50 % ingieren de 1 a 3 veces por semana mostrando así que el niño pueda observar, interpretar, y replicar la acción de ingerir estos productos, formando a un potencial consumidor y el hábito de comprarlos en las siguientes etapas de crecimiento como la etapa escolar, académica conllevando a factores de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles.

VII. RECOMENDACIONES

❖ De acuerdo a las conclusiones del estudio se propone desarrollar proyectos en alguna institución educativa inicial con el constante seguimiento en la regulación y restricción en la promoción y publicidad de alimentos ultraprocesados expendidos alrededor o al interior de las instituciones educativas iniciales, ya que el Documento Técnico “Lineamientos para la promoción y protección de alimentación saludable en las instituciones públicas y privadas de la educación básica” no menciona algún límite, prohibición o fiscalización sobre el expendio, ni de la vigilancia por parte de los padres o cuidadores.

❖ Con respecto a la ubicación de la zona de ejecución, se invita a realizar estudios a nivel local (distrital) con ayuda e involucrar a las instituciones u organizaciones propias de la localidad en pro de la salud de los niños y niñas del Perú sin diferenciación de la región.

❖ Asimismo, para los resultados se sugiere profundizar mediante estudios observacionales y exploratorios en la temática del comportamiento del consumidor, patrones de consumo y combinaciones de alimentos ultraprocesados de acuerdo a la localidad de padres, madres y familiares que sean parte del entorno (convivan en el mismo hogar) del niño o niña.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abadeano Sanipatin, Carmen Elisa; Mosquera Guilcapi, Mariana de Jesús; Coello Viñán, Jenny Elizabeth; Coello Viñán, Byron Eduardo. Alimentación saludable en preescolares: un tema de interés para la salud pública. Revista Eugenio Espejo, vol. 13, núm. 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.37135/ee.004.06.09>

CastroNovo L, Gutkowsky P, Tiscornia V, Allemandi L. Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias. Salud Colectiva. 2016; 12(4):537-550. Universidad Nacional de Lanús. Argentina. Doi.org/10.18294/sc.2016.928

Corbetta, P. (2010). Metodología y técnicas de investigación social. Edición Revisada. Mc Graw-Hill.

Decreto Supremo N° 012-2018-SA. Aprueban Manual de Advertencias publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños y niñas y adolescentes, y su reglamento aprobado. 16 de junio del 2018.

FAO. ODS. El impacto de los alimentos ultraprocesados en la salud. 2030/alimentación agricultura y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. documento n°34. <https://www.fao.org/3/ca7349es/CA7349ES.pdf>

Escuela de Nutrición. (29 de marzo de 2022). Clase 5 Extra Ultraprocesados: ¿Qué son y cómo afectan la salud y el derecho a la alimentación adecuada?. https://youtu.be/EaKcfxqgrEA?list=PLMZxXVHjHVbiXvy_wQXRjqinLbhKZKpKQ

Espinales Moran, V.A. (2018). Relación entre el consumo de alimentos ultra procesados e índice de masa corporal en estudiantes de 5° y 6° grado de primaria de la Institución Educativa “Abraham Roldán Poma” N° 7068, Surco-Lima, 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana Unión].
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1230/Veronica_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinosa Acha, S. e Yrigoyen Prado, D. (2022). La inclusión de octógonos nutricionales y comportamiento de compra en padres de familia en el distrito de San Borja [Tesis de Pregrado, Universidad Le Cordon Bleu, Lima]. <http://repositorio.ulcb.edu.pe/handle/ULCB/1205>.

Evaluación de la composición nutricional de alimentos procesados y ultraprocesados de acuerdo al perfil de alimentos de la Organización Panamericana de la Salud, con énfasis en nutrientes críticos.
<https://revistascientificas.una.py/index.php/RIIC/article/viewFile/1332/1192>.

Khandpur N, Cediel G, Obando A, Jaime PC, Parra DC. Factores sociodemográficos asociados al consumo de alimentos ultraprocesados en Colombia. *Rev. Saude Pública.* 2020; 54:19.
<http://dx.doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054001176>

Ley N° 30021. Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. 17 de mayo de 2013.

García Huamani M. M. (2016). Relación entre consumo de alimentos ultraprocesados del quiosco escolar e índice de masa corporal en estudiantes de nivel primaria de una institución

educativa del Cercado de Lima. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

Guarnizo Peralta, D (2022). Publicidad para enfermar: restricciones al mercadeo de productos alimenticios ultraprocesados dirigido a niños y niñas en la Constitución colombiana. *Revista Derecho del Estado* n°51, enero abril de 2022, pp. 5-38.
<https://doi.org/10.18601/01229893.n51.01>

INS/CENAN. Requerimientos de energía para la población peruana. Lima, 2012.

Lara Romero, Y. B. (2018). Consumo de productos ultraprocesados y estado nutricional en escolares con y sin hiperactividad de una institución educativa de Villa María del Triunfo, 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11840/Lara_ry.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lou-Arnal L, Vercet Tormo A, Caverní Muñoz A, Medrano Villarroya C, Lou Calvo L, et al. “Impacto del consumo de alimentos ultraprocesados en la enfermedad renal crónica”. *Revista de la Sociedad Española de Nefrología*. 2021;41(5):489–501.
<https://doi.org/10.1016/j.nefro.2020.11.013>

Merma Mora, A. P. (2018). Consumo de alimentos procesados calóricos, productos ultraprocesados y ganancia de peso en gestantes de un Centro de Salud, Lima 2018. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/8659/Merma_ma.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Meza M, Núñez B, Maldonado O. Evaluación de la composición nutricional de alimentos procesados y ultraprocesados de acuerdo al perfil de alimentos de la Organización Panamericana de la Salud, con énfasis en nutrientes críticos. Centro Multidisciplinario de Investigaciones Tecnológicas, Universidad Nacional de Asunción. Paraguay. 2018; 16(1):54-63 Doi: 10.18004/Mem.iics/1812-9528/2018.016(01)54-06

Morán, G. y Alvarado D. (2010). Método de Investigación. (1.a Ed.) Pearson Custom.

Moreno-Galarraga L, Martín-Álvarez I, Fernández-Montero A, Santos Rocha B, Ciriza Barea E, Martín-Calvo N. Consumo de productos ultraprocesados y enfermedades respiratorias sibilantes en niños. Proyecto SENDO. Anales de Pediatría (English Edition), Volume 95, Issue 1, July 2021, Pages 18-25. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2020.05.021>

Nieto-Orozco C, Chanin Sangochian A, Tamborrel Signoret N, Vidal González E, Tolentino-Mayo L, Vergara-Castañeda A. Percepción sobre el consumo de alimentos procesados y productos ultraprocesados en estudiantes de posgrado de la Ciudad de México. Science Direct, Journal of Behavior, Health & Social Issues. <https://doi.org/10.1016/j.jbhsi.2018.01.006>

O'Brien Vizcarra, M. (2018). La publicidad infantil de productos de nutrición enfocada en niños de etapa preescolar de 2 a 5 años y la decisión de compra de los padres en el distrito de Tacna 2017. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada de Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/452/Obrien-Vizcarra-Michelle.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OMS. Datos y cifras Obesidad y sobrepeso. OMS, abril 2020. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>.

OMS/OPS. (2015): Alimentos y bebidas ultraprocesadas en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. Recuperado el 18 de julio del 2018, de: http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/7698/9789275318645_esp.pdf.

OPS. Alimentos ultraprocesados ganan más espacio en la mesa de las familias latinoamericanas.

https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15530:ultra-processed-foods-gain-ground-among-latin-american-and-caribbean-families&Itemid=1926&lang=es

OPS. Washington, DC: OPS, 2016. Modelo de perfil de nutrientes.

Ortegón Cortázar, L., Royo Vela, M. y Robayo Pinzón, O. J. (2015). Comportamiento del consumidor infantil: recordación y preferencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera en niños de Bogotá. *Poliantea*, 11 (20). pp.39-64

Pacheco Acosta Y. M. (2020). Análisis del comportamiento de compra de productos ultra procesados en la Parroquia Ximena dirigidos a los padres de familia de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49699>

Palella, S. y Martins, F. (2004). Metodología de la Investigación Cuantitativa. FEDUPEL.

Pries Alissa M. et cols. (2018). Perceptions of commercial snack food and beverages for infant and young child feeding: A mixed-methods study among caregivers in Kathmandu Valley, Nepal. *Matern. Child Nutr.* 2019 Jun; 15(Suppl 4): e12711. Doi: 10.1111/mcn.12711

Saavedra-García L, Meza - Hernández M, Yabiku-Soto K, Hernández-Vásquez A, Kesar HV, et al. Oferta y publicidad de alimentos y bebidas en instituciones educativas y entornos escolares de Lima Metropolitana. Un estudio exploratorio. *Rev. Perú Med. Exp. Salud Pública.* 2020;37 (4):726-32. Doi: <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.374.5838>.

Silveira Fraga R, Rocha Silva S, Dos Santos L, Oliveira Titonefe L, Da Silva Carmo A. “The habit of buying foods announced on television increases ultra-processed products intake among schoolchildren” *Cad. Saúde Pública* 2020; 36(8): e 00091419 Doi: 10.1590/0102-311X00091419

SLAN Internacional. (4 de octubre del 2022). Taller alimentos ultraprocesados. <https://youtu.be/GuTkElAm2Ng>.

Talledo Guerra M. A. (2020). Relación entre las características sociodemográficas y razones de adquisición de productos ultraprocesados de madres de familia de Villa El Salvador. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11719/Talledo_gm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villarán Espinoza, Ivana, Paz Soldán Zapata, Nadine (2021). Elección de los productos ultraprocesados que realizan las madres para la alimentación del niño preescolar durante la evolución de la pandemia del COVID-1. [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/657502>

Zarate-Vergara A., Castro-Salas Ulfran, Tirado-Pérez I., Crecimiento y desarrollo normal del preescolar, una mirada desde la atención primaria. Rev. Ped. Elec. [en línea] 2017, Vol. 14, N° 2.

IX. ANEXOS

Anexo A: MATRIZ DE CONSISTENCIA: “DECISIONES DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN PADRES DE FAMILIA DE NIÑOS EN ETAPA PREESCOLAR”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DISEÑO DE ESTUDIO
<p>¿Por qué los padres de familia de niños en etapa preescolar eligen, compran y consumen alimentos ultraprocesados?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo General</p> <p>-Identificar las decisiones de compra y consumo de alimentos ultraprocesados por padres de familia de niños en etapa preescolar</p>	<p>Es descriptivo</p>	<p>Decisiones de compra de alimentos ultraprocesados</p> <p>Consumo de Alimentos Ultraprocesados</p> <p>Variables demográficas</p>	<p>Tipo de estudio, descriptivo, transversal, cuantitativo.</p>
<p style="text-align: center;">Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son las decisiones de elegir alimentos ultraprocesados? ¿Cuál es la frecuencia de consumir alimentos ultraprocesados?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivos específicos:</p> <p>-Determinar las decisiones de compra</p> <p>-Identificar el consumo de alimentos Ultraprocesados</p>			

Anexo B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición operacional	Tipo de variable	Dimensiones	Indicador	Escala de medición	Valores de medición
Decisiones de compra	Razones de elección y compra de alimentos ultraprocesados	Independiente, cualitativa	Lista de decisiones de compra por categorías:	Lista de preguntas:	>= de 3 categorías afirmativas	Nominal
			➤ Característica del alimento ultraprocesado.	Pregunta 1		
			➤ Disponibilidad	Pregunta 2 y 3		
			➤ Accesibilidad	Pregunta 4 y 5		
			➤ Influencia de hijo	Pregunta 6, 7 y 8		
Consumo de Alimentos Ultraprocesados	Cuestionario de la frecuencia de consumo alimentos ultraprocesados	Dependiente, cualitativa	➤ Influencia de amistades o familiares	Pregunta 9	>1 vez por semana	Nominal
			➤ Influencia de publicidad en medios de comunicación	Pregunta 10, 11, 12, 13		
			➤ Reemplazo	Pregunta 14		

Edad	Tiempo que ha vivido un ser vivo desde el nacimiento	Cuantitativa	18 a 29 años 30 a 59 años	Edad	18 a 29 años 30 a 59 años	Ordinal
Sexo	Condición orgánica que distingue al hombre de la mujer	Cualitativa	F o M	Sexo	F o M	Nominal
Ocupación	Tipo de trabajo, que hacer realizado por una persona	Cualitativa	Ama de casa Ama de casa y teletrabajo Trabajo fuera de hogar	Ocupación	Ama de casa Ama de casa y teletrabajo Trabajo fuera de hogar	Nominal
Nivel educativo	Nivel de educación más alto que una persona ha aprobado.	Cualitativa	Primaria Secundaria Técnico Universitario	Nivel educativo	Primaria Secundaria Técnico Universitario	Ordinal

Anexo C: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Apreciado participante, soy Dionny Moreno Minaya, bachiller de la carrera de Nutrición de la Universidad Nacional Federico Villarreal; y vengo realizando un trabajo de investigación que tiene el objetivo de conocer las practicas alimentarias en los padres de familia. Por lo que, recorro a usted para recolectar información que nos podría ayudar a incrementar el conocimiento científico y beneficiar a muchas familias. Esta encuesta, es de carácter anónimo y voluntaria. Responda todas las preguntas con la **mayor sinceridad posible** tal cual viene a su mente la alternativa que usted considere. De acuerdo a lo solicitado. Habiendo comprendido lo antes explicado, ACEPTO voluntariamente participar en este trabajo de investigación con fines de mejorías en la alimentación de niños y niñas.

Si tiene alguna duda sobre la investigación por favor comunicarse a este numero 986034989 o al correo institucional: 2011008971@unfv.edu.pe

Para responder la encuesta deberá cumplir con 3 características:

- Ser mayor de 18 años hasta 59 años.
- Ser padre o madre de familia de niños (as) entre las edades de 3 a 5 años de edad
- Vivir en Perú los últimos 6 meses tanto padre o madre y el niño (a).

(PREGUNTA DE FILTRO) ¿Es usted padre o madre de familia de niños (as) que tengan de 3 a 5 años de edad?

Si ---→ coloque la fecha de nacimiento de su hijo (a): _____ (dd/mm/aaaa)

No----→ muchas gracias por su tiempo y participación. Buscamos padres de familia que tengan hijos de la edad de 3 años hasta 5 años 11 meses. Si en caso conoce a alguien con esta característica sería muy importante y amable compartir esta experiencia a familiares y/o amigos e invitarlo a participar. ¡Muchas gracias! Que tenga un buen día.

Anexo D: INSTRUMENTO

ENCUESTA

¿Ha comprado alimentos o envasados o empaquetados? Si la respuesta es "Sí" proseguir con la encuesta.

DATOS GENERALES

A. Datos generales del padre o madre de familia

Marcar la respuesta:

1. Sexo del participante **(por observación)**

- a. Femenino
- b. Masculino

2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

- a. Entre 18 y 29 años
- b. Entre 30 y 59 años

3. ¿Cuál es su nivel educativo?

- a. Primaria completa
- b. Secundaria completo
- c. Técnico completo
- d. Superior universitario completo

4. ¿Cuál es su ocupación?

- a. Ama de casa
- b. Ama de casa y trabaja dentro del hogar (teletrabajo)
- c. Trabaja fuera del hogar

B. Datos generales del niño (a)

Sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

Fecha de nacimiento (se reconfirma la fecha solicitada de la pregunta de filtro):

Día____ Mes_____ Año_____

Edad: _____

C. DECISIONES Y RAZONES DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS

Marque "SI" o "NO" si es una influencia cada decisión propuesta para la compra de algún producto ultraprocesado (alimento empaquetado o envasado):

<i>Cuándo compra usted un alimento empaquetado o envasado ¿lo escoge...?</i>		
1. ¿Por su sabor?	SI	NO
2. ¿Por su rápida preparación?	SI	NO
3. ¿Por qué es fácil de conseguir o comprar (bodegas, ambulantes, quioscos, mercados, supermercados, etc.)?	SI	NO
4. ¿Por qué esta en oferta o descuento?	SI	NO
5. ¿Por ser más económico?	SI	NO
6. ¿Porque sus hijos se lo han pedido?	SI	NO
7. ¿Porque su hijo exigió la compra con alguna conducta inadecuada (berrinches, llora, pataleos, rompe cosas, etc)?	SI	NO
8. ¿Por qué quiere invitar, o premiar a su hijo?	SI	NO
9. ¿Porque algún amigo (a) o familiar (hermanos, primos, madre, etc) se lo recomendó?	SI	NO
10. ¿Porque lo ha visto en afiches publicitarios?	SI	NO
11. ¿Porque lo ha visto en televisión?	SI	NO
12. ¿Porque lo escuchó por la radio?	SI	NO
13. ¿Porque ha visto propagandas por redes sociales (Facebook, WhatsApp, Tiktok, Instagram, etc)?	SI	NO
14. ¿Para remplazar un almuerzo, desayuno o cena?	SI	NO

C. FRECUENCIA DE CONSUMO DE PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS

	Categorías	Diario	N° de veces por semana		N° por mes	Nunca o casi nunca
		7	1 a 3 v/s	4 a 6 v/s	2 a 3	
1	bebidas azucaradas					
2	galletas dulces					
3	galletas saladas					
4	bizcochos					
5	caramelos y golosinas					
6	chocolates					
7	cereales endulzados					
9	snacks					
10	barras energizantes					

D. CARTILLA DE APOYO DE PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS

Material visual de apoyo para que los padres o madres reconozcan aquellos productos que compran más.

Anexo D: CARTILLA DE APOYO DE PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS

BEBIDAS AZUCARADAS



GALLETAS DULCES



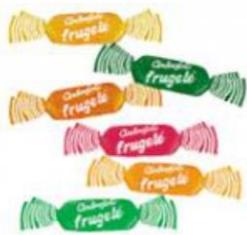
GALLETAS SALADAS



BIZCOCHOS



CARAMELOS Y GOLOSINAS



CHOCOLATES



CEREALES ENDULZADOS



SNACKS



BARRAS ENERGETICAS

