

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE BROMATOLOGÍA Y NUTRICIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE BROMATOLOGÍA Y NUTRICIÓN**



**“RELACIÓN DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA DE ALIMENTOS
POCO SALUDABLES CON LA OBESIDAD EN NIÑOS DE 6 A 11
AÑOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N°21007. SANTA
MARÍA -2011”**

TESIS

**Para optar el Título Profesional en:
Bromatología y Nutrición**

Por:

- **CHÁVEZ RAMÍREZ ROSA MERCEDES**
- **PICHILINGUE VILLANUEVA ANDREA ALEJANDRA**

Asesora:

M(a) Brunilda Edith León Manrique

HUACHO – PERÚ

2011

RESUMEN

Se evaluaron 32 niños obesos de ambos sexos, de 6 a 11 años de edad de la I.E. N° 21007 –Santa María para determinar la relación de la publicidad televisiva de alimentos pocos saludables con la obesidad. Se encontró que los niños obesos están más expuestos que las niñas obesas a la publicidad televisiva de alimentos pocos saludables. Los niños y niñas con obesidad prefieren el turno de la tarde para ver televisión. El promedio de horas que los niños y niñas ven publicidad televisiva es de 1:20 a 1:30min. La publicidad televisiva de alimentos poco saludables orienta la actitud de los niños y niñas obesos hacia el consumo de los dulces y golosinas.

El 93,75%, de los encuestados confirman la relación que existe entre la publicidad televisiva y el consumo de alimentos poco saludables. Las galletas son el alimento que mayor consumen todos los niños y niñas del estudio. Las niñas y niños muestran mayor frecuencia de consumo de alimentos poco saludables publicitados en televisión, en un rango de 5 a 7 días. Se halló una alta correlación significativa entre la publicidad televisiva de alimentos pocos saludables con la obesidad en niños y niñas de la I.E. N° 21007. Santa María- Huacho.

Palabras claves: Publicidad televisiva, televisión, alimentos poco saludables, niños obesos. IMC.