



Medicina de Familia. SEMERGEN



<http://www.elsevier.es/semergen>

482/755 - ¿CONSUMIMOS MÁS BEBIDAS AZUCARADAS DE LO QUE CREEMOS?

I. Roig Grau¹, A. Delgado Juncadella², D. Antolín Hernández³, O. Asensio Vilchez⁴, C. de Vega Ríos⁵, M. Morros Casas⁶, R. Rodríguez Roig⁷, I. Rodríguez Martín⁸, N. Busquet Solé¹ y D. Rodríguez Sotillo²

¹Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Sagrada Família (Foneria). Manresa. Barcelona. ²Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Navàs. Navàs. Barcelona. ³Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Badia del Vallès. Badia del Vallès. Barcelona. ⁴Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Bages. Manresa. Barcelona. ⁵Enfermera. Centro de Salud Bages. Manresa. Barcelona. ⁶Especialista en Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Canet de Mar. Canet de Mar. Barcelona. ⁷Especialista en Odontología. Centro de Salud Sallent. Sallent. Barcelona. ⁸Residente de 3^{er} año de Medicina Familiar y Comunitaria. Centro de Salud Sagrada Família (Foneria). Manresa. Barcelona.

Resumen

Introducción: El consumo de bebidas azucaradas se ha relacionado con múltiples patologías, por lo que se considera un factor de riesgo para la salud. La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda reducir el consumo de azúcares libres a menos del 10% de la ingesta calórica total diaria, sin especificar el consumo recomendado de bebidas azucaradas. Según datos de 2015 en España, la prevalencia de dicho consumo es de 160 mililitros/día de refrescos y de 90 mililitros/día de zumos, superando así la recomendación de la OMS solo con las bebidas azucaradas.

Objetivos: Analizar el consumo real de bebidas azucaradas y la percepción de consumo en la población de Manresa.

Diseño: Estudio observacional descriptivo, transversal.

Emplazamiento: Las cuatro Áreas Básicas de Salud (ABS) de Manresa.

Material y métodos: Población de la muestra: muestreo no probabilístico por conveniencia. Criterios de inclusión: > 18 años que acudan a uno de los Centros de Atención Primaria (CAP) en el periodo de estudio. Criterios de exclusión: pacientes que aunque estén en el CAP en el momento de la encuesta no pertenezcan a la población de estudio. No aceptar la encuesta. Deterioro cognitivo. Desconocimiento del idioma que limite la comprensión de la encuesta. Para un nivel de confianza del 95% y una precisión del 5%, la muestra mínima a reclutar son 382 personas repartidas proporcionalmente entre los cuatro centros participantes. Los investigadores pasarán la encuesta de forma individual y anónima a cada uno de los participantes del estudio, que evalúa percepción y frecuencia de consumo a partir del cuestionario validado BEVQ-15 en su versión en castellano, cumplimentando los diferentes apartados del cuestionario. Análisis estadístico: Las variables sociodemográficas, de patrones de consumo y de percepción de consumo para describir la muestra se expresarán con la media, mediana y desviación estándar para variables continuas y a través de porcentajes para variables cualitativas. La frecuencia de la ingesta de bebidas azucaradas se presentará como medias e intervalos de confianza. La percepción de los participantes, en términos de salud, respecto al consumo de bebidas azucaradas se presentará como porcentajes. Asociaciones entre las variables se analizarán mediante la prueba χ^2 de Pearson, t-Student y ANOVA según corresponda. Valores estadísticamente significativos a

partir de $p < 0,05$. El análisis de datos se realizará mediante el paquete estadístico SPSS versión 18.0 para Windows.

Aplicabilidad: Concienciar a la población del consumo excesivo de bebidas azucaradas y de la necesidad de modificar sus hábitos alimentarios para llevar a cabo una dieta más saludable, así como la conveniencia de potenciar estrategias políticas centradas en la reducción del consumo de dichas bebidas.

Aspectos ético-legales: El estudio se desarrollará de acuerdo con la Declaración de Helsinki y sus revisiones posteriores. Se tendrá en cuenta la ley 03/2018 de protección de datos de carácter personal y garantía de los derechos digitales, anonimizando los datos. No se realizarán experimentos en seres humanos ni en animales. Toda la información se almacenará y codificará en una base de datos creada por el estudio. Pendiente aprobación por el Comité Ético (CEIC) Jordi Gol de Barcelona.

Palabras clave: Bebidas azucaradas. Consumo. Percepción.