

3. Encuestas alimentarias

Según Musse y Méjeam (1991), la encuesta alimentaria, desde el punto de vista clínico, terapéutico, individual o epidemiológico, se basa en el interrogatorio de un sujeto sobre la realización de un acto alimentario. Este depende directamente de la organización social y económica, del progreso de la tecnología alimentaria, de la consideración de la imagen corporal, etc.

La medición de ingesta de alimentos en individuos y en poblaciones se realiza mediante diversos métodos o encuestas, que difieren en la forma de recoger la información y el periodo de tiempo que abarcan. (Serra et al., 1995_b)

Las encuestas alimentarias son técnicas que permiten evaluar el modo de alimentación de una persona o de un grupo, pudiendo conocer también si los hábitos alimentarios y la ingesta de nutrientes son adecuados, respecto a las recomendaciones dietéticas. (Esteban, 2000)

Básicamente la información alimentaria en una población puede obtenerse a tres niveles distintos:

1. Nivel nacional, mediante las hojas de balance alimentario, con lo que se obtiene la disponibilidad de alimentos de un país.
2. Nivel familiar, mediante las encuestas de presupuestos familiares o los registros, inventarios, o diarios dietéticos familiares.
3. Nivel individual, con lo que genéricamente denominamos encuestas alimentarias o nutricionales.

3.1. Encuestas alimentarias a nivel individual

3.1.1. Objetivos

Los objetivos de las encuestas a nivel individual según Serra et al. (1995_b) son:

- Determinar las calorías y los nutrientes ingeridos en las distintas raciones alimentarias.
- Analizar los tipos de alimentos y su frecuencia en las diferentes comidas.
- Conocer los comportamientos alimentarios y establecer correlaciones.

3.1.2. Tipos de encuestas alimentarias a nivel individual

Las encuestas alimentarias en el ámbito individual se pueden clasificar en:

a) **Diario dietético.** Este método consiste en pedir al entrevistado que anote diariamente durante 3 o más días los alimentos y bebidas que va ingiriendo, siempre y cuando haya sido instruido con ayuda de modelos, medidas caseras o incluso fotografías, que indiquen la cantidad de alimento que se ha tomado (Dartois, 1992). Los métodos basados en la pesada de los alimentos ingeridos son una variación del diario dietético.

b) **Recordatorio de 24 horas.** Este método fue concebido por Burke (1947), a finales de los años 30, y ahora es uno de los más empleados a escala mundial para evaluar el consumo de alimentos y nutrientes en una población.

Como su nombre indica, el cuestionario de 24 h. (o en ciertos casos 48 h.) consiste en definir y cuantificar todas las comidas y bebidas consumidas en un periodo previo a la encuesta (el día anterior).

Para la estimación de la ración de alimentos se utilizan volúmenes o medidas caseras, figuras tridimensionales, fotografías, etc. Después, una vez cuantificados los alimentos ingeridos, se procederá a la codificación de los datos para calcular la energía y los nutrientes mediante la tabla de composición de alimentos

Para Serra y Ribas (1995), la calidad de la información obtenida depende de cinco factores: sujeto entrevistado, entrevistador, cuantificación de la ración, codificación del recordatorio y de las tablas de composición de alimentos

c) **Cuestionario de frecuencia.** Consiste en una lista cerrada de alimentos sobre los que se pregunta la frecuencia (diaria, semanal, mensual) de consumo. Aunque la información recogida es cualitativa, la incorporación de cada alimento en la ración habitual permite cuantificar el consumo de alimentos y también de nutrientes.

El cuestionario de frecuencia de consumo de alimentario, llamado también CFCA, tiene como objetivo determinar la frecuencia habitual de ingesta de un alimento o grupo de alimentos (y paralelamente sus nutrientes) durante un periodo de tiempo determinado, dando así una información global de la ingesta durante un amplio periodo de tiempo. (Gorgojo y Martín-Moreno, 1995). Según Bradburn et al. (1987) el conocimiento concreto de una ingesta es más difícil de precisar que contestar a las preguntas de sí el individuo come habitualmente o no de un determinado alimento. Así, el CFCA es un instrumento útil que ofrece una discriminación de individuos razonable en función del consumo de alimentos y nutrientes, permitiendo una comparación eficaz entre los individuos, en función de su nivel relativo de consumo alimentario. Por tanto, frente a la mayor precisión, en términos absolutos, ofrecida por otros métodos directos de determinación de consumo de alimentos, más complejos y laboriosos, como el registro dietético, el recordatorio o la historia dietética, el CFCA brinda la posibilidad de una correcta categorización de los individuos según el nivel de consumo de alimentos, a lo que hay que añadir la ventaja de su sencillez y economía en la ejecución (Gorgojo y Martín-Moreno, 1995). Por todo lo anterior, el CFCA es una gran alternativa para determinados estudios epidemiológicos y se ha convertido en una de las herramientas más útiles en el ámbito internacional (Willet, 1990)

En cuanto al diseño del cuestionario, hay que considerar que si se emplea uno ya existente, se elegirá el más apropiado para la población sometida al estudio, siempre que se haya elaborado para un grupo culturalmente similar al analizado en este momento. (Block et al., 1985). Si por el contrario se plantea una lista exclusiva para el nuevo trabajo, la estrategia más apropiada parece ser la administración previa de cuestionarios abiertos de ingesta alimentaria por recordatorios de 24 h, o registros de consumo. Así, se elaborará un listado que

se completará con la correcta agrupación de alimentos en apartados homogéneos en cuanto a su perfil de nutrientes. Esta técnica ha sido llevada a cabo en diferentes poblaciones de EEUU (Block et al., 1985), Canadá (Howe et al., 1986) o España (Martín-Moreno et al., 1993) y presenta la ventaja de que es poco frecuente omitir un alimento importante para el estudio.

d) **Historia dietética.** Este método incluye tres encuestas de recordatorio de 24 horas y un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, aunque originariamente contaba además con un registro de tres días (Burke, 1947).

Ha sido el método de elección para evaluar el consumo alimentario y su posible relación con ciertas enfermedades (Hankin et al., 1975; Miller et al., 1978; Jain et al., 1980; Graham et al.; 1988).

A pesar de que el método ha sufrido modificaciones, la técnica de la historia dietética debe evaluar el consumo global de alimentos del individuo, facilitar información sobre los hábitos alimentarios y estimar el tamaño de las raciones ingeridas durante un periodo de tiempo bastante prolongado (meses o incluso años) (Block, 1982 y Gibson, 1990).

Con el fin de ayudar al encuestador a recordar los alimentos consumidos, suele emplearse una lista de alimentos sobre los que se pregunta su frecuencia de ingesta (Jain, 1989). Pero, dadas las características de la encuesta, solo podrán llevarla a cabo profesionales muy bien entrenados (Beal, 1967).

3.1.3. Otros ámbitos de las encuestas alimentarias

En una encuesta alimentaria además de la evaluación de los hábitos alimentarios y del consumo de alimentos y nutrientes es conveniente, con frecuencia, introducir otros aspectos relacionados con el comportamiento alimentario en función del objetivo de la investigación que se vaya a realizar. Estos pueden ser:

a) Factores relacionados con la elección de los alimentos y la antropología de la alimentación, estado socio-económico, religión, conocimiento nutricional y dietético, preferencias alimentarias, etc. No solo para comprender los hábitos

alimentarios de una comunidad sino para programar campañas de intervención nutricional adecuados a las necesidades del colectivo estudiado.

b) Uso de determinados productos o prácticas como: seguimiento de dietas por prescripción facultativa o no, la toma de suplementos vitamínicos y minerales, el uso de alimentos dietéticos, y toda una serie de conceptos que pueden no ser detectados en una encuesta alimentaria. Sería como incluir una corta historia clínica

c) Factores no dietéticos pero relacionadas con el estudio nutricional, como: el hábito tabáquico, la actividad física, la toma de medicamentos, antecedentes personales de interés, etc. Siempre mediante cuestionarios estandarizados y validados.

3.2. Criterios en la selección de un método de encuesta alimentaria

Existe gran controversia sobre cual de estos métodos es el más adecuado y cual reflejará de manera más fidedigna el consumo real de alimentos de la población; de hecho, diversas revisiones al respecto concluyen que no existe un método enteramente satisfactorio por si mismo, y la utilidad de cada método dependerá de las condiciones en que se use y de los objetivos de tal medición. (Serra et al., 1995_b)

Existen cuatro criterios importantes ante la selección de un método de encuesta alimentaria u otro:

- a) Objetivo del estudio
- b) Tipo de estudio epidemiológico
- c) Características demográficas de la población
- d) Recursos materiales, humanos y económicos

a) Objetivo del estudio

Si el objetivo es evaluar el consumo actual de alimentos o nutrientes de un individuo en un periodo determinado, se recomienda utilizar el diario dietético por pesada durante dicho periodo.

Si el objetivo es calcular la media de consumo de nutrientes de un grupo, será suficiente con utilizar el recordatorio de 24 h, o un registro de un solo día. En cambio si se quiere calcular la proporción de una población con un riesgo carencial y para estimar el consumo de nutrientes habitual en un grupo de individuos, obtendremos varios recordatorios de 24 h o registros.

El mejor método, si se quiere estimar el patrón de consumo alimentario en un individuo o grupo, puede ser el cuestionario de frecuencia de consumo; éste permite clasificar la población en categorías (bajo, medio, alto), tanto de frecuencia como de cantidades de alimentos si el cuestionario es semicuantitativo (Gibson, 1990).

b) Tipos de estudios epidemiológicos

- Estudios ecológicos o de correlación se caracteriza porque tanto la variable independiente (estado nutricional) como la variable dependiente (tasas de enfermedad) se miden en poblaciones. Este tipo de estudios se ha utilizado en comparaciones del consumo *per capita* de alimentos, energía y nutrientes con la incidencia, prevalencia o mortalidad de diferentes enfermedades. Pueden ser de utilidad para desarrollar hipótesis acerca de la asociación entre un factor determinado y una enfermedad.

En este tipo de estudios se utiliza la información de las hojas de balance alimentario si se realizan comparaciones entre países. En un mismo país los estudios ecológicos a escala provincial podrán utilizar la información alimentaria procedentes de presupuestos familiares o de cesta de la compra. En cualquier caso habrá que tener siempre en cuenta las limitaciones de la información utilizada a la hora de formular hipótesis a partir de hallazgos derivados de estudios ecológicos.

- Estudios transversales o de prevalencia incluye a todas las personas de una población determinada, o una muestra de la misma, y determina la presencia de una enfermedad o de un factor de riesgo en un momento del tiempo prefijado. Estos estudios son adecuados en la planificación sanitaria, para determinar el estado nutricional de la población y establecer sus objetivos nutricionales, y en la evaluación de los programas y servicios.

En función del objetivo/os se emplean uno o más recordatorios de 24 h junto con un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos. Algunos autores han sugerido que un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos semicuantitativo puede sustituir el método de recordatorio en la evaluación transversal del consumo de alimentos y de nutrientes de una población.

En estudios transversales en los que se pretenda evaluar la frecuencia de consumo de alimentos (hábitos alimentarios), lógicamente se utiliza un cuestionario de frecuencia de consumo, sin necesidad de incorporar la ración estándar.

- Estudio de casos y controles. Son estudios epidemiológicos, observacionales, analíticos y retrospectivos, en los que se comparan determinadas exposiciones o características entre personas con una enfermedad determinada y personas libres de la misma.

En estos, el estudio a elegir es el cuestionario de frecuencia semicuantitativo o la historia dietética. Dichos estudios pueden evaluar el consumo específico de algún nutriente cuya relación con alguna enfermedad se puede indagar y permiten clasificar la población en niveles de consumo de alimentos o nutrientes, siendo así muy útiles para comparar casos y controles (Sorenson, 1982).

- Estudios de cohortes o estudios de seguimiento (follow up), o estudios longitudinales, generalmente son prospectivos en el tiempo, si bien pueden ser también retrospectivos. En estos estudios se estima el riesgo relativo definido como la incidencia de la enfermedad en la población no expuesta al factor de riesgo en estudio.

En este caso se puede emplear un cuestionario de frecuencia semicuantitativo, un registro de varios días o una historia dietética. Es

importante también llevar a cabo una buena clasificación de la población según el consumo de alimentos o nutrientes (Margetts y Nelson, 1991).

- Estudios experimentales. Ensayos clínicos y ensayos comunitarios o de intervención. En estos estudios se puede probar la hipótesis de causalidad generadas o sugeridas a partir de estudios observacionales. El investigador asigna a cada individuo al grupo que va a pertenecer (caso o control). Suponen la aplicación completa del método científico - experimental propio de las ciencias fácticas a las poblaciones. Por ello la evidencia de la causalidad que proporcionan es muy sólida (Sackett, 1979).

En los ensayos clínicos realizados en grupos pequeños de población, se utiliza el registro de 7 días por doble pesada, que permita medir la dieta (antes y después de la modificación experimental) con la máxima precisión posible, para medir y controlar las variables nutricionales de confusión y demostrar el cambio inducido. En ensayos comunitarios randomizados se puede utilizar cualquier tipo de cuestionario, dependiendo del tamaño y de los objetivos del estudio (Margetts y Nelson, 1991)

c) Características demográficas de la población

El cuestionario utilizado y la forma de administración dependerá de: la edad, el nivel de alfabetización, el nivel socio económico, las enfermedades de los encuestados, el grado de motivación, etc.

d) Recursos materiales, humanos y económicos

Algunos factores limitantes pueden ser: La falta de entrevistadores adecuados, en el caso del recordatorio de 24 h o el registro diario así como de personas capaces de codificar y procesar los datos generados por la encuesta; el coste económico, en la determinación de la muestra.

Los métodos de recordatorios y de registro son más baratos de realizar que los cuestionarios de frecuencia de consumo, pero mucho más caros a la hora de ejecutar y analizar (Aranceta et al., 1993)

3.3. Ventajas e inconvenientes de diferentes métodos de encuestas alimentarias

En la tabla 13 están recogidas las ventajas y los inconvenientes de los diferentes métodos de encuestas según Sabaté, (1993).

Tabla 13: Ventajas e inconvenientes de los diferentes métodos de encuestas (modificado de Sabaté, 1993)

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Recordatorio de 24 h.	<ul style="list-style-type: none"> -Tiempo de administración corto -El procedimiento no altera la ingesta del individuo -Un solo contacto es suficiente -Utilizable en analfabetos -Coste moderado 	<ul style="list-style-type: none"> -Un solo recordatorio de 24 h no estima la ingesta habitual de un individuo -Es difícil estimar el tamaño de las porciones -Influye la memoria del entrevistado -Se necesita encuestadores entrenados
Diario Dietético	<ul style="list-style-type: none"> -Precisión en el cálculo de las porciones ingeridas -El procedimiento no depende de la memoria del individuo 	<ul style="list-style-type: none"> -El individuo debe saber leer, escribir y contar -Requiere mucho tiempo y cooperación -La ingesta habitual puede verse influida durante el tiempo de encuesta -El coste de codificación y análisis puede ser elevado
Cuestionario de frecuencia de consumo	<ul style="list-style-type: none"> -Puede estimar la ingesta habitual de un individuo -Rápido y sencillo de administrar -El patrón de consumo habitual no se altera -No requiere entrevistadores entrenados -Coste de administración muy bajo (ej.: por correo) -Capacidad de clasificar los individuos por categorías de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> -El desarrollo del cuestionario requiere mucho tiempo y gran esfuerzo -Requiere memoria de los hábitos alimentarios del pasado -Poca exactitud en el cálculo de la ración diaria -No es útil en analfabetos, ancianos y niños -Poco válido para la mayor parte de vitaminas y minerales
Historia dietética	<ul style="list-style-type: none"> -Puede dar una descripción más completa de la ingesta actual y pasada -Utilizable en analfabetos 	<ul style="list-style-type: none"> -Requiere un entrevistador muy entrenado -Requiere mucho tiempo y cooperación -Coste de administración muy elevado

3.4. Tipos de encuestas utilizadas en estudios nutricionales similares

Frost et al. (1995) utilizaron un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos cuantitativos para estudiar, a escala nacional (Noruega), las conductas dietéticas de los adolescentes (18 años de media). Su objetivo era describir y evaluar los hábitos alimentarios y su relación con otros factores de estilos de vida.

Ortega et al. (1997_c) utilizaron un cuestionario estandarizado que incluía una encuesta de frecuencia de consumo de alimentos y fue entregado en clases universitarias a 533 estudiantes de 19 a 30 años, para estudiar la relación entre el interés y la preocupación de la nutrición y los hábitos alimentarios de los universitarios y detectar sus creencias erróneas y los mitos nutricionales como paso previo para mejorar la dieta de dicho grupo, su salud y su capacidad funcional.

Monneuse et al. (1997) utilizaron un cuestionario estandarizado administrado en clases universitarias (universidades y escuelas universitarias de París y Dijon) a 656 estudiantes de 18 a 30 años, para valorar los hábitos alimentarios y algunas conductas relacionadas con algunos alimentos, creencias y conocimientos en la educación de jóvenes adultos franceses.

Wardle, et al. (1997) utilizaron un cuestionario de conductas saludables que incluía preguntas sobre conductas alimentarias, actividades saludables, datos personales y antropométricos y el conocimiento entre dieta y enfermedad. Fue entregado a más de 16.000 universitarios de 21 países europeos y de 21,5 años de media, para ser completado en clase. Y con el fin de observar, a escala internacional, si los hábitos saludables presentan asociación con la el sexo, el peso, el estado nutricional, las conductas dietéticas saludables, los conocimientos en nutrición y controles de salud.

Caride et al. (1999) utilizaron un cuestionario que contenía una serie de preguntas sobre hábitos alimentarios y hábitos relacionados con la salud para conocer el estado nutricional de la población universitaria. Fue entregado a 168 estudiantes de la Universidad de Santiago de Compostela de 20 a 30 años.

Musse et al. (1992) utilizaron una entrevista con un Recordatorio 24 h., este cuestionario se realizó en los comedores universitarios de Nancy (Francia), con el fin de conocer los aportes nutricionales y compararlos con los consejos y para identificar los grupos alimentarios con nutrientes "sensibles" a la salud (Fe, Ca, Lípidos y folatos). Este estudio se realizó en una muestra de 988 estudiantes entre 18 y 39 años.

Carazo et al. (1991) utilizaron un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos con preguntas sobre datos personales y antropométricos y hábitos alimentarios para conocer los hábitos alimentarios y la frecuencia de consumo de alimentos de los escolares. Este estudio se realizó en una muestra de 163 adolescentes entre 14 y 17 años de Granada (España).

En la tabla 14 se recoge el estudio comparativo de los tipos de encuestas utilizados en estudios similares.

Tabla 14: Estudio comparativo de encuestas en estudios nutricionales similares

<u>Autores</u> (autores) (año)	<u>Muestra</u> (población) (edad) (país)	<u>Material</u> (Encuesta) (modo de administración)	<u>Objetivos del estudio</u>
Caride et al. (1999)	-168 univ. -20-30 años -España (Galicia)	-Cuestionario con hábitos alimentarios y de salud -Autocompletado	-Conocer el estado nutricional de la población universitaria
Ortega et al. (1997_c)	-533 univ. -19-30 años -España (Madrid)	-Cuestionario estandarizado con 1 CFCA -en clase	-Estudiar la relación entre el interés y preocupación por la nutrición y los hábitos alimentarios -Detectar sus conocimientos erróneos para mejorar su dieta, su salud y su capacidad funcional
Monneuse et al. (1997)	-656 univ. -18-30 años -París y Dijon	-Cuestionario estandarizado -en clase	-Valorar los hábitos alimentarios y conductas relacionadas con algunos alimentos, creencias y conocimientos en la educación
Wardle et al. (1997)	-16.000 univ. -21,5 años (media) -21 países de Europa	-Cuestionario de conductas saludables -en clase	-Estudiar los hábitos saludables y su asociación con: sexo, peso, estado nutricional, conductas dietéticas saludables, los conocimientos en nutrición y controles de salud
Frost et al. (1995)	-1564 adolesc -18 años (media) Noruega	-CFCA cuantitativo -en clase	-Estudiar, a escala nacional las conductas dietéticas -Describir y evaluar los hábitos alimentarios y su relación con otros factores de estilos de vida
Musse et al. (1992)	-988 univ -18-39 años -Francia (Nancy)	-Recordatorio 24 h. -Restaurante universitario	-Conocer los aportes nutricionales y compararlos con los consejos -Identificar los grupos alimentarios con nutrientes "sensibles" a la salud (Fe, Ca, Lípidos y folatos)
Carazo et al. (1991)	-163 adolesc -14 - 17 años -España (Granada)	-CFCA+ hábitos alimentarios -en clase	-Conocer los hábitos alimentarios y la frecuencia de consumo de alimentos

III. ESTUDIO EMPÍRICO

4. Procedimiento

4.1. Material y método

4.1.1. Ambito de la muestra y cuestionario

Para realizar el estudio se escogieron dos facultades de la Universidad Autónoma de Barcelona - Psicología y Veterinaria - por ser similares en el número de alumnos y en el servicio de restauración - cafetería, autoservicio y restaurante - y por ser dispares en la tipología de estudios - Psicología pertenece a Ciencias experimentales y Veterinaria a Ciencias de la salud.

En nuestro estudio elegimos el cuestionario auto-administrado en el que se incluía un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos y una serie de preguntas para conocer los hábitos alimentarios y otros relacionados con el comportamiento alimentario. El cuestionario se realizó durante el tiempo de clase.

Los motivos para elegir un cuestionario auto-administrado fueron los siguientes:

1. Los estudiantes universitarios, en general, gozan de buena salud y no tienen impedimentos, por incapacidad física o psíquica, para responderlo.
2. El nivel intelectual y la familiaridad que tienen los estudiantes universitarios para comprender y rellenar cuestionarios.
3. El cuestionario auto - administrado nos permite obtener una muestra amplia. Al disponer de un tiempo de clase permite, por un lado, distribuir un considerable número de encuestas y por otro motivar a los estudiantes a participar en el estudio al darles una explicación de los objetivos del mismo.
4. El cuestionario tiene un menor coste que la entrevista tanto en la distribución como en la recogida de la información.

5. En cuanto a la fiabilidad de este tipo de cuestionarios podemos decir que estos han tenido algunas comparaciones sistemáticas con los datos recogidos por otros cuestionarios. Se podría discutir que los datos del cuestionario auto-administrado son menos sesgados que los de la entrevista, en que el que responde está presionado por la conversación con el profesional de la salud y también, se ha de tener en cuenta el sesgo que se puede producir por la influencia "social" de lo que es "conveniente". (Stephoe y Wardle, 1996). Aunque puede haber un mayor sesgo por la falta de memoria comparado con la entrevista, donde el entrevistador ayuda a recordar y concretar lo que se suele olvidar.
6. Por ser el método utilizado en numerosos estudios similares (Frost et al., 1995; Ortega et al., 1997; Monneuse et al., 1997; Wardle et al., 1997) y por tanto hace más comparables los resultados obtenidos.

Para conocer la ingesta de los estudiantes universitarios se eligió un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos por los siguientes motivos:

1. El objetivo del cuestionario de frecuencia de consumo alimentario, es **determinar la frecuencia habitual de ingesta de un alimento o grupo de alimentos** (y paralelamente sus nutrientes) durante un periodo de tiempo determinado, **dando así una información global de la ingesta durante un amplio periodo de tiempo** (Gorgojo y Martín-Moreno, 1995).
2. El CFCA permite clasificar y categorizar a los individuos según el nivel de consumo de alimentos, como comenta Gibson (1990) "el mejor método, si se quiere estimar el patrón de consumo alimentario en un individuo o grupo, puede ser el cuestionario de frecuencia de consumo; éste permite clasificar la población en categorías (bajo, medio, alto), tanto de frecuencia como de cantidades de alimentos si el cuestionario es semicuantitativo"
3. **Informa globalmente de los riesgos de ingesta excesiva o insuficiente.** Como indican González et al. (1995), la frecuencia de consumo aporta una información de suma interés porque permite evaluar de manera rápida qué grupo de alimento y qué alimentos determinados

de cada uno de ellos, forman parte de las distintas raciones consumidas que, van a contribuir al aporte de nutrientes.

4. El cuestionario de frecuencia de alimentos es bastante utilizado y ha demostrado tener correlaciones moderadas con datos de ingesta obtenidos de historias dietéticas obtenidas por entrevistas. (Steptoe et al., 1996)
5. La estructura del CFCA hace que sea fácil el tratamiento por métodos informáticos. (Gorgojo y Martín Moreno, 1995)
6. Ser el método utilizado en numerosos estudios similares: (Frost et al., 1995; Ortega et al., 1997_c; Monneuse et al., 1997 y Wardle et al., 1997) y por tanto los resultados obtenidos los hacen más comparables.

El cuestionario del presente estudio es una modificación de los utilizados por Serra et al. (1996) y Roset (1998).

Se pasó la encuesta a todos los alumnos que habitualmente asisten a clase. Para ello durante el mes de mayo de 1999 se pasó la encuesta a los alumnos - entre 18 y 25 años - de todos los grupos de una asignatura troncal de cada curso. Previamente se había contactado con los profesores que cedieron un tiempo de su clase para poder distribuir y responder el cuestionario.

La encuesta consta de cinco grandes bloques (anexo 1):

- a) Datos personales
- b) Hábitos alimentarios
- c) Conocimientos dietéticos
- d) Hábitos relacionados con la salud, como son: la actividad física, el consumo de tabaco y el consumo de alcohol
- e) Cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos

a) Datos personales: Con el fin de poder describir la muestra, los items y las preguntas de este apartado se tomaron de la hoja de matrícula de los alumnos

de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Esto nos permite comprobar la representatividad de la muestra a estudio con la población universitaria de la UAB.

b) En el apartado de hábitos alimentarios y de hábitos relacionados con la salud, las preguntas del cuestionario se tomaron de la encuesta realizada por Serra et al. (1996) para la evaluación de los hábitos alimentarios de la población catalana. Esta encuesta, se escogió por ser exhaustiva, bastante completa y validada.

Se añadieron las preguntas referentes a las características de la alimentación en el campus de Bellaterra: tipo de alimentos, condiciones y circunstancias de las ingestas, con el fin de detectar posibles hábitos alimentarios particulares de los estudiantes universitarios.

c) Conocimientos dietéticos: Además de la pregunta que hacía referencia a este tema en el cuestionario realizado a la población catalana se añadieron dos preguntas utilizadas por Roset (1998), que estudió los hábitos alimentarios de los escolares catalanes. Estas preguntas nos permitirían conocer la evolución en los conocimientos en los niños - adolescentes - jóvenes estudiantes.

d) Las preguntas que hacían referencia a los hábitos relacionados con la salud se tomaron de la encuesta realizada en la población catalana por Serra et al. (1996) por ser preguntas ya valoradas y para poder comparar los resultados obtenidos.

e) Cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos. Se escogió el cuestionario del estudio realizado en Cataluña por Serra et al. (1996) por ser también el área geográfica de nuestro estudio. Por un lado la lista de alimentos contiene los productos más característicos de la zona y por otra nos permite comparar los resultados obtenidos.

Todos los estudios comentados están realizados en un área geográfica muy similar.

El cuestionario antes de pasarlo a la muestra escogida se pasó a 50 estudiantes para conocer el tiempo que tardaban en responderlo y si encontraban alguna dificultad en su comprensión.

La cumplimentación de la encuesta era voluntaria y la respuesta fue masiva, más del 97% de los alumnos que asistieron a clase el día que se pasó la encuesta, la contestaron.

Durante la realización de la encuesta, el encuestador permaneció en el aula para aclarar cualquier duda que surgiera.

Se recogieron un total de 1081 encuestas de las cuales se tuvieron que desechar 19 por no entrar en el grupo de edad del estudio - de 18 a 25 años -.

4.1.2. Metodología estadística empleada

Los datos recogidos se introdujeron y trataron con el paquete estadístico SPSS+ en el procedimiento de estadística descriptiva (frecuencia y means), así como para los test estadísticos de comparación (t-test groups, test de independencia chi-cuadrado).

Por otro lado se han utilizado los métodos de análisis multivariantes descriptivos clásicos. Estos métodos consisten básicamente en realizar una reducción de la dimensionalidad, de forma que se minimice la pérdida de información, pero que haya una ganancia en significación.

El archivo de datos tratado es extremadamente grande, por lo que, nuestra estrategia ha consistido en aplicar estas técnicas sobre grupos de variables con una relación lógica.

En el caso de variables continuas como el consumo de alimentos (raciones/semana), se aplica el método de análisis de componentes principales, mientras que si son categóricas como la frecuencia de consumo (nunca, diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente), se aplican las correspondencias múltiples. Posteriormente, y en ambos casos, se pueden utilizar algoritmos de clasificación de los individuos, según las coordenadas factoriales obtenidas. En los análisis realizados hemos ejecutado en primer

lugar una clasificación jerárquica, para decidir el número de clusters y en segundo lugar, el algoritmo de las K-means con el fin de mejorar la clasificación.

Para poder explicar los resultados obtenidos, hemos utilizado métodos de caracterización de grupos. Estos, realizan múltiples tests con el fin de determinar las diferencias del perfil de un grupo o cluster con el perfil general de la muestra, empleando los porcentajes de las modalidades (en el caso de variables categóricas) o las medias de las variables (en el caso de variables continuas).

Los elementos característicos se ordenan por orden de importancia mediante un criterio estadístico denominado valor-test, al que se asocia una probabilidad. En el caso de trabajar con grandes bases de datos, este procedimiento permite mostrar rápidamente por qué se caracterizan cada una de las modalidades de una misma variable.

En el caso de variables continuas, para evaluar las diferencias entre las medias, se realiza un test estadístico a partir de la desviación tipo de una ley normal.

Así, cuando el valor-test es superior a 1,96 en valor absoluto, la característica será significativa (tomando el p-valor usual del 5%). Cuando se comparan dos proporciones, se utiliza la ley hipergeométrica para evaluar las diferencias, mientras que para comparar dos medianas se utiliza la t de student. (Lebart et al., 1995).

De esta manera se pueden listar las características más significativas de cada uno de los grupos o clusters. (Jobson, 1991 y Lebart et al., 1995)

Todos los análisis se han realizado utilizando el paquete estadístico SPAD.

4.2. Descripción de la muestra

4.2.1. Número de alumnos de cada facultad, edad, sexo, peso, talla e índice de masa corporal.

La muestra está formada por una población de estudiantes en edades comprendidas entre los 18 y los 25 años.

De los 1062 cuestionarios recogidos, 553 corresponden a estudiantes de Psicología y 509 a estudiantes de Veterinaria que clasificados por sexos, 844 son mujeres (M) y 218 hombres (H).

Las características de la población estudiada están recogidas en la tabla 15 expresadas como media aritmética. Se puede observar que la edad media de los alumnos encuestados es de 21 años. Los chicos pesan 15,5 kg. aproximadamente más que las chicas y miden 12,5 cm más. Los chicos tienen un mayor índice de masa corporal que las chicas, aunque la media aritmética da un valor, tanto en los chicos como en las chicas, de normopeso.

Tabla 15: Datos antropométricos y generales de los alumnos encuestados

FACULTAD	SEXO	N	EDAD (años)	PESO (Kg)	TALLA (m)	IMC (Kg/m ²)
PSICOLOGÍA	hombre	83	21.18	71.41	177.02	22.77
	mujer	470	20.71	55.91	164.56	20.64
VETERINARIA	hombre	135	21.12	72.31	178.05	22.81
	mujer	374	21.15	57.03	165.27	20.87

N = número de individuos estudiados

La población de la muestra estudiada guarda una proporción, en cuanto a sexos, muy similar a la población de alumnos matriculados. (tabla 16)

En la tabla 16 se compara el porcentaje de estudiantes matriculados y los que han respondido el cuestionario.

Tabla 16: Comparación entre alumnos matriculados y alumnos encuestados

FACULTAD		MATRICULADOS		ENCUESTADOS	
		N	(%)	N	(%)
PSICOLOGÍA	hombre	341	17,24	83	15,01
	mujer	1637	82,76	470	84,99
	total	1978	100	553	100
VETERINARIA	hombre	311	29,76	135	29,03
	mujer	735	70,33	374	70,97
	total	1045	100	509	100

N = número de individuos

4.2.2. Domicilio

La mayoría de los estudiantes encuestados (86,3%) viven habitualmente en el domicilio paterno (90,9% Psicología y 81,5% Veterinaria) bajando a un 71,3% durante el curso (80% Psicología y 62,3% Veterinaria).

Durante el curso el 21,4% viven en pisos de estudiantes y solo el 1,3% en colegios mayores o residencias y el 2,1 % restante en pisos de familiares.

4.2.3. Nivel socioeconómico. Estudio y ocupación de los padres

Para valorar el nivel socio económico se ha considerado los estudios y la ocupación de los padres.

Estudios de los padres

En general, nos encontramos que un 2,9% de los padres de los encuestados y un 2,7% de las madres no tienen estudios; el 41,3% de los padres y el 51,8% de las madres tiene estudios primarios o FP I; el 15,4% de los padres y el 14,4% de las madres tiene estudios de FP II y el 40,2% de los padres y el 30,7% de las madres tiene estudios medios o superiores ($p < 0,01$).

Estudios del padre

Al distribuir por facultad y sexo se encuentra una mayor diferencia por facultades que por sexos. El nivel de estudios del padre de los estudiantes de Veterinaria es mayor al de los estudiantes de Psicología. Así encontramos que el 34,9% de los padres de los estudiantes de Psicología y el 46% de los padres de los estudiantes de Veterinaria tiene un nivel de estudios alto (medios y superiores) ($p < 0,01$) (tabla 17).

Hay que destacar que la mayor diferencia se encuentra entre los chicos de las dos facultades, un 50% de los chicos de Veterinaria y un 32,5% de Psicología sus padres tienen un nivel de estudios alto y un 15,2% de los chicos de Veterinaria y un 32,5% de Psicología tienen un nivel de estudios bajo (sin estudios o con estudios primarios).

También se encuentran diferencias significativas entre sexos aunque estas son algo menor que entre facultades. El 28,90% de los chicos y el 21,45% de las chicas, sus padres tienen estudios superiores ($p < 0,05$).

Tabla 17. Nivel de estudios del padre de los encuestados. Distribución por facultades

	PSICOLOGÍA		VETERINARIA	
	N	%	N	%
nivel alto	192	(34,9 %)	230	(46,0 %)
nivel medio	209	(38,0 %)	165	(33,0 %)
nivel bajo	149	(27.1 %)	105	(21,0 %)
Total	550	(100 %)	500	(100 %)

N= número de estudiantes; Nivel alto = medios o superiores;
 Nivel medio = EGB, FP o BUP; Nivel bajo = s/estudios o primarios

Estudios de la madre

Al distribuir los estudios de la madre de los encuestados por facultad y por sexo se encuentra una mayor diferencia por facultades que por sexos. El nivel de estudios de la madre de los estudiantes de Veterinaria es mayor al de los estudiantes de Psicología. Así encontramos el 29,9 % de las madres de los estudiantes de Veterinaria y el 26% de las madres de los estudiantes de Psicología tienen un nivel de estudios alto ($p < 0,05$) (tabla 18).

Destaca que la mayor diferencia se encuentra entre los chicos de las dos facultades, igual que ocurre en los estudios del padre, un 44% de los chicos de Veterinaria y un 28 % de Psicología sus madres tienen un **nivel alto** de estudios y un 26,1 % de los chicos de Veterinaria y un 37,8% de Psicología tiene un **nivel bajo** de estudios (sin estudios o con estudios primarios).

**Tabla 18. Nivel de estudios de la madre de los encuestados.
Distribución por facultades**

	PSICOLOGÍA		VETERINARIA	
	N	%	N	%
nivel alto	143	(25.95 %)	138	(29.87 %)
nivel medio	241	(43.74 %)	188	(40.69 %)
nivel bajo	167	(30.31 %)	136	(29.44 %)
Total	551	(100 %)	462	(100 %)

N= número de estudiantes; Nivel alto = medios o superiores
 Nivel medio = EGB, FP o BUP; Nivel bajo = s/estudios o primarios

Ocupación de los padres

Nos encontramos que un 48,1% de los padres y un 19,4% de las madres de los encuestados tiene un nivel profesional alto o medio alto (profesional liberal, empresario con o sin trabajadores, directores/gerentes o técnicos superiores). Un 20,3% de los padres y un 18% de las madres tiene un nivel profesional medio: administrativos, comerciales, técnicos, etc. y un 15,9% de los padres y un 6,6% de las madres tiene un nivel profesional bajo, obreros cualificados y no cualificados.

El 42,4% de las madres de los encuestados son amas de casa.

5. Resultados y discusión

5.1. Datos antropométricos: Índice de masa corporal

El IMC de los jóvenes estudiantes de Psicología y de Veterinaria es de 21,7.

Las chicas tienen una media de índice de masa corporal (IMC) inferior a la de los chicos ($p < 0,001$) (tabla 19), estos resultados encontrados están dentro de las medias de los universitarios europeos (Musse et al., 1992; Bellisle et al., 1995; Frost et al., 1995; Monneuse et al., 1997 y Ortega et al., 1997c) y por debajo de los obtenidos por Serra et al. (1996) en jóvenes catalanes y Caride et al. (1999) en universitarios gallegos.

Las diferencias pueden ser debidas al tipo de muestra escogida y al método utilizado. Mientras que en el estudio de Serra et al. (1996) era una población general, el segmento a comparar de 20 a 24 años y un método de medida directa; en el presente estudio la población son estudiantes universitarios, de 18 a 25 años y datos antropométricos autorreferidos. Y en el caso del estudio de Caride et al. (1999) por las diferencias en las constituciones corporales regionales así como por las dimensiones de la muestra (164 estudiantes).

Tabla 19: Índice de masa corporal (IMC) distribución por facultad y sexo

POBLACIÓN UAB	Edad	IMC X	HOMBRES		MUJERES	
			N	IMC X	N	IMC X
PSICOLOGÍA	18-25	20,97*	80	22,8	458	20,6**
VETERINARIA	18-25	21,40	134	22,8	361	20,9**

N = número de individuos estudiados

* $p < 0,01$ entre facultades; ** $p < 0,001$ entre sexos

También encontramos diferencias significativas ($p < 0,01$) entre facultades. Los estudiantes de Psicología tienen un IMC inferior a los de Veterinaria.

La gran mayoría presentan un IMC dentro de los límites de normalidad tal como puede observarse en la tabla 20. Cabe señalar el bajo peso que presentan el 35,5% de las chicas de Veterinaria y el 43% de las chicas de Psicología. Sobrepeso grave solo se encuentra en el 2,5% de chicos de Psicología y en el 1,5% de chicos de Veterinaria, no encontrándose ninguna chica en este estado (tabla 20 y representado gráficamente en la figura 1).

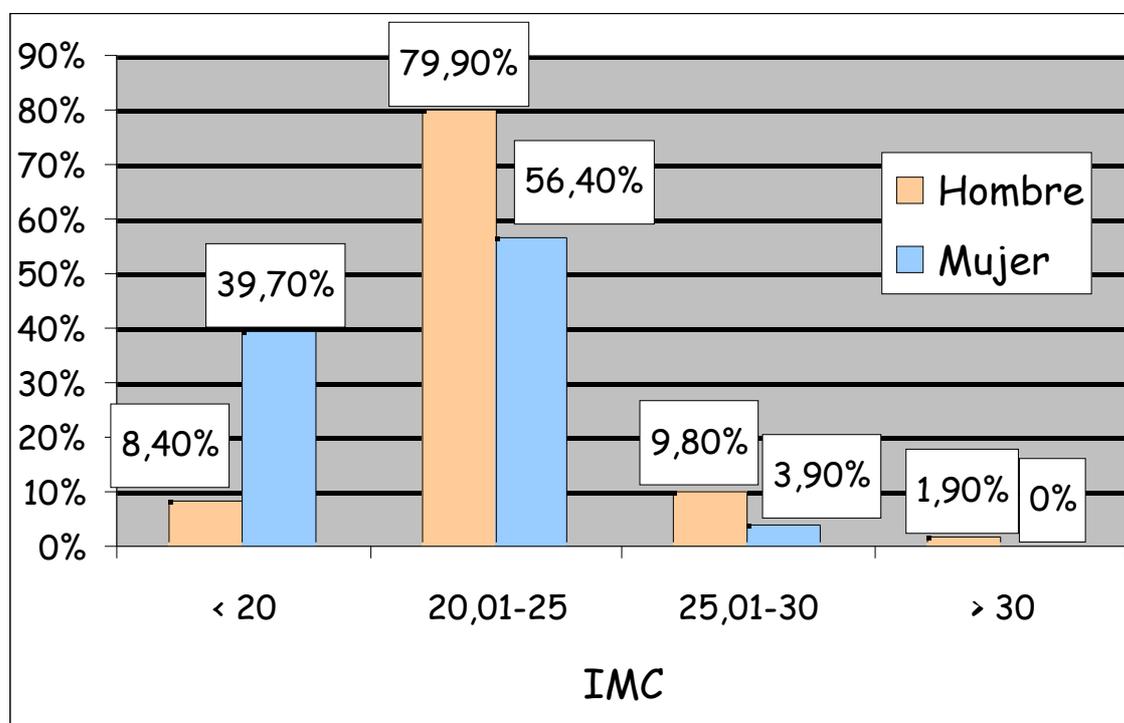
Tabla 20: Grados de índice de masa corporal (IMC) distribución por facultad y sexo

IMC	PSICOLOGIA		VETERINARIA	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
<20	7,5%	43,0%	9,0%	35,5%
20,01 - 25	82,5%	52,2%	78,4%	61,8%
25,01 - 30	7,5%	4,8%	11,2%	2,8%
>30	2,5%	0%	1,5%	0%

N = 1033

Al analizar los valores de IMC de las chicas inferiores a 18, encontramos que el 7.9% de chicas de Psicología (36 chicas) y el 5.5% de chicas de Veterinaria (20 chicas) tienen un IMC inferior a 18. No encontrándose ningún chico de Psicología y solo uno de Veterinaria (0,7% alumnos de Veterinaria). Solo se encontró una chica de Veterinaria con IMC < 18 que se consideraba con exceso de peso.

Figura 1: Valores de IMC distribuidos por sexos



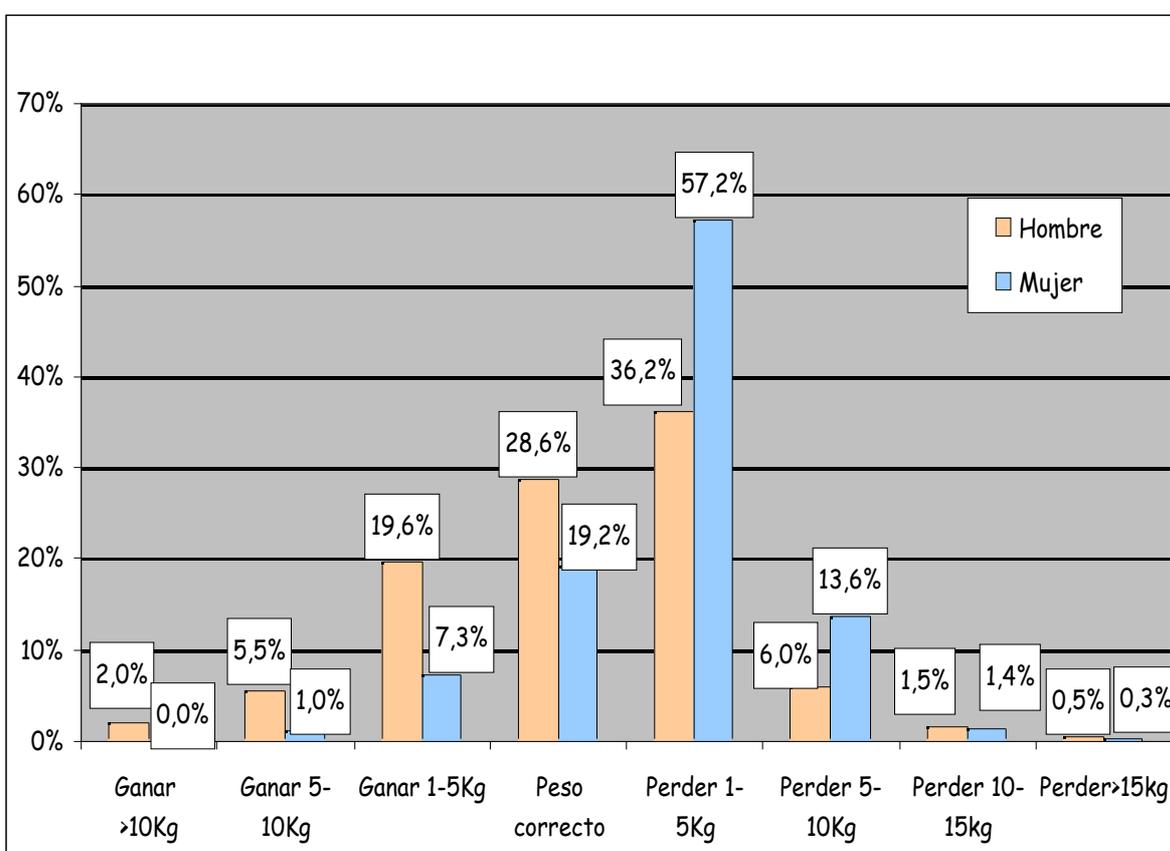
Los valores de los IMC de las chicas de Psicología y Veterinaria (figura 1) son inferiores a los encontrados por Farré et al. (1991) en 91 universitarias de Valencia (el 90% con normo o bajo peso e IMC ≤ 25 , el 9,5% con exceso de peso e IMC entre 25-30 y el 0,5% con obesidad e IMC > 30). Estas diferencias pueden ser debidas a la existencia de distintas constituciones corporales regionales o bien al aumento de la preocupación por la propia imagen en los últimos años.

Los valores de IMC encontrados en nuestro estudio también son inferiores a los encontrados por Serra et al. (1996) en la población juvenil de Cataluña entre 18 y 24 años. Puede estar motivado por utilizar un método de medida directa. Nuestros resultados son más similares a estudios de otros autores como el de Monneuse et al. (1995), Bellisle et al. (1995) y por Ortega et al. (1997c).

Les gustaría pesar

Es manifiesta la disconformidad de las chicas con su peso, en la figura 2 se puede comprobar que un 72,5% les gustaría perder peso respecto al 44,2% de los chicos encuestados. Solo un 19,2% de chicas se muestran conforme con su peso.

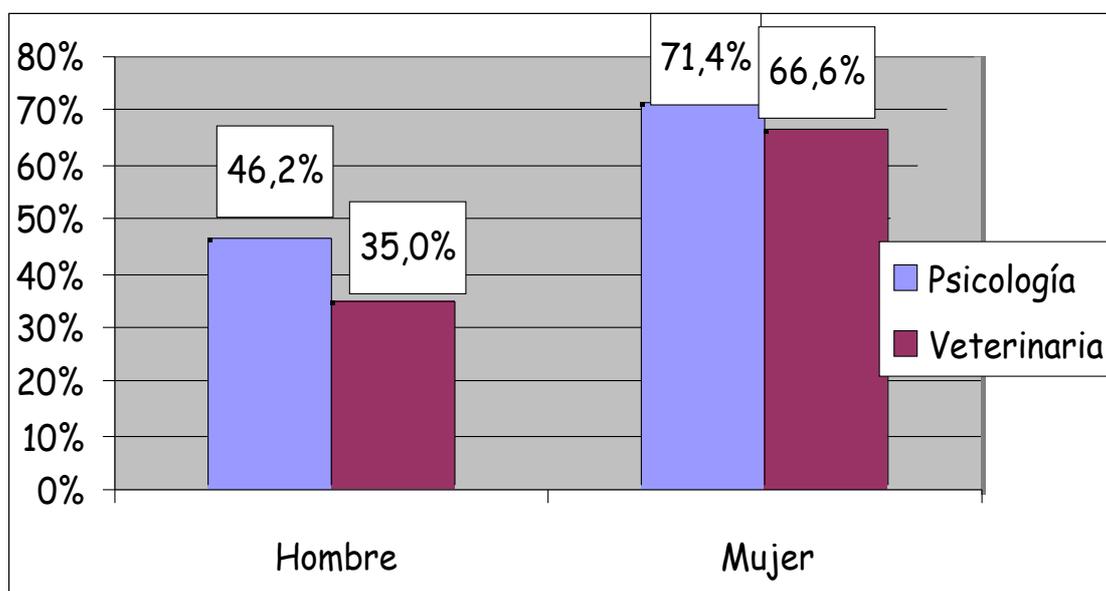
Figura 2: Conformidad con el peso



Destaca que el porcentaje de chicas que desean adelgazar es superior al de los chicos incluso teniendo estos unos IMC superiores. Este hecho nos muestra la preocupación, muchas veces inmotivada, de las chicas por su imagen. Las chicas incluso teniendo normo peso o bajo peso les gustaría pesar menos.

En el estudio realizado por Bellisle et al. (1995) encontraron una menor exigencia del peso de los estudiantes universitarios. Así encontraron un mayor porcentaje de estudiantes con sobrepeso (43% de las chicas y el 23% de los chicos), un menor porcentaje que habían intentado reducir peso (44% de las chicas y el 17% de los chicos) y un menor porcentaje de estudiantes con IMC <20 que había intentado reducir peso (4,2% de las chicas y el 1,1% de los chicos).

Figura 3: Porcentaje de alumnos que han intentado reducir peso



Encontramos un elevado número de chicas (71,4% de Psicología y un 66,6% de Veterinaria) que han intentado reducir peso (figura 3). Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Middleman et al. (1998) quienes encontraron que un 61,5% de las chicas lo habían intentado.

Dietas seguidas en los últimos meses

Están siguiendo dietas o han seguido dietas en los últimos meses el 9,6% de chicos de Psicología y el 9,1% de chicos de Veterinaria y el 23,8% de chicas de Psicología y el 22% de chicas de Veterinaria. Siendo la diferencia entre sexos significativa ($p=0.001$) no así la diferencia entre facultades.

Los resultados obtenidos indican que a pesar de ser las chicas las que presentan valores menores de IMC son por el contrario el porcentaje de estudiantes mas elevado que sigue dieta y que quieren perder peso. Podemos afirmar que las chicas se preocupan más por temas relacionados con la salud y por su "imagen".

Los resultados obtenidos indican que el 20% de los **estudiantes han seguido una dieta o la están siguiendo en los últimos meses**. De estos el 29,8% la dieta ha sido prescrita por un médico, en el 15,4% de los casos por un familiar, en el 4,8% por un amigo, en el 7,7% por un profesional no médico y en el 42,3% por otras personas.

El motivo de seguir una dieta es en el 66,8% de los casos, por **exceso de peso**. Diferenciando por sexo y facultad, es el 28,6% de chicos y el 63,4% de chicas de Psicología, el 69,2% de chicos y el 74,1% de chicas de Veterinaria.

Se encuentran diferencias entre sexos en la dieta para disminuir el **nivel de colesterol en sangre**. El 7,7% de chicos de Veterinaria y el 14,3% de chicos de Psicología han seguido una dieta hipocolesterolemia frente a ninguna chica (0%) en ambas facultades.

Es de destacar el elevado porcentaje de dietas que siguen los estudiantes **sin control médico**. Esto puede ser debido porque se realizan de forma voluntaria y no están motivadas por problemas serios de salud. Pensamos que sería necesario comprobar si son dietas equilibradas y apropiadas, ya que en caso contrario podrían conducir, a largo término, a un deterioro de la salud. Es necesario informar de la importancia de un control médico serio cuando se sigue cualquier tipo de dieta o bien procurar que la educación nutricional sea la adecuada.

Tabla 21. IMC de las chicas de Psicología y de Veterinaria y su actitud frente al peso y a su imagen corporal

IMC / MUJERES	<20		20-25				25-30				>30			
	Psicología		Veterinaria		Psicología		Veterinaria		Psicología		Veterinaria		Psic	Vet
FACULTAD	n=197		n=128		n=239		n=223		n=22		n=10		n=0	n=0
Se consideran con sobrepeso	4	2,0%	3	2,3%	71	29,7%	62	27,8%	18	81,8%	10	100,0%	0	0
Han intentado reducir peso	97	49,2%	51	39,8%	198	82,8%	168	75,3%	21	95,5%	9	90,0%	0	0
Han seguido dieta en los últimos meses	23	11,7%	13	10,2%	75	31,4%	61	27,4%	12	54,5%	7	70,0%	0	0
Siguen dieta	14	7,1%	4	3,1%	43	18,0%	37	16,6%	8	36,4%	6	60,0%	0	0
Preocupados por peso - salud	38	19,3%	37	28,9%	87	36,4%	74	33,2%	12	54,5%	7	70,0%	0	0

En la tabla 21 se recogen los IMC de las chicas, distribuidos por facultades así como su actitud frente al peso y a su imagen corporal.

Las chicas de Psicología tienen un IMC menor que las de Veterinaria y desean tener un IMC menor. Piensan que el mejor método para perder peso es comer menos, y, en general, realizan menos ejercicio físico con respecto a las chicas de Veterinaria.

En el grupo de población con un IMC < 20, el 49,2% es de Psicología y el 39,8% de Veterinaria. Han seguido dieta en los últimos meses el 11,7% de Psicología y el 10,2% de Veterinaria.

Un elevado porcentaje de chicas con bajo peso han intentado reducir peso. Estas conductas las podemos considerar NO correctas desde el punto de vista médico y de la salud.

Valores similares encontraron Ortega et al. (1997_a) con un 2,1 % de chicas con un IMC<20 que manifestaron el deseo de perder peso. También coinciden al encontrar una mayor preocupación por el peso corporal y el número de kilos que desean perder al aumentar el IMC (tablas 4 y 5).

En cuanto a la **relación entre el IMC y el nivel de estudios del padre** (tabla 22), se encuentra una relación inversa ($p>0,05$). Resultados que coinciden con el estudio realizado por Baekee et al. (1983) y en otros estudios como los de Martínez et al. (1999) y Molarius et al. (2000) encontraron relación inversa entre el nivel socioeconómico de los encuestados y su IMC.

Tabla 22: Nivel de estudios del padre en función del IMC

	Nivel alto	nivel medio	nivel bajo
IMC	n = 407	n = 366	n = 248
<20	38,8%	31,4%	27%
20 - 25	58%	61,7%	65,3%
>25	3,2%	6,8%	7,7%
	100%	100%	100%

n = número de individuos

5.2. Hábitos alimentarios

5.2.1. Número de ingestas que realizan en la UAB

De los 1059 alumnos que han respondido a esta pregunta, 835 estudiantes (78,8%) realizan alguna ingesta en la UAB.

Un total de un 36,6% de estudiantes realizan alguna ingesta diaria en la UAB, mientras que el 31% la ingesta en la UAB es semanal. De forma esporádica: mensualmente son el 18,5% y anualmente el 5,3%.

Desayuno

El 5,65% de los estudiantes de Psicología y de Veterinaria **no desayunan** (tabla 23). Se encuentran diferencias significativas entre sexos ($p < 0,05$), el 8,5% de los chicos y el 5,1% de las chicas no desayunan. No se encuentran diferencias entre facultades.

Estos datos concuerdan con los obtenidos en el estudio realizado en Francia por Monneuse et al. (1995) en el que se ponía de manifiesto que el 16% de los estudiantes - entre 18 y 30 años - no desayunaba todos los días; así como con el estudio realizado por Frost et al. (1995) en Noruega en el que el 13,4% de los estudiantes de 18 años solo desayunaba 2 ó 3 veces a la semana.

Estos datos son inferiores a los encontrados por Aranceta et al. (2000_b) en la población infantil y juvenil española (8,2% omite habitualmente el desayuno) pero similares a los que afirman no consumir ningún tipo de alimento hasta la hora del almuerzo (9,4% chicos mayores de 18 años y 5,2% chicas de 14 -24 años).

En cuanto al lugar donde suelen desayunar se encuentran diferencias significativas ($p < 0,001$) entre facultades. Los estudiantes de Veterinaria (75%) suelen desayunar en su casa siendo menor el porcentaje de los estudiantes de Psicología (48,8%). El 32,19% de los estudiantes de Psicología afirman desayunar en la Universidad mientras que los estudiantes de Veterinaria afirman hacerlo el 12,77%.

Tabla 23. Costumbre y lugar donde desayunan los estudiantes, distribución por facultad y sexo.

	PSICOLOGÍA		VETERINARIA		
	Hombre n=83	Mujer n=470	Hombre n=135	Mujer n=374	
No desayuna	8.6%	5.0%	8.3%	5.1%	*
En casa	60.5%	47.7%	72.7%	76.9%	**
En la UAB	19.8%	35.0%	14.4%	12.4%	**
En casa o en la UAB	11.1%	12.3%	4.5%	5.6%	
N = 1062	(* $p < 0,05$ diferencia significativa entre sexos) (** $p < 0,001$ diferencia significativa entre facultades)				

Almuerzo

En cuanto al almuerzo es realizado en casa por el 76,8% de los chicos y el 79,6% de las chicas de Psicología y por un 17% de los chicos y el 7% de las chicas de Veterinaria.

Encontramos diferencias significativas en la frecuencia de quedarse a comer en el campus ($p < 0,001$). Los alumnos de Veterinaria comen más en el campus. Estas diferencias pueden deberse a que los estudios de Veterinaria les obligan a realizar gran cantidad de prácticas y por lo tanto permanecer más horas en la Universidad.

Merienda

La costumbre de merendar solo la tienen el 56,8% de los encuestados no encontrándose diferencias ni entre sexos ni entre facultades. Cabe destacar que el 41,8% meriendan en casa y el 13% en la UAB.

Cena

La costumbre de cenar prácticamente la tienen todos los estudiantes (99,5%) y la realizan en su casa (95,5%).

Entre horas

La costumbre de tomar algún alimento entre horas está más arraigada entre los alumnos de Psicología que entre los de Veterinaria. Esta diferencia es estadísticamente significativa ($p < 0,001$), el 62,1% de los chicos y el 65,8% de las chicas de Psicología y el 49,5% de los chicos y el 48,9% de las chicas de Veterinaria.

Esta situación no era de esperar por el hecho de que los estudiantes de Veterinaria y no los de Psicología son los que permanecen más horas en la Facultad. Lo que nos puede llevar a pensar que influye en la conducta, el tipo de estudios que realizan.

Estos datos son inferiores que los encontrados por Roset (1998) que en un estudio encontró que el 91,7% de los escolares catalanes entre 12 y 16 años consumen algún producto alimenticio entre horas. Esta diferencia se justifica por la edad y el cambio de vida que supone pasar de la etapa escolar a la etapa universitaria.

Este dato nos muestra también la evolución de los hábitos alimentarios a lo largo de la vida.

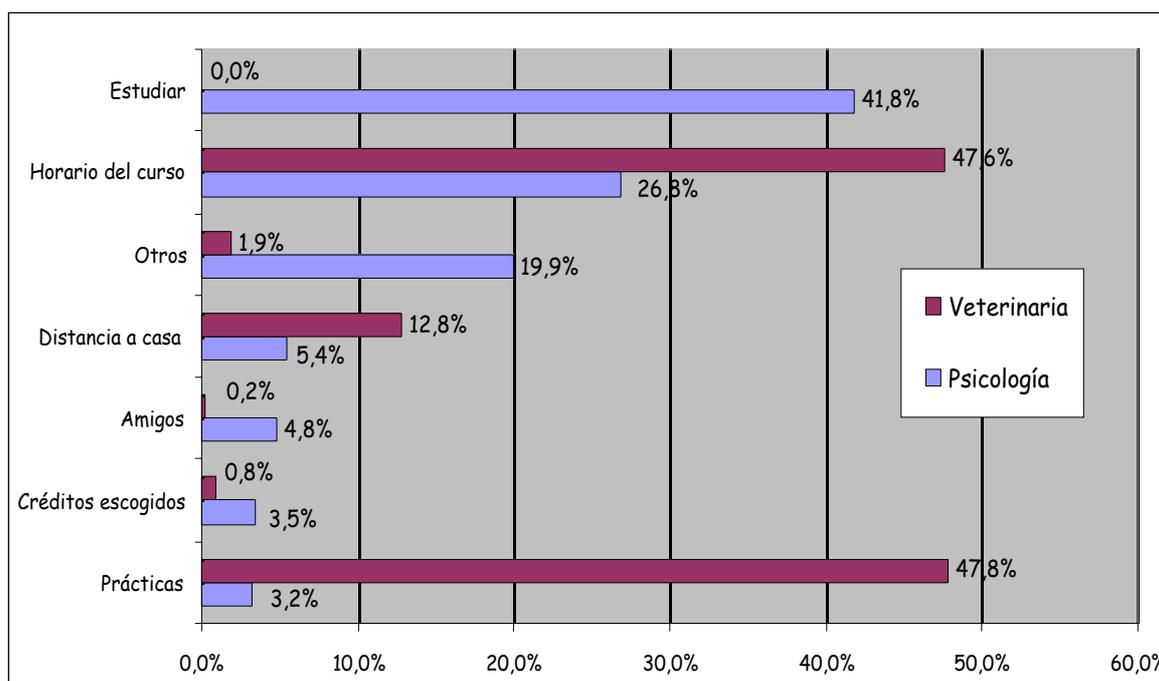
5.2.2. Motivos por los que comen en la UAB

En las respuestas obtenidas se observan que los motivos para comer en el campus son, en primer lugar por los horarios de las clases teóricas (37,4%) en segundo lugar por los horarios de prácticas (25,9%) y en menor porcentaje (19,3%) el motivo es para estudiar en las bibliotecas o salas de estudio, el 3,7% por quedar con los amigos y finalmente por la distancia a casa el 2,4%.

En la figura 4 se pueden observar los diferentes motivos por los que comen en el campus distribuidos por facultades.

El motivo manifestado por el 47,6% de estudiantes de Veterinaria es debido al horario del curso y de un 47,8% por el horario de prácticas mientras que en los estudiantes de Psicología son por las horas dedicadas al estudio en las bibliotecas o salas de estudio del campus (41,8%) seguido del horario del curso (26,8%). Destacar que solamente un 12,8% de los alumnos de Veterinaria y un 5,4% de Psicología manifiestan quedarse a comer en el campus por la distancia a casa, motivo este previsible por la ubicación de la Universidad y haber solo un 22,7% que viven en pisos de estudiantes o residencias.

Figura 4: Porcentaje de los diferentes motivos para comer en el campus según facultades



5.2.3. Lugar donde comen habitualmente en la UAB

El lugar preferido para comer en el campus es el bar en el 57,2% de los casos, seguido en importancia en el césped o jardines, en un 16,1% y en el aula el 4,2%. Indistintamente en el aula o en el jardín el 9,1%.

En la tabla 24 se recoge el lugar donde comen habitualmente, distribuidos por facultad y sexo.

Tabla 24: Lugares donde comen habitualmente los alumnos				
	PSICOLOGÍA		VETERINARIA	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Bar	74.1 %	77.2 %	69.3 %	51.6 %
Césped / jardines	19.7 %	20.5 %	15.2 %	35.1 %
Aula	3 %	1.7 %	3.8 %	7.5 %
Otros	7.6 %	9.9 %	16.8 %	17 %
N = 992				

Las diferencias de porcentaje entre los chicos y las chicas de Veterinaria concuerdan con el mayor porcentaje de alumnas que consumen alimentos preparados en casa (78,1% chicas respecto al 60,2% de chicos). Destacar que un 8-9% de alumnos de Psicología y un 17% de Veterinaria comen en "otros" lugares. Este hecho puede deberse a la falta de espacio de las instalaciones del bar, principalmente en Veterinaria, donde es mayor el número de alumnos que se quedan a comer en el campus y utilizan los pasillos y el vestíbulo de la facultad.

En el bar autoservicio de la Facultad de Veterinaria hay 160 plazas y el número de matriculados es de 1.045 alumnos. En el bar autoservicio de la Facultad de Letras y Psicología hay 340 plazas aproximadamente y el número de matriculados es de 6.478 alumnos (1.978 de Psicología y unos 4.500 de Filosofía y Letras). Teniendo en cuenta que aproximadamente el 90% de Veterinaria y el 20% de Psicología y Letras se quedan a comer la media por alumno y plaza de bar es de 3,8 en Psicología y de 5,8 en Veterinaria

5.2.4. Tiempo dedicado a comer

El tiempo que dedican los estudiantes a comer está reflejado en la tabla 25. Es de destacar que el 3,2% de los alumnos que dedican menos de 15 minutos a comer. Si a estos le añadimos el 34,9% que le dedican entre 15 y 25 minutos, nos encontramos que un 48,1% dedican menos de 30 minutos a comer. Este tiempo es insuficiente si consideramos que media hora es necesaria para realizar el almuerzo habitual (Quer y Miralpeix, 1989). La mayoría (43,1%) le dedican entre 30 y 40 minutos y más de una hora el 9,5%.

Tiempo dedicado a comer (minutos)	Frecuencia de estudiantes (%)
< 15'	3.2 %
15' - 25'	34.9 %
30' - 40'	44.2 %
45' - 55'	8.7 %
> 60'	9.5 %

N = 1060

Los resultados obtenidos presentan diferencias significativas ($p < 0,001$) entre facultades y no entre sexos. Los estudiantes de Psicología dedican menos

tiempo a comer (28,7 minutos de media) que los de Veterinaria (31,7 minutos de media). Destaca que el 18,7% de los estudiantes de Psicología dedican 15 minutos o menos.

La opinión de los encuestados es que el 1,5% de estos encuentra excesivo el tiempo que dedica a comer, el 51% lo encuentra suficiente y el 34% opina que es escaso el tiempo que pueden dedicar a la comida.

Los alumnos de Veterinaria presentan una mayor disconformidad con el tiempo que le dedican a comer. Un 40,8% encuentran que es escaso mientras que los de Psicología solo el 27,3% lo consideran escaso y el 68,7% suficiente (tabla 26). Esta diferencia es estadísticamente significativa ($p < 0,001$). Sin embargo, los alumnos de Psicología, consideran el tiempo dedicado a comer más importante y afirman tenerlo en cuenta el 30,38% con relación al 25,89% de los estudiantes de Veterinaria. Por otro los alumnos de Veterinaria son los que en un mayor porcentaje se quedan a comer en la UAB y son los que le dedican más tiempo.

Tabla 26: Valoración del tiempo que se dedica a comer

	Psicología		Veterinaria	
	Hombre n=83	Mujer n=467	Hombre n=133	Mujer n=374
Excesivo	2.4%	2.6%	0.8%	0.3%
Suficiente	75.9%	67.9%	59.4%	57.2%
Escaso	21.7%	28.5%	39.1%	41.7%
N/S N/C	0%	1.1%	0.8%	0.8%

5.2.5. Ofertas de restauración preferidas por los estudiantes en los comedores universitarios

Los estudiantes que acuden al bar restaurante de la UAB, suelen elegir un bocadillo para comer (50%). La elección de las distintas ofertas están recogidas en la tabla 27.

Tabla 27. Distribución de la elección por los alumnos de las distintas ofertas en los bares restaurantes de la UAB	
Ofertas de restauración	Elección de los alumnos (%)
Bocadillo	50 %
1º y 2º plato del menú	29.2 %
Un plato del menú	16.3 %
Menú completo	11.8 %
Plato combinado	8.8 %
N = 828 (El 18,4% han elegido más de una opción)	

Los alumnos de la Facultad de Psicología y las chicas de Veterinaria cuando acuden al bar acostumbran a comer un bocadillo, excepto los chicos de Veterinaria que prefieren elegir un primer y un segundo plato del menú del autoservicio (tabla 28).

Las diferencias que se encuentran entre facultades son por parte de los alumnos de Veterinaria un mayor consumo de primer y de segundo plato respecto a los de Psicología que prefieren platos combinados. Estos datos pueden observarse en la tabla 28.

Puede observarse que el menú completo lo consumen un 25,8% de los chicos de Psicología y un 20,2% de los chicos de Veterinaria. Es mayoritario en los estudiantes de Veterinaria la elección de un primero y un segundo plato

(51,7%). Es de destacar que el 22,2% de chicas de Psicología y el 15,3% de chicas de Veterinaria consumen un único plato del menú ofertado y menos de un 10% de las chicas consumen el menú completo.

Las diferencias encontradas entre sexos pueden estar motivadas por la mayor cantidad de comida que suelen consumir los chicos, así encontramos una mayor elección de menú completo por parte de los chicos.

En cuanto a la diferencia encontrada entre facultades en el consumo de platos combinados y la oferta de primero y segundo plato del menú puede estar motivado por la diversidad de productos ofertados por los distintos bares restaurantes del campus. Consecuentemente esto puede influir en la ingesta de nutrientes. Ya que, por ejemplo, el plato combinado es más rico en proteínas que las otras ofertas del menú.

Tabla 28: Elección de alimentos en el bar de la facultad. Distribución por facultad y sexo

Ofertas de restauración	PSICOLOGÍA		VETERINARIA		
	Hombre (%)	Mujer (%)	Hombre (%)	Mujer (%)	
Un plato del menú	4,8	22,2	5,2	15,3	**
1º y 2º plato del menú	30,7	17,7	52,7	35,6	* **
Menú completo	25,8	8,8	20,2	9,4	**
Bocadillo	46,8	50,7	38,7	54,8	***
Plato combinado	9,6	15,3	0,9	2,2	*
Otros	0%	2,9	0,9	2,6	
N = 823	(* p<0,001 diferencia significativa entre facultades) (** p<0,001 diferencia significativa entre sexos) (***) p<0,05 diferencia significativa entre sexos)				

5.2.6. Consumo en el campus de alimentos preparados en casa

De los 913 alumnos que han contestado esta pregunta, el 49,8% traen la comida preparada en fiambarrera, el 37,6% consumen un bocadillo y el 10,4% fiambarrera o bocadillo de casa, indistintamente.

En la Facultad de Veterinaria un 60,2% de alumnos y 78,1% de alumnas se llevan la comida preparada en una fiambarrera, costumbre mucho más arraigada que entre los estudiantes de la Facultad de Psicología en la que solo el 14,8% de alumnos y 29,5% de alumnas tienen esta costumbre.

El 47,9% de los estudiantes que se llevan la comida de casa, la preparan ellos mismos; el 41% se lo prepara algún familiar y al 8,6 % lo preparan indistintamente, ellos mismos o un familiar. Diferenciando por facultades y sexos encontramos que el 51,1% de las chicas y el 43,8% de chicos en Psicología se lo preparan ellos y el 32,3% chicos y el 49,3% de chicas en Veterinaria.

Los alimentos que suelen consumir los alumnos cuando utilizan fiambrreras como puede observarse en la tabla 29, se pueden clasificar en tres grupos. La pasta o arroz, la fruta y la carne son los alimentos de mayor consumo. La ensalada y la verdura se consumen con cierta frecuencia aunque nos encontramos con un 29-30% que no los consumen nunca. Las legumbres, el pescado, los huevos y los lácteos son los de menor consumo.

Estos resultados eran de esperar, ya que coinciden los alimentos elegidos con los gustos o preferencias de los jóvenes y con los alimentos que mantienen las características organolépticas un mayor tiempo a temperatura ambiente. Estos alimentos, conservados en fiambrreras, van a estar bastantes horas en condiciones desfavorables de conservación.

Tabla 29: Frecuencia de consumo de los distintos grupos de alimentos que consumen los alumnos que utilizan fiambarrera

Grupo de alimentos	Con frecuencia o siempre (%)	Nunca (%)
Pasta o arroz (n = 646)	63.4	7.9
Fruta (n = 634)	55.1	21.1
Carne (n = 640)	52	18.1
Ensalada (n = 633)	40.9	30.5
Verduras (n = 627)	34.4	29.2
Lácteos (n = 615)	22.4	49.6
Pescado (n = 618)	15.9	48.7
Pan (n = 599)	14.8	37.3
Huevos (n = 614)	14.8	45.3
Legumbres (n = 616)	16	44.5

n = número de alumnos que han respondido a la pregunta

En la tabla 30 se recoge la frecuencia de alimentos que los estudiantes se llevan en la fiambarrera, con significación estadística al distribuirlos por facultades.

Los estudiantes de Veterinaria se quedan a comer más en el campus, tienen el hábito más arraigado de llevarse fiamberras de casa para comer. Este puede ser el motivo por el cual llevan alimentos más variados cuando se llevan la comida de casa en fiamberras (tabla 30)

Tabla 30: Frecuencia de alimentos cuando se llevan fiambra para comer en la Universidad. Distribución por facultades

Psicología n = 553

NUNCA	A VECES	BASTANTE	SIEMPRE
Pasta o arroz			
Legumbres			
Carne			
Verduras			

Veterinaria n = 509

NUNCA	A VECES	BASTANTE	SIEMPRE
	Lácteos		
		Lácteos	
			Lácteos
	Pan		
Pan			
	Pasta o arroz		
		Pasta o arroz	
	Legumbres		
		Legumbres	
		Carne	
	Carne		
		Pescado	
	Huevos		
		Verduras	
	Verduras		
	Ensalada		
		Ensalada	
			Fruta
		Fruta	

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).

Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados

Mod/Gru: Porcentaje de individuos de este grupo con esta característica (Mod)

Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

En la tabla 31 se recoge la frecuencia de alimentos que los estudiantes se llevan en la fiambra, con significación estadística al distribuirlos por sexos.

Cuando los estudiantes universitarios llevan fiambra, los chicos suelen consumir más pan ($p < 0,001$) y las chicas alimentos más variados (tabla 31).

Tabla 31: Frecuencia de alimentos cuando se llevan fiambra para comer en la Universidad. Distribución por sexos

Mujeres n = 844						
NUNCA	A VECES	BASTANTE	SIEMPRE	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %
	Lácteos			172	89,0	18,8
		Lácteos		98	88,8	10,2
Lácteos				274	86,5	21,4
			Lácteos	40	100,0	4,8
Pan				396	89,9	48,5
	Pasta o arroz			185	89,2	19,9
		Pasta o arroz		358	84,4	35,8
	Legumbres			243	85,2	24,5
Carne				116	93,1	12,8
	Carne			191	86,9	19,7
	Huevos			245	87,8	25,5
	Pescado			219	84,9	22,0
Pescado				301	86,4	30,8
Huevos				278	84,5	27,8
	Verduras			228	85,5	23,1
		Verduras		197	88,8	20,7
			Ensalada	47	97,9	5,5
		Ensalada		212	92,9	23,3
	Fruta			151	87,4	15,6
		Fruta		159	88,7	16,7
			Fruta	190	85,8	19,3
Hombres n = 218						
NUNCA	A VECES	BASTANTE	SIEMPRE	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %
			Pan	48	37,50	8,26

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo.

5.2.7. Tiempo transcurrido entre la salida de casa hasta la hora de comer

En el 2% de los casos transcurren menos de dos horas, el 8,9% entre 2 y 4 horas; el 57,5% entre 4 y 6 horas y el 31,7% más de 6 horas.

Destaca el elevado número de horas que transcurre entre la preparación y el consumo de alimentos. Es de suponer que hasta la salida de casa para ir a la facultad, los alimentos se mantienen en medios idóneos de conservación, más del 88% pasan más de 4 horas entre la salida de casa y el consumo. Las condiciones de mantenimiento de las fiambreras hasta su consumo no son óptimas y menos en épocas de calor ya que las deben guardar a temperatura ambiente. Se debe tener en cuenta tanto el tipo de alimentos como la época del año.

5.2.8. Consumo de complejos vitamínicos:

En cuanto al consumo de complejos vitamínicos, entre un 16,3% y un 22,9% de estudiantes consumen estos productos, no encontrándose diferencias significativas ni entre sexos ni entre facultades. Las chicas de Psicología son las que afirman consumir más (22,9%) en contraste con los chicos de Psicología (16,3%). En Veterinaria afirman consumir estos productos, el 18,4% de chicos y el 19,8% de las chicas.

Estos datos coinciden con los obtenidos por Carazo et al. (1991) en estudiantes de un Instituto de Granada (15% de las chicos de 15 años y el 20% de las chicas entre 17 y 18 años consumían complejos vitamínicos).

Son porcentajes superiores a los encontrados por Ortega et al. (1997_c) en universitarias de Madrid (3,5% - 11,2%) y a los encontrados por Aranceta et al. (2000_a) en la población española (8 -10%) e inferiores a los encontrados por Serra et al. (1996). En este último estudio se encontró un mayor consumo en los jóvenes (36%) que en los adultos (22-24%).

El porcentaje de estudiantes de Psicología y de Veterinaria que consumen complejos vitamínicos es similar al de la población general de Francia (18%) y centroeuropa (21%) estudiado por Gassin (1999).

No se encuentran diferencias significativas entre el consumo de complejos vitamínicos y el seguimiento de una dieta, ni con los que le preocupa el exceso de peso para la salud o no. Tampoco se encuentra diferencias entre el consumo de complejos vitamínicos y el consumo de alimentos ni con tener o no el hábito de fumar ni con una mayor o menor actividad física.

Ahora bien, entre los que afirman no consumir nunca fruta se encuentra un mayor porcentaje de estudiantes con consumo de complejos vitamínicos. (8% más).

Encontramos diferencias de consumo de complejos vitamínicos en función del IMC ($p < 0,05$). Así a menor IMC encontramos un mayor consumo de estos productos (tabla 32).

Tabla 32: Relación entre consumo de complejos vitamínicos y IMC

Consumo de complejos vitamínicos	IMC			
	< 20 n = 327	20 - 25 n = 603	25 - 30 n = 52	> 30 n = 4
SÍ	24,8%	18,7%	11,7%	0%
NO	75,2%	81,3%	88,5%	100%

$P < 0,005$

5.3. Frecuencia de consumo de alimentos

En la figura 5 se muestra el histograma de la frecuencia de consumo de alimentos. Contiene el resultado del análisis cualitativo con el porcentaje del consumo diario, semanal, mensual, anual o si nunca ingieren de los 50 ítems de alimentos recogidos en el cuestionario.

Se ha representado en color rojo cuando no hay consumo (nunca) o es muy bajo (anual) y en azul cuando el consumo es más frecuente (diario, semanal o mensual).

Figura 5: Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos. Análisis cualitativo			
1. Pan blanco			
	n	%	
Diariamente	702	66,86	*****
Semanalmente	251	23,9	*****
Mensualmente	26	2,48	**
Anualmente	8	0,76	*
Nunca	63	6	***
Total	1050	100	
2. Pan integral			
Diariamente	182	17,33	*****
Semanalmente	204	19,43	*****
Mensualmente	132	12,57	*****
Anualmente	46	4,38	***
Nunca	486	46,29	*****
Total	1050	100	
3. Pasta			
Diariamente	35	3,31	**
Semanalmente	977	92,34	*****
Mensualmente	42	3,97	**
Anualmente	1	0,09	*
Nunca	3	0,28	*
Total	1058	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

4. Arroz	n	%	
Diariamente	21	1,98	*
Semanalmente	941	88,69	*****
Mensualmente	90	8,48	****
Anualmente	2	0,19	*
Nunca	7	0,66	*
Total	1061	100	
5. Patatas			
Diariamente	52	4,91	***
Semanalmente	900	85,07	*****
Mensualmente	85	8,03	****
Anualmente	1	0,09	*
Nunca	20	1,89	*
Total	1058	100	
6. Legumbres			
Diariamente	25	2,36	**
Semanalmente	813	76,7	*****
Mensualmente	184	17,36	*****
Anualmente	12	1,13	*
Nunca	26	2,45	**
Total	1060	100	
7. Buey y ternera			
Diariamente	28	2,64	**
Semanalmente	790	74,53	*****
Mensualmente	162	15,28	*****
Anualmente	8	0,75	*
Nunca	72	6,79	****
Total	1060	100	
8. Carne de cerdo			
Diariamente	19	1,8	*
Semanalmente	712	67,3	*****
Mensualmente	178	16,82	*****
Anualmente	24	2,27	**
Nunca	125	11,81	*****
Total	1058	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

9. Jamón cocido y salado		n	%	
Diariamente	142	13,41	*****	
Semanalmente	772	72,9	*****	
Mensualmente	89	8,4	****	
Anualmente	5	0,47	*	
Nunca	51	4,82	***	
Total	1059	100		
10. Carne de ave				
Diariamente	29	2,75	**	
Semanalmente	920	87,2	*****	
Mensualmente	69	6,54	****	
Anualmente	2	0,19	*	
Nunca	35	3,32	**	
Total	1055	100		
11. Hígado y vísceras				
Diariamente	3	0,29	*	
Semanalmente	65	6,18	***	
Mensualmente	191	18,17	*****	
Anualmente	77	7,33	****	
Nunca	715	68,03	*****	
Total	1051	100		
12. Embutidos				
Diariamente	299	28,29	*****	
Semanalmente	581	54,97	*****	
Mensualmente	96	9,08	****	
Anualmente	6	0,57	*	
Nunca	75	7,1	****	
Total	1057	100		
13. Huevos				
Diariamente	30	2,84	**	
Semanalmente	937	88,65	*****	
Mensualmente	68	6,43	***	
Anualmente	1	0,09	*	
Nunca	21	1,99	*	
Total	1057	100		

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

14. Carne caza	n	%	
Diariamente	4	0,39	*
Semanalmente	82	7,9	****
Mensualmente	138	13,29	*****
Anualmente	137	13,2	*****
Nunca	677	65,22	*****
Total	1038	100	
15. Pescado blanco			
Diariamente	15	1,43	*
Semanalmente	678	64,45	*****
Mensualmente	277	26,33	*****
Anualmente	13	1,24	*
Nunca	69	6,56	****
Total	1052	100	
16. Pescado azul			
Diariamente	13	1,23	*
Semanalmente	631	59,87	*****
Mensualmente	311	29,51	*****
Anualmente	18	1,71	*
Nunca	81	7,69	****
Total	1054	100	
17. Pulpo, calamares y marisco			
Diariamente	5	0,47	*
Semanalmente	367	34,79	*****
Mensualmente	546	51,75	*****
Anualmente	50	4,74	***
Nunca	87	8,25	****
Total	1055	100	
18. Fruta			
Diariamente	678	64,2	*****
Semanalmente	304	28,79	*****
Mensualmente	50	4,73	***
Anualmente	3	0,28	*
Nunca	21	1,99	*
Total	1056	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

19. Zumos fruta			
	n	%	
Diariamente	384	36,36	*****
Semanalmente	411	38,92	*****
Mensualmente	151	14,3	*****
Anualmente	13	1,23	*
Nunca	97	9,19	*****
Total	1056	100	
20. Mermelada y fruta en almíbar			
Diariamente	73	6,92	****
Semanalmente	231	21,9	*****
Mensualmente	312	29,57	*****
Anualmente	90	8,53	****
Nunca	349	33,08	*****
Total	1055	100	
21. Lechuga y ensaladas			
Diariamente	491	46,5	*****
Semanalmente	467	44,22	*****
Mensualmente	50	4,73	***
Anualmente	2	0,19	*
Nunca	46	4,36	***
Total	1056	100	
22. Verduras cocidas			
Diariamente	159	15,04	*****
Semanalmente	718	67,93	*****
Mensualmente	88	8,33	****
Anualmente	8	0,76	*
Nunca	84	7,95	****
Total	1057	100	
23. Agua del grifo			
Diariamente	641	61,16	*****
Semanalmente	53	5,06	***
Mensualmente	22	2,1	*
Anualmente	8	0,76	*
Nunca	324	30,92	*****
Total	1048	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

24. Agua embotellada sin gas		n	%	
Diariamente	563	53,93	*****	
Semanalmente	163	15,61	*****	
Mensualmente	81	7,76	****	
Anualmente	16	1,53	*	
Nunca	221	21,17	*****	
Total	1044	100		
25. Agua embotellada con gas				
Diariamente	15	1,45	*	
Semanalmente	45	4,34	**	
Mensualmente	77	7,43	****	
Anualmente	42	4,05	**	
Nunca	858	82,74	*****	
Total	1037	100		
26. Leche entera				
Diariamente	495	47,32	*****	
Semanalmente	121	11,57	*****	
Mensualmente	37	3,54	**	
Anualmente	14	1,34	*	
Nunca	379	36,23	*****	
Total	1046	100		
27. Leche desnatada				
Diariamente	343	32,79	*****	
Semanalmente	90	8,6	****	
Mensualmente	45	4,3	**	
Anualmente	13	1,24	*	
Nunca	555	53,06	*****	
Total	1046	100		
28. Flanes y cremas				
Diariamente	46	4,39	***	
Semanalmente	395	37,73	*****	
Mensualmente	317	30,28	*****	
Anualmente	40	3,28	**	
Nunca	249	23,78	*****	
Total	1047	100		

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

29. Yogures y similares	n	%	
Diariamente	470	44,42	*****
Semanalmente	478	45,18	*****
Mensualmente	64	6,05	***
Anualmente	4	0,38	*
Nunca	42	3,97	**
Total	1058	100	
30. Queso			
Diariamente	372	35,26	*****
Semanalmente	566	53,65	*****
Mensualmente	42	3,98	**
Anualmente	1	0,09	*
Nunca	74	7,01	****
Total	1055	100	
31. Mantequilla			
Diariamente	74	7,02	****
Semanalmente	346	32,83	*****
Mensualmente	200	18,98	*****
Anualmente	25	2,37	**
Nunca	409	38,8	*****
Total	1054	100	
32. Aceite de semillas			
Diariamente	177	16,94	*****
Semanalmente	205	19,62	*****
Mensualmente	74	7,08	****
Anualmente	24	2,3	**
Nunca	565	54,07	*****
Total	1045	100	
33. Aceite de oliva			
Diariamente	845	80,94	*****
Semanalmente	179	17,15	*****
Mensualmente	4	0,38	*
Anualmente	1	0,1	*
Nunca	15	1,44	*
Total	1044	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

34. Manteca	n	%	
Diariamente	2	0,2	*
Semanalmente	32	3,16	**
Mensualmente	58	5,72	***
Anualmente	40	3,94	**
Nunca	882	86,98	*****
Total	1014	100	
35. Ketchup, mostaza, etc.			
Diariamente	33	3,13	**
Semanalmente	382	36,24	*****
Mensualmente	215	20,4	*****
Anualmente	50	4,74	***
Nunca	374	35,48	*****
Total	1054	100	
36. Fruta seca			
Diariamente	40	3,81	**
Semanalmente	321	30,57	*****
Mensualmente	411	39,14	*****
Anualmente	57	5,43	***
Nunca	221	21,05	*****
Total	1050	100	
37. Azúcar			
Diariamente	726	69,21	*****
Semanalmente	199	18,97	*****
Mensualmente	31	2,96	**
Anualmente	2	0,19	*
Nunca	91	8,67	****
Total	1049	100	
38. Miel			
Diariamente	73	6,95	****
Semanalmente	156	14,84	*****
Mensualmente	286	27,21	*****
Anualmente	83	7,9	****
Nunca	453	43,1	*****
Total	1051	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

39. Galletas	n	%	
Diariamente	277	26,31	*****
Semanalmente	496	47,1	*****
Mensualmente	155	14,72	*****
Anualmente	7	0,66	*
Nunca	118	11,21	*****
Total	1053	100	
40. Productos de pastelería			
Diariamente	199	18,95	*****
Semanalmente	563	53,62	*****
Mensualmente	179	17,05	*****
Anualmente	11	1,05	*
Nunca	98	9,33	*****
Total	1050	100	
41. Bebidas refrescantes sin gas			
Diariamente	74	7,03	****
Semanalmente	396	37,61	*****
Mensualmente	189	17,95	*****
Anualmente	19	1,8	*
Nunca	375	35,61	*****
Total	1053	100	
42. Bebidas refrescantes con gas			
Diariamente	147	13,96	*****
Semanalmente	562	53,37	*****
Mensualmente	148	14,06	*****
Anualmente	15	1,42	*
Nunca	181	17,19	*****
Total	1053	100	
43. Caramelos y golosinas			
Diariamente	136	12,93	*****
Semanalmente	411	39,07	*****
Mensualmente	265	25,19	*****
Anualmente	32	3,04	**
Nunca	208	19,77	*****
Total	1052	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

44. Chocolate	n	%	
Diariamente	158	15	*****
Semanalmente	485	46,06	*****
Mensualmente	250	23,74	*****
Anualmente	17	1,61	*
Nunca	143	13,58	*****
Total	1053	86,41	
45. Café			
Diariamente	588	55,79	*****
Semanalmente	170	16,13	*****
Mensualmente	57	5,41	***
Anualmente	11	1,04	*
Nunca	228	21,63	*****
Total	1054	100	
46. Té			
Diariamente	60	5,7	***
Semanalmente	126	11,98	*****
Mensualmente	127	12,07	*****
Anualmente	34	3,23	**
Nunca	705	67,02	*****
Total	1052	100	
47. Cerveza y sidra			
Diariamente	13	1,23	*
Semanalmente	332	31,47	*****
Mensualmente	174	16,49	*****
Anualmente	37	3,51	**
Nunca	499	47,3	*****
Total	1055	100	
48. Vino y cava			
Diariamente	21	2	*
Semanalmente	239	22,74	*****
Mensualmente	264	25,12	*****
Anualmente	87	8,28	****
Nunca	440	41,86	*****
Total	1051	100	

**Figura 5 (cont.): Histograma de la frecuencia de consumo de alimentos.
Análisis cualitativo**

49.Licores y combinados	n	%	
Diariamente	10	0,95	*
Semanalmente	389	38,12	*****
Mensualmente	294	28,05	*****
Anualmente	54	5,15	***
Nunca	301	28,72	*****
Total	1048	100	
50.Otros alimentos y bebidas no especificadas			
Diariamente	16	4,92	***
Semanalmente	27	8,31	****
Mensualmente	15	4,62	***
Anualmente	12	3,69	**
Nunca	255	78,46	*****
Total	325	100	

Entre los resultados encontrados de la frecuencia de consumo de alimentos cabe destacar:

- 1. Pan blanco:** El 6% de los alumnos afirman no consumirlo nunca. Este resultado es similar al encontrado por Serra et al. (1996) en la población catalana con el 4,2% de los hombres y el 8,9% de las mujeres que no lo consumen. Estas cifras son superiores al 2,4% de los menores de 25 años de la población canaria que no consumen pan blanco (Serra et al., 2000_a).
- 2. Pan integral:** El 17,3% de los estudiantes afirman un consumo diario y el 19,2% un consumo semanal. Cifras similares a las de la población catalana (el 15,4% de las mujeres y el 9,1% de los hombres lo consumo a diario,) y canaria (el 18,8% de las mujeres y el 8,5% de los hombres lo consumen a diario) y superiores a la de los menores de 25 años canarios (el 5,9 % de los menores de 25 años) (Serra et al., 1996 y Serra et al., 2000_a).
- 3, 4, y 5. Pasta, Arroz y Patatas:** Encontramos un 92,3%, 88,7% y 85,1% respectivamente de estudiantes con un consumo semanal.

El consumo de pasta, arroz y patatas son similares a los encontrados por Serra et al. (1996) en Cataluña (el 82-88% realizan un consumo diario o semanal de pasta y arroz) y el consumo en Canarias es inferior (el 20% aproximadamente de la población realizan un consumo diario o semanal de pasta y arroz)

Lo mismo ocurre con el consumo de patatas, se encuentra un 93-97% consumo diario o semanal en Cataluña y un 46% aproximadamente en canarias (Serra et al., 2000_a).

6. **Legumbres:** El 18,5% de los estudiantes realizan un consumo mensual o anual de legumbres.

7 y 8. **Carnes:** El 11,8% de estudiantes afirman no consumir nunca carne de cerdo, un 7% aproximadamente no consumir nunca embutidos, buey ni ternera.

9. **Jamón cocido y salado:** El 4,8% no lo consumen nunca.

10. **Carne de ave:** Los alumnos que afirman no consumir nunca carne de ave oscilan entre el 1,5% de los chicos de Veterinaria y el 4,8% de los alumnos de Psicología, siendo el porcentaje de chicas del 3% de Psicología y el 4% de chicas de Veterinaria.

También se encuentra un elevado consumo en Cataluña, el 87% aproximadamente realizan un consumo diario o semanal no llegando al 34% en Canarias (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).

11. **Hígado y vísceras:** Encontramos que aproximadamente un 75% no consumen nunca o con una frecuencia anual estos productos. El 66- 68% de chicos y el 78,5 - 79,4% de chicas afirman no consumir nunca o solo anualmente este tipo de alimentos. Porcentajes de bajo consumo lo encontramos también en la Carne de Caza: El 67,5% - 75,1% de Psicología y el 78% - 85% de Veterinaria afirman no consumir nunca o con una frecuencia anual este tipo de alimentos

12. **Embutidos:** El 7,1% de los estudiantes no los consumen nunca.

13. **Huevos:** El consumo es muy generalizado, solo un 2% afirman no consumirlos nunca.

14. **Carne de caza:** Encontramos que aproximadamente el 65,2% no la consumen nunca.
15. **Pescado blanco:** Afirman no consumir nunca o con una frecuencia anual, el 12% - 9,3% de los chicos y el 8,6% - 5,2% de las chicas de Psicología y Veterinaria respectivamente.
Al comparar con la población canaria, encontramos que el 11,7% de menores de 25 años y en la población de Cataluña el 7%. que no lo consumen (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).
16. **Pescado azul:** Los chicos de Veterinaria son los que afirman consumirlo más, solo el 5,3 % afirma no consumirlo nunca o anualmente. Este consumo lo afirman también el 12% de los chicos y el 9,4% de las chicas de Psicología y el 10,2% de las chicas de Veterinaria.
Al comparar con la población canaria, encontramos que el 17% de menores de 25 años no consume pescado azul y en la población de Cataluña el 16% (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).
17. **Pulpo, calamares y marisco:** El 13% aproximadamente afirman no consumir nunca o con una frecuencia anual este tipo de alimentos. El consumo diario o semanal es del 35% aproximadamente.
18. **Fruta:** Un 2% de los estudiantes afirman no consumir nunca fruta. Destaca que solo el 54,2% de los chicos de Psicología afirma consumirla diariamente y los demás grupos entre el 63 y el 68%.
19. **Zumos de fruta:** Afirman no consumir nunca el 4,% de chicos y el 9% de chicas de Psicología y el 8,3% de chicos y el 10,7% de chicas de Veterinaria. Destaca que entre el 32 y el 39% de los estudiantes consumen zumos de frutas diariamente.
20. **Mermeladas y fruta en almíbar:** Destaca que el 33,7% - 35,3% de los chicos y el 43,5% de las chicas afirman no consumir nunca o solo anualmente estos alimentos.
21. **Lechuga y ensaladas:** Entre el 3,5% y el 8,4% de los estudiantes no consumen nunca ensaladas o lechuga. Afirman un consumo diario el 39,8% y

el 30,3% de los chicos así como el 50,5% y el 48,75% de las chicas de Psicología y Veterinaria respectivamente.

En Cataluña, el 5,1% de las mujeres y el 8,3% de los hombres no consumen lechuga y ensaladas

22. **Verduras cocidas:** Encontramos que el 14,6% de los chicos de Psicología y el 7,5% de los chicos de Veterinaria, el 9,6% de las chicas de Psicología y el 4,5% de las chicas de Veterinaria no consumen nunca verduras cocidas. Por otro lado, solo el 8,5% de los chicos de Psicología y el 5,3% de los chicos de Veterinaria, el 14,5% de las chicas de Psicología y el 20,6% de las chicas de Veterinaria afirman un consumo diario.

23. **Agua del grifo:** Encontramos un elevado porcentaje de estudiantes que afirman que nunca consumen agua del grifo, el 28% de chicos y el 35,3% de chicas de Psicología, el 22% de chicos y el 29,2% de chicas de Veterinaria. En los menores de 25 años de la población Canaria se encuentra un menor consumo, el 53% no consumen (Serra et al., 2000_a) así como en la población catalana el 38,5% no consumen (Serra et al., 1996).

24. **Agua embotellada sin gas:** Encontramos un elevado porcentaje de estudiantes, el 53%, con un consumo diario: el 57,8% de chicos y el 62,7% de chicas de Psicología y el 34,4% de chicos y el 48,9% de chicas de Veterinaria.

Encontramos un consumo similar en la población canaria (El 52,5% de los menores de 25 años de la población canaria realizan un consumo diario) y un consumo algo menor en la población de Cataluña (43 - 47% consumo diario) (Serra et al., 1996; Serra et al, 2000_a).

25. **Agua embotellada con gas.** En general el consumo es escaso. Más del 82% no lo consumen nunca y solo un 7,4% indican un consumo mensual.

26 y 27. **Leche:** Destacar que el 36,2% de los estudiantes no consumen nunca leche entera y por otro lado, un 32,8% afirman un consumo diario de leche desnatada.

El no consumo de leche entera es similar en Cataluña, Canarias y los estudiantes de este estudio, el 34% de los menores de 25 años no consumen leche entera en Canarias y en Cataluña el 39% de las mujeres y el 29% de los hombres.

El porcentaje de estudiantes que consumen leche desnatada es mayor que en la población catalana (24% mujeres y el 18,4% hombres con un consumo diario) y la población canaria (9,3% de los menores de 25 años con un consumo diario). Destacar que en Canarias hay un 20% que consumen leche con grasas vegetales (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).

28. **Flanes y cremas:** El 27,1% de los estudiantes no los consumen nunca.
29. **Yogures y similares:** Destacar el elevado porcentaje de estudiantes que consumen yogures, un 44,4% a diario y un 45,2% semanal y un no consumo del 4%.
El consumo de yogures en los estudiantes de Psicología y Veterinaria es mayor al de la población de Canarias y al de la población de Cataluña (11-12% consumo diario y un no consumo entre 37-40%). En Canarias se encuentra un mayor consumo de yogures de frutas (el 14,4% de consumo diario y un no consumo del 50%) que de yogures naturales (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).
30. **Queso:** El 7,1% de los estudiantes afirman no consumir nunca o solo anualmente queso.
31. **Mantequilla:** Se puede considerar elevado el 41,2% de alumnos que no consumen nunca o solamente con una frecuencia anual.
32. **Aceite de semillas:** Destacar el 54,1% de estudiantes que nunca consumen aceite de semillas.
33. **Aceite de oliva:** Destacar que más del 80% de los estudiantes consumen diariamente aceite de oliva.
En la población canaria adulta se encuentra un menor consumo (67% con consumo diario) mientras que en la población catalana el consumo es mayor (91-93% de la población lo consumen a diario) (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).
34. **Manteca de cerdo:** Destacar el 87% de estudiantes que afirman no consumir nunca manteca de cerdo.

35. **Ketchup y mostaza:** El 35,1% y el 42,8% de las chicas en contraste con el 16,9% y el 28% de los chicos de Psicología y Veterinaria respectivamente que no los consumen nunca. Por otro lado entre el 6,8% y el 7,2% de los chicos los consumen diariamente en contraste con el 1,6% y el 2,6% de las chicas.
36. **Fruta seca:** El 22,4% -24% de las chicas no consumen nunca estos productos en contraste con el 8,6% -9,8% de los chicos. Por otro lado entre el 6,1% - 8,6% de los chicos que los consumen diariamente en contraste con el 2,7% - 3,2% de las chicas.
37. **Azúcar:** Destaca el 10.1% y el 9.8% de las chicas que no consumen nunca azúcar en comparación con el 1,2% y el 5,3% de los chicos de Psicología y Veterinaria respectivamente.
38. **Miel:** Destaca el consumo de los chicos de Veterinaria con un 9,2% de los chicos que afirman un consumo diario.
39. **Galletas:** Entre el 8 y el 13% de los estudiantes no consume nunca galletas.
40. **Productos de pastelería:** Aproximadamente el 10,4% de los estudiantes no consumen productos de pastelería. Entre el 21,7% y el 25,6% de los alumnos/as de Psicología y el 16% y el 14,9% de los alumnos/as de Veterinaria realizan un consumo diario.
41. **Bebidas refrescantes sin gas:** Entre el 24,4% y el 27,1% de los chicos de Psicología y Veterinaria no consumen nunca en contraste con el 36,8% y el 39,7% de las chicas. Entre el 48,8% y el 55% de los chicos en contraste con el 44,6% y el 40,8% de las chicas que afirman consumir diariamente o semanalmente.
42. **Bebidas refrescantes con gas:** Entre el 19% y el 20% de las chicas de Psicología y Veterinaria no consumen nunca en contraste con el 6,1% y el 9,1% de los chicos. Entre el 78,5% y el 87,8% en contraste con el 66,2% y el 60,9% de las chicas afirman tener un consumo diario o semanal.
43. **Caramelos y golosinas:** Destacar el 30% de los chicos de Veterinaria que afirman no consumir nunca este tipo de productos. Más del 10% los

consumen diariamente (10,85 de los chicos y el 13,9% de las chicas de Psicología y el 17,7% de los chicos y el 10,5% de las chicas de Veterinaria).

44. **Chocolate:** El 13% de los estudiantes afirma no consumir nunca chocolate y entre el 10,6 y el 16,5% afirma consumirlo diariamente.
45. **Café:** Aproximadamente el 21,6% de los estudiantes afirma no consumir nunca café y solo el 55,8% lo consumen diariamente.
46. **Té:** El 70% de los estudiantes no consumen té, o solo con una frecuencia anual. Con un consumo diario se encuentra el 2,4% de chicos y el 6,8% de las chicas de Psicología y el 5,3% de chicos y el 5,1% de chicas de Veterinaria.
47. **Cerveza y sidra:** El 30% - 33% de chicos y el 50 - 53% de chicas de Psicología y Veterinaria no consumen nunca cerveza. Un consumo semanal lo encontramos en el 47% - 45,1% de los chicos en contraste con el 28,1% - 27,3% de las chicas de Psicología y Veterinaria respectivamente. El 2% de los menores de 25 años canarios lo consumen a diario, el 15,3% semanal y el 80% no consumen; Un mayor consumo lo presentan los adultos, con un 14% a diario, 15,3% semanal y 51% no lo consumen. En la población catalana se encuentra el 3,4% mujeres y el 18,4% hombres con un consumo diario; el 17% mujeres y el 32,5% hombres con un consumo semanal y el 67% mujeres y el 39% hombres que no consumen.
48. **Vino y Cava:** No consumen nunca el 38,1% - 42,1% de los chicos y el 51,8% - 54,1% de las chicas de Psicología y Veterinaria respectivamente. Un consumo diario lo encontramos en el 8,4% de chicos de Psicología en contraste con el 1,3% y 1,1 de las chicas de Psicología y Veterinaria y en el 3,1% de los chicos de Veterinaria. Los estudiantes de Psicología son los que almuerzan en un mayor porcentaje en casa. Con estos datos podemos pensar que el consumo de vino, en estas edades, se da principalmente en los hogares.

Encontramos un consumo más bajo en los menores de 25 años de Canarias (0% consumo diario y un 89% de no consumo) y un mayor consumo en los adultos de Canarias (8,8% a diario, 12,2% semanal y 51% no lo consumen) y de Cataluña (9,2% mujeres y 26,4% hombres consumo diario y 37,6%

mujeres y el 30,3% hombres no consumen) (Serra et al., 1996; Serra et al., 2000_a).

49. **Licores y combinados:** El consumo de estos productos suele ser semanal, el 39,8% de los chicos y el 41% de las chicas de Psicología y el 43,5% de los chicos y el 29,2% de las chicas de Veterinaria.

Los resultados obtenidos de manera resumida son:

- Se encuentran unos hábitos alimentarios característicos de este grupo de población como es el consumo frecuente de: pasta, arroz y patatas, no superando el 2% de los estudiantes que afirman no consumirlos nunca; El pollo, es la carne de mayor consumo, el 90% aproximadamente lo consumen semanalmente o a diario así como los huevos; el bajo consumo de pescado, entre el 7,8 - 9,4% de los estudiantes no lo consumen nunca o solo anualmente y de vegetales, la fruta es el vegetal de mayor consumo seguido por la lechuga y las ensaladas y la verdura cocida de menor consumo.

Ortega et al. (1997_c) y Frost et al. (1995) también encontraron que la fruta es el vegetal más consumido por los jóvenes estudiantes.

- Es de destacar el elevado consumo de leche desnatada, los estudiantes son personas jóvenes y en general sanas por lo que no tiene sentido realizar una dieta de bajo contenido en grasas. Lo mismo se podría decir con respecto al 38,8% de universitarios que afirman no consumir nunca mantequilla; En cuanto a los derivados lácteos se constata una considerable diferencia en el consumo de los diferentes derivados lácteos con un elevado consumo de yogures y similares y el consumo de café, con solo el 50% de los universitarios que lo consumen a diario y el 24% no lo consumen nunca. Por otro lado se encuentra un mayor consumo de cerveza en comparación con el consumo de vino.

En las tablas 33 y 34 se indican las raciones semanales medias de los alimentos consumidos por los estudiantes, así como la distribución por sexo (tabla 33) y por facultades (tabla 34).

Tabla 33: Frecuencia de consumo semanal de los alimentos. Distribución por sexos							
Alimento	N	Global	Hombre	DT	Mujer	DT	
		Media	Media		Media		
		rac/sem	rac/sem		rac/sem		
Leche entera	1003	5,67	7,82	6,97	5,15	7,33	***
Leche desnatada	1020	3,93	2,44	5,71	4,31	6,83	***
Flanes, cremas	1019	1,24	1,48	2,05	1,19	1,91	
Yogures y similares	1002	5,79	5,00	4,46	5,98	6,52	*
Queso	1003	4,74	4,34	4,01	4,83	5,60	
<u>Lácteos</u>		<u>21,37</u>	<u>21,09</u>		<u>21,45</u>		
Pan integral	1021	2,22	1,27	3,59	2,46	4,62	***
<u>Pan integral</u>		<u>2,22</u>	<u>1,27</u>		<u>2,46</u>		
Pan blanco	1002	9,54	11,94	7,73	8,94	7,25	***
Galletas	1006	4,3	3,62	4,64	4,47	7,20	*
Pastelitos	1011	2,95	2,94	3,25	2,96	3,76	
Pasta	1021	2,33	2,77	1,90	2,22	1,78	***
Arroz	1024	1,61	2,01	2,14	1,51	1,08	***
Patatas	1021	2,5	3,16	3,68	2,33	1,84	**
<u>Cereales y tubérculos</u>		<u>23,22</u>	<u>26,45</u>		<u>22,42</u>		
Legumbres	1024	1,65	2,00	1,80	1,56	1,77	***
<u>Legumbres</u>		<u>1,65</u>	<u>2,00</u>		<u>1,56</u>		
Huevos	1019	2,34	2,86	4,02	2,21	1,71	*
<u>Huevos</u>		<u>2,34</u>	<u>2,86</u>		<u>2,21</u>		
Pescado blanco	1020	1,38	1,25	1,14	1,41	1,47	
Pescado azul	1019	1,29	1,38	2,58	1,24	1,23	
Pulpos y calamares	1021	0,74	0,74	0,59	0,74	0,66	
<u>Pescados</u>		<u>3,41</u>	<u>3,37</u>		<u>3,39</u>		

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Resultados y discusión

Tabla 33 (cont.): Frecuencia de consumo semanal de los alimentos. Distribución por sexos							
Alimento	N	Global Media rac/sem	Hombre Media rac/sem	DT	Mujer Media rac/sem	DT	
Carne de buey y ternera	1029	1,83	2,22	2,48	1,74	1,68	**
Carne de cerdo	1023	1,53	1,96	1,53	1,43	1,48	***
Caza	1028	0,17	0,21	0,54	0,16	0,46	
Carne		<u>3,53</u>	<u>4,39</u>		<u>3,32</u>		
Aves	1019	2,11	2,15	1,84	2,10	1,54	
Aves		<u>2,11</u>	<u>2,15</u>		<u>2,10</u>		
Hígado y vísceras	1043	0,14	0,23	0,42	0,12	0,54	***
Hígado y vísceras		<u>0,14</u>	<u>0,23</u>		<u>0,12</u>		
Jamón /cocido y salado)	1023	3,01	2,71	2,38	3,08	3,04	
Jamón /cocido y salado)		<u>3,01</u>	<u>2,71</u>		<u>3,08</u>		
Embutidos	1017	4,16	4,16	4,58	4,16	4,49	
Embutidos		<u>4,16</u>	<u>4,16</u>		<u>4,16</u>		
Carnes y embutidos		<u>12,95</u>	<u>13,64</u>		<u>12,78</u>		
Lechuga y ensaladas	1008	5,87	5,10	4,93	6,05	5,50	*
Vegetales crudos		<u>5,87</u>	<u>5,10</u>		<u>6,05</u>		
Verdura cocida	1018	3,13	2,21	1,97	3,36	3,78	***
Verduras cocidas		<u>3,13</u>	<u>2,21</u>		<u>3,36</u>		
Verduras y hortalizas		<u>9</u>	<u>7,31</u>		<u>9,42</u>		
Fruta	999	9,45	9,56	8,57	9,42	7,78	
Fruta		<u>9,45</u>	<u>9,56</u>		<u>9,42</u>		
Frutos secos	1011	1,04	1,49	2,04	0,92	1,62	***
Frutos secos		<u>1,04</u>	<u>1,49</u>		<u>0,92</u>		
Mantequilla	1029	1,25	1,45	2,47	1,20	2,54	
Aceite de semillas	1007	1,96	1,60	3,24	2,04	4,34	
Aceite de oliva	944	9,82	9,88	7,40	9,81	6,57	
Manteca de cerdo	1012	0,07	0,13	0,46	0,06	0,34	
Aceites y grasas		<u>13,03</u>	<u>12,93</u>		<u>13,06</u>		

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Tabla 33 (cont.): Frecuencia de consumo semanal de los alimentos. Distribución por sexos							
Alimento	N	Global Media rac/sem	Hombre Media rac/sem	DT	Mujer Media rac/sem	DT	
Ketchup	1027	1,17	1,74	2,65	1,03	2,48	***
<u>Ketchup</u>		<u>1.17</u>	<u>1.74</u>		<u>1.03</u>		
Azúcar	973	9	9,34	8,53	8,91	8,17	
Miel	1027	0,99	1,10	2,91	0,97	2,61	
Caramelos y golosinas	1020	2,57	2,78	6,65	2,51	4,64	
Chocolate	1016	2,57	2,18	2,80	2,66	3,93	*
Mermelada y f. almíbar	1026	1,11	1,04	1,94	1,12	2,67	
<u>Al. dulces y azucarados</u>		<u>16.24</u>	<u>16.43</u>		<u>16.18</u>		
Agua del grifo	961	18,42	20,46	23,62	17,94	21,06	
Agua embotellada s/gas	982	14,75	13,34	22,83	15,11	18,08	
Agua embotellada c/gas	1030	0,46	1,14	10,03	0,30	2,10	
<u>Agua</u>		<u>33.63</u>	<u>34.94</u>		<u>33.35</u>		
Zumos de frutas	1008	4,52	4,67	5,32	4,48	5,29	
<u>Zumos de frutas</u>		<u>4.52</u>	<u>4.67</u>		<u>4.48</u>		
Bebidas refrescantes s/gas	1011	1,51	2,01	4,15	1,39	2,78	*
Bebidas refrescantes c/gas	1010	2,98	3,92	5,27	2,75	4,76	**
<u>Bebidas refrescantes</u>		<u>4.49</u>	<u>5.93</u>		<u>4.14</u>		
Café	1006	7,71	6,45	7,46	8,02	8,04	*
Té	1034	0,93	0,99	5,19	0,91	2,96	
<u>Bebidas estimulantes</u>		<u>8.64</u>	<u>7.44</u>		<u>8.93</u>		
Cerveza, sidra ...	1030	0,89	1,75	3,69	0,67	2,47	***
Vino, cava, ...	1029	0,62	1,08	1,90	0,50	0,97	***
Licores	1021	0,84	1,10	1,64	0,77	1,11	**
<u>Bebidas alcohólicas</u>		<u>2.35</u>	<u>3.93</u>		<u>1.94</u>		
Otros	318	0,29	0,60	1,66	0,19	0,91	

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Tabla 34: Frecuencia de consumo semanal de los alimentos. Distribución por facultades							
Alimento	N	Global	Psicología	DT	Veterinaria	DT	
		Media rac/sem	Media rac/sem		Media rac/sem		
Leche entera	1003	5,67	5,82	7,93	5,49	6,58	
Leche desnatada	1020	3,93	4,39	7,38	3,41	5,70	*
Flanes, cremas	1019	1,24	1,40	2,24	1,06	1,51	**
Yogures y similares	1002	5,79	5,73	5,98	5,85	6,42	
Queso	1003	4,74	4,72	4,92	4,75	5,76	
Lácteos		<u>21,37</u>	<u>22,06</u>		<u>20,57</u>		
Pan integral	1021	2,22	2,51	4,60	1,89	4,25	*
Pan integral		<u>2,22</u>	<u>2,51</u>		<u>1,89</u>		
Pan blanco	1002	9,54	10,75	7,92	8,12	6,57	***
Galletas	1006	4,3	4,53	7,70	4,04	5,50	
Pastelitos	1011	2,95	3,17	3,70	2,70	3,62	*
Pasta	1021	2,33	2,12	1,31	2,57	2,23	***
Arroz	1024	1,61	1,51	1,14	1,72	1,60	
Patatas	1021	2,5	2,53	2,56	2,46	2,07	
Cereales y tubérculos		<u>23,22</u>	<u>24,60</u>		<u>21,61</u>		
Legumbres	1024	1,65	1,58	1,72	1,72	1,85	
Legumbres		<u>1,65</u>	<u>1,58</u>		<u>1,72</u>		
Huevos	1019	2,34	2,30	1,89	2,39	2,82	
Huevos		<u>2,34</u>	<u>2,30</u>		<u>2,39</u>		
Pescado blanco	1020	1,38	1,31	1,32	1,46	1,50	
Pescado azul	1019	1,29	1,29	1,84	1,29	1,26	
Pulpos y calamares	1021	0,74	0,75	0,64	0,73	0,64	
Pescados		<u>3,41</u>	<u>3,35</u>		<u>3,48</u>		

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Tabla 34 (cont.): Frecuencia de consumo semanal de los alimentos.							
Distribución por facultades							
Alimento	N	Global Media rac/sem	Psicología Media rac/sem	DT	Veterinaria Media rac/sem	DT	
Carne de buey y ternera	1029	1,83	1,80	1,82	1,87	1,93	
Carne de cerdo	1023	1,53	1,50	1,61	1,57	1,38	
Caza	1028	0,17	0,22	0,58	0,11	0,30	***
Carne		<u>3,53</u>	<u>3,53</u>		<u>3,54</u>		
Aves	1019	2,11	2,10	1,63	2,11	1,58	
Aves		<u>2,11</u>	<u>2,10</u>		<u>2,11</u>		
Hígado y vísceras	1043	0,14	0,13	0,32	0,16	0,68	
Hígado y vísceras		<u>0,14</u>	<u>0,13</u>		<u>0,16</u>		
Jamón /cocido y salado)	1023	3,01	3,28	3,14	2,70	2,62	*
Jamón /cocido y salado)		<u>3,01</u>	<u>3,28</u>		<u>2,70</u>		
Embutidos	1017	4,16	4,74	5,12	3,49	3,57	***
Embutidos		<u>4,16</u>	<u>4,74</u>		<u>3,49</u>		
Carnes y embutidos		<u>12,95</u>	<u>13,78</u>		<u>12,01</u>		
Lechuga y ensaladas	1008	5,87	6,02	5,50	5,69	5,29	
Vegetales crudos		<u>5,87</u>	<u>6,02</u>		<u>5,69</u>		
Verdura cocida	1018	3,13	2,81	2,91	3,49	4,08	**
Verduras cocidas		<u>3,13</u>	<u>2,81</u>		<u>3,49</u>		
Verduras y hortalizas		<u>9</u>	<u>8,84</u>		<u>9,18</u>		
Fruta	999	9,45	9,20	7,94	9,74	7,93	
Fruta		<u>9,45</u>	<u>9,20</u>		<u>9,74</u>		
Frutos secos	1011	1,04	0,99	1,81	1,09	1,63	
Frutos secos		<u>1,04</u>	<u>0,99</u>		<u>1,09</u>		
Mantequilla	1029	1,25	1,40	2,97	1,09	1,90	
Aceite de semillas	1007	1,96	2,08	4,08	1,72	4,22	
Aceite de oliva	944	9,82	10,49	7,19	9,00	6,04	***
Manteca de cerdo	1012	0,07	0,07	0,41	0,07	0,31	
Aceites y grasas		<u>13,03</u>	<u>13,96</u>		<u>11,81</u>		
Ketchup	1027	1,17	1,19	2,26	1,16	2,81	
Ketchup		<u>1,17</u>	<u>1,19</u>		<u>1,16</u>		

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Tabla 34 (cont.): Frecuencia de consumo semanal de los alimentos. Distribución por facultades						
Alimento	N	Global Media rac/sem	Psicología Media rac/sem	DT	Veterinaria Media rac/sem	DT
Azúcar	973	9	10,21	9,17	7,54	6,67
Miel	1027	0,99	0,95	2,66	1,05	2,65
Caramelos y golosinas	1020	2,57	2,66	4,97	2,46	5,24
Chocolate	1016	2,57	2,61	3,51	2,52	3,98
Mermelada y f. almíbar	1026	1,11	1,03	2,26	1,19	2,83
<u>Al. dulces y azucarados</u>		<u>16,24</u>	<u>17,45</u>		<u>14,76</u>	
Agua del grifo	961	18,42	18,17	22,57	17,98	20,3
Agua embotellada s/gas	982	14,75	17,20	19,00	11,91	18,9
Agua embotellada c/gas	1030	0,46	0,35	2,52	0,57	6,60
<u>Agua</u>		<u>33,63</u>	<u>35,72</u>		<u>30,46</u>	
Zumos de frutas	1008	4,52	4,84	5,77	4,14	4,68
<u>Zumos de frutas</u>		<u>4,52</u>	<u>4,84</u>		<u>4,14</u>	
Bebidas refrescantes s/gas	1011	1,51	1,70	3,26	1,30	2,91
Bebidas refrescantes c/gas	1010	2,98	3,53	5,31	2,34	4,26
<u>Bebidas refrescantes</u>		<u>4,49</u>	<u>5,23</u>		<u>3,64</u>	
Café	1006	7,71	8,30	8,34	7,03	7,42
Té	1034	0,93	0,84	2,37	1,03	4,47
<u>Bebidas estimulantes</u>		<u>8,64</u>	<u>9,14</u>		<u>8,05</u>	
Cerveza	1030	0,89	0,99	3,10	0,77	1,48
Vino y cava	1029	0,62	0,62	1,33	0,61	1,11
Licores y combinados	1021	0,84	0,93	1,41	0,73	1,00
<u>Bebidas alcohólicas</u>		<u>2,35</u>	<u>2,54</u>		<u>2,12</u>	
Otros	318	0,29	0,29	1,25	0,29	1,00

(*) p<0.05; (**) p<0.01; (***) p<0.001

Respecto al consumo semanal de los alimentos destaca:

a. Lácteos: El consumo medio de lácteos que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria es de 21,37 raciones/semana, esto representa un consumo de 3 raciones al día, lo que estaría dentro de las recomendaciones en estas edades.

Hay que destacar la diferencia significativa ($p < 0,001$) entre sexos en el consumo de leche entera con una frecuencia de consumo de 8 raciones/semana los chicos y de 5 las chicas así como de leche desnatada con 2,5 raciones/semana los chicos y de 4,5 las chicas.

- b. **Cereales y tubérculos:** El consumo medio de cereales y tubérculos que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, incluyendo el pan integral, es de 25 raciones/semana, esto representa un consumo de 3,5 raciones al día, lo que estaría dentro de las recomendaciones en estas edades.

Destaca la diferencia significativa ($p < 0,001$) entre sexos en el consumo de pan blanco con 12 raciones/semana los chicos y con 9 las chicas así como de pan integral con 1,8 raciones/semana los chicos y con 2,5 las chicas.

Destaca también la diferencia significativa ($p < 0,001$) entre facultades, con un mayor consumo entre los estudiantes de Psicología ($p < 0,001$) de 10,8 raciones/semana de media y de 8,1 en los de Veterinaria.

- c. **Legumbres:** El consumo medio semanal encontrado es de 1,65 raciones / semana, siendo ligeramente inferior a las recomendaciones nutricionales. Destaca la diferencia significativa ($p < 0,001$) entre sexos. Así los chicos estarían en el límite inferior de las recomendaciones con 2 rac/sem y las chicas con 1,65 valores inferiores a las recomendaciones.

- d. **Alimentos proteicos:**

Carnes y embutidos: El consumo medio de carnes y embutidos que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 13 raciones/semana, esto representa un consumo de 2 raciones al día aproximadamente lo que estaría muy por encima de las recomendaciones en estas edades.

Cabe destacar que respecto a la carne de cerdo encontramos diferencias significativas de consumo entre sexos ($p < 0,001$). El consumo medio semanal es de 2 raciones en los chicos y no llega a 1,5 raciones en las chicas. Por

otro lado, en el consumo medio de carne de ave no se encuentran diferencias significativas en el consumo ni entre sexos ni entre facultades.

Hígado y vísceras: Se da un consumo muy bajo de estos alimentos no llegando a 0,2 raciones a la semana. Hay un mayor consumo entre los chicos.

Embutidos: Solo encontramos diferencias significativas ($p < 0,001$) de consumo entre facultades. Se da un mayor consumo entre los estudiantes de Psicología con 5 raciones /semana en comparación con el 3,5 en Veterinaria.

Huevos: Encontramos un consumo bajo de este alimento con una media de 2,5 a la semana aproximadamente. Solo encontramos diferencias de consumo entre sexos, 3 a la semana los chicos y 2,2 las chicas.

Pescado: El consumo medio de pescado que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 3,5 raciones/semana, estos valores estarían por debajo de las recomendaciones para estas edades. No se han encontrado diferencias significativas ni entre sexos ni entre facultades.

- e. **Verduras y hortalizas:** El consumo medio de verduras y hortalizas en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 9 raciones/semana, esto representa un consumo de 1,5 raciones al día aproximadamente, no llegando a las recomendaciones para estas edades.

Destaca la diferencia significativa ($p < 0,001$) en el consumo de verduras cocidas entre sexos, 2,2 raciones/semana los chicos y 3,4 las chicas y de vegetales crudos, 5 raciones/semana los chicos y 6 las chicas.

Destaca también la diferencia significativa ($p < 0,001$) en el consumo de verduras cocidas entre facultades, con un mayor consumo en los estudiantes de Veterinaria ($p < 0,01$) de 3,5 raciones/semana de media en comparación con 3 raciones/semana en los estudiantes de Psicología.

- f. **Aceites y grasas:** El consumo medio de aceite y grasas que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 13 raciones/semana, esto representa un consumo de 2 raciones al día aproximadamente, no llegando a las recomendaciones para estas edades. Estos valores no son

representativos del consumo de estos nutrientes, ya que por un lado es difícil calcular el consumo en un cuestionario auto administrado y por otro no está contabilizado el aceite y grasa utilizado en la cocción.

Sin embargo cabe destacar la diferencia significativa ($p < 0,001$) encontrada en el consumo de aceite de oliva entre facultades, con un mayor consumo en los estudiantes de Psicología 10,5 raciones/semana de media y de 9 en los estudiantes de Veterinaria.

- g. Alimentos dulces y azucarados:** El consumo medio que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 16 raciones/semana, esto representa un consumo de 2,5 raciones al día aproximadamente, no llegando a las recomendaciones para estas edades. Hay que tener en cuenta que en estos valores no está incluido el azúcar de las bebidas refrescantes ni de los productos de pastelería.

Sin embargo cabe destacar la diferencia significativa ($p < 0,001$) encontrada en el consumo de azúcar entre facultades, con un mayor consumo en los estudiantes de Psicología de 10,2 raciones/semana de media y de 7,5 en los de Veterinaria.

- h. Agua:** El consumo medio que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 34 raciones/semana, esto representa un consumo de 5 raciones al día aproximadamente, consideramos este consumo dentro de las recomendaciones para estas edades. Por otro lado, hay que tener en cuenta que en estos valores no está incluido el consumo de otros líquidos como son, las bebidas refrescantes, los zumos, las infusiones, etc.

Cabe destacar la diferencia significativa ($p < 0,001$) encontrada en el consumo de agua embotellada sin gas entre facultades, con un mayor consumo en los estudiantes de Psicología de 17 raciones/semana de media y de 12 en los de Veterinaria.

- i. Bebidas refrescantes:** El consumo medio que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 4,5 raciones/semana. Considerar que la recomendación para estos productos es el no consumo.

Hay que destacar las diferencias significativas encontradas entre sexos y entre facultades. Con un mayor consumo de bebidas refrescantes con gas en los estudiantes de Psicología ($p < 0,001$), 3,5 raciones/semana en comparación con las 2,4 raciones/semana de los estudiantes de Veterinaria. Y un mayor consumo significativo ($p < 0,01$) en los chicos de 4 raciones/semana en comparación con 2,8 raciones/semana de las chicas.

- j. **Bebidas estimulantes:** El consumo medio que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 9 raciones/semana. Esto representa un consumo de 1,5 raciones al día aproximadamente. Este valor se puede considerar como "moderado".

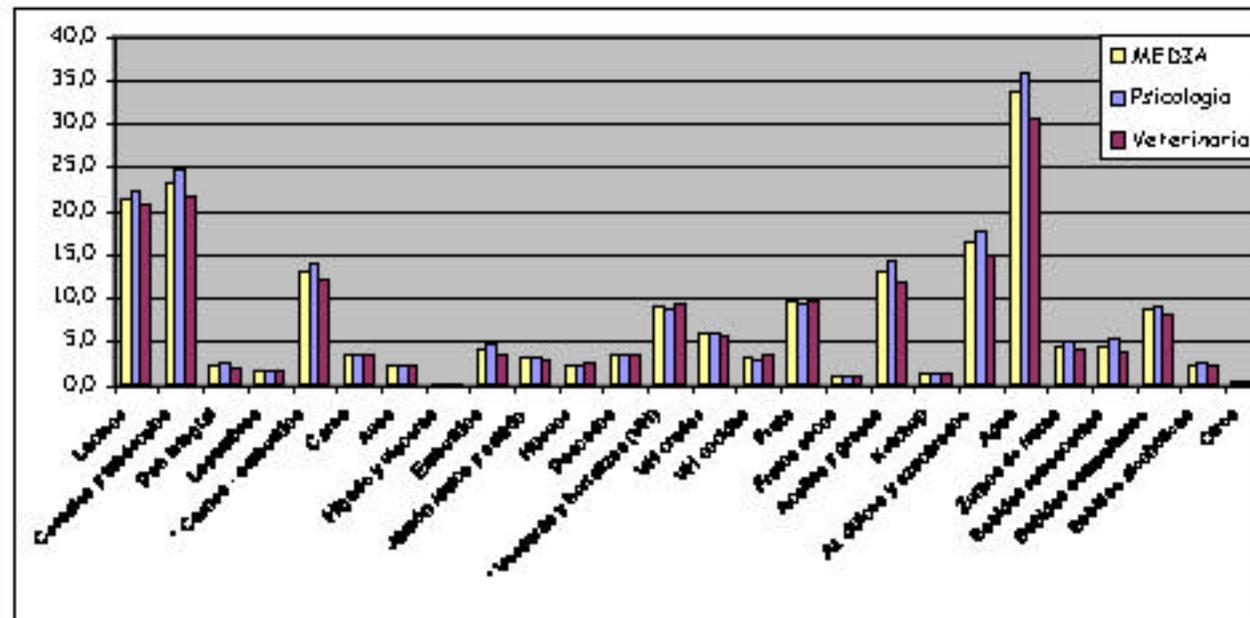
Destaca la diferencia significativa ($p < 0,001$) encontrada entre sexos de consumo de bebidas estimulantes. Con un mayor consumo de café y de té en las chicas con 9 raciones/semana en comparación con las 7,5 que consumen los chicos.

- k. **Bebidas alcohólicas:** El consumo medio que encontramos en los estudiantes de Psicología y de Veterinaria, es de 2,5 raciones/semana. Este consumo estaría por debajo del considerado "consumo moderado".

Destaca la diferencia significativa ($p < 0,001$) encontrada en el consumo de bebidas alcohólicas entre sexos. Con un mayor consumo de estas bebidas en los chicos, con 4 raciones/semana en comparación con las 2 que consumen de media las chicas.

En las figuras 6 y 7 se representa la frecuencia semanal de consumo de alimentos (raciones /semana). En la figura 6 este consumo distribuido por sexo y en la figura 7 distribuido por facultades.

Figura 7: Frecuencia de consumo semanal de alimentos (raciones /semana) por facultades



* carne - embutidos: carne aves, vísceras embutidos y jamón * verduras y hortalizas (VH) - VH crudas y VH cocidas

5.3.1. Tipología de los encuestados en función de la frecuencia de consumo de alimentos a nivel cualitativo.

Al clasificar a los encuestados en función de la frecuencia de consumo de alimentos a nivel cualitativo (nunca, diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente) se han obtenido 9 clusters o grupos de estudiantes.

- En la descripción de cada cluster o grupo se desarrollan los siguientes apartados:
 - a) La frecuencia de consumo de alimentos que define el grupo, recogido en una tabla.
 - b) Las características significativas, encontradas para el grupo, recogidas en una tabla.
 - c) Descripción inducida del grupo.
 - d) Definición del grupo.
- Después de la exposición de los grupos en la tabla 53, en la figura 8 se recoge el porcentaje de estudiantes distribuidos por facultad y por sexo que pertenecen a cada grupo.
- Al final de este capítulo se expone el organigrama resumen de los 9 grupos con la clasificación esquemática de la tipología de los estudiantes de Psicología y de Veterinaria en función del patrón de consumo de alimentos a nivel cualitativo (figura 9).

Grupo 1/9. Formado por 117 individuos que representan el 11% de los encuestados aproximadamente.

- a) El grupo 1/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 35:

Tabla 35: Consumo alimentario con significación del grupo 1/9

Modalidad (Mod) o Característica		n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
NUNCA	DIARIO				
Lácteos	Leche entera	379	19,3	62,4	35,7
	Flanes, cremas, etc.	249	30,5	65	23,5
	Yogures y similares	42	35,7	12,8	3,95
	Queso	74	25,7	16,2	6,97
	Leche desnatada	343	16,9	49,6	32,3
Cereales	Prod. Pastelería	98	61,2	51,3	9,23
	Pan blanco	63	54	29,1	5,93
	Galletas	118	36,4	36,8	11,1
	Pan integral	182	23,6	36,8	17,1
Legumbres					
Carnes	Embutidos	75	34,7	22,2	7,06
	Cerdo	125	27,2	29,1	11,8
	Ternera, buey...	72	23,6	14,5	6,78
	Carne de caza	677	13,9	80,3	63,8
	Jamón cocido/salado	142	19	23,1	13,4
Pescados	Pulpos, calamares, etc.	87	25,3	18,8	8,19
Huevos					
Vegetales	Lechugas/ensaladas	491	16,5	69,2	46,2
	Verduras cocidas	159	18,9	25,6	15
Frutas	Zumos de fruta	97	40,2	33,3	9,13
Aceites	Mantequilla	409	21,5	75,2	38,5
	Manteca	882	12,8	96,6	83,1
	Aceite de semillas	565	13,5	65	53,2
	Fruta seca	221	25,3	47,9	20,8
	Aceite de oliva	845	12,4	89,7	79,6
Condimentos	Ketchup y mostaza	374	21,9	70,1	35,2
Azúcares	Chocolate	143	41,3	50,4	13,5
	Mermeladas/f. Almíbar	349	24,9	74,4	32,9
	Golosinas	208	30,3	53,9	19,6
	Miel	453	17,2	66,7	42,7
	Azúcar	91	44	34,2	8,57
Líquidos	Bebidas refresc s/gas	375	20	64,1	35,3
	Bebidas refresc c/gas	181	26,5	41	17
	Agua embotellada c/gas	858	12,5	91,5	80,8
	Agua embotellada s/gas	221	16,7	31,6	20,8
Infusiones	Té	705	13,5	81,2	66,4
Alcohol	Vino de mesa, cava, etc.	440	16,8	63,3	41,4
	Licores y combinados	301	16,3	41,9	28,3

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 36:

Tabla 36: Características significativas del grupo 1/9				
Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤ Están siguiendo dieta	120	22.50	23.08	11.30
➤ Han seguido una dieta en los últimos meses	214	22.43	41.03	20.15
➤ Han intentado reducir peso, Motivado por exceso de peso, Prescrita por el médico o por un familiar	639	13.30	72.65	60.17
	145	22.07	27.35	13.65
	62	27.42	14.53	5.84
	32	34.38	9.4	3.01
➤ Cuando llevan fiambarrera siempre llevan ensaladas	47	25.53	10.26	4.43
➤ Se preparan ellos la comida que se llevan de casa	441	14.06	52.99	41.53
➤ Consideran perjudicial el consumo de azúcar	154	20.13	26.5	14.5
➤ Les preocupa los efectos del exceso de peso sobre la salud	308	15.26	40.17	29.0
➤ Ocupación del padre: profesional liberal (relación inversa)	75	2.67	1.71	7.06

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
 Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
 Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
 Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

c) Descripción inducida de este grupo:

Grupo de estudiantes preocupados por la salud y por el exceso de peso.

Como consecuencia de esta preocupación, siguen una dieta hipocalórica: No consumen azúcares sencillos ni alimentos que lo contienen y consideran el consumo de este alimento perjudicial para la salud.

Tampoco consumen embutidos grasos y poca carne y prefieren la leche desnatada, el aceite de oliva y el pan integral.

Aunque encontramos, en este grupo, un porcentaje de chicas (86,4%) por encima de la media (79,5%) esta no es significativa (figura 8).

d) Podemos definir este grupo como: **Estudiantes preocupados por la salud y el peso** y realizan una **dieta hipocalórica estricta**

Grupo 2/9. Formado por 174 individuos que representan el 16% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 2/9 está definida por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 37:

Modalidad (Mod) o Característica				Gru/mod	Mod/Gru	Global	
	NUNCA	DIARIO	SEMANTAL	n	%	%	%
Lácteos	Miel			174	27,8	72,4	42,7
	Flanes, cremas, etc.			249	23,7	33,9	23,5
			Leche desnatada	53	27,8	14,4	8,47
			Queso	566	20,9	67,8	53,3
			Yogures y similares	478	21,1	58,1	45
			Leche entera	121	24,8	17,2	11,4
Cereales	Pan integral			486	24,9	69,5	45,8
		Pan blanco		702	18,4	74,1	66,1
			Prod. Pastelería	563	21	67,8	53
			Patatas	900	18,1	93,7	84,8
			Galletas	496	20,2	57,5	46,7
Legumbres							
Carnes	Hígado y vísceras			715	20,14	82,76	67,33
	Carne de caza			677	19,4	75,3	63,8
			Carne de cerdo	712	19,8	81	67
			Jamón cocido/salado	772	18,9	83,9	72,7
			Aves	249	17,8	94,3	86,6
			Embutidos	581	19,5	69,9	54,7
			Ternera, buey, etc.	790	18,1	82,2	74,4
Pescados							
Huevos							
Vegetales	Verduras cocidas			84	38,1	18,4	7,91
	Lechugas y ensaladas			46	37	9,77	4,33
			Lechuga y ensaladas	467	25,7	69	44
Frutas	Fruta seca			221	25,8	32,8	20,8
			Fruta	304	26,32	45,98	28,63
			Zumos de fruta	411	21,9	51,7	38,7
Aceites	Mantequilla			409	20,	47,1	38,5
			Aceite de oliva	179	33,5	34,5	16,9
			Aceite de semillas	205	22,9	27	19,3
Condimentos							
Azúcares	Mermelada/f. Almíbar			349	28,9	58,1	32,9
			Golosinas	411	21,2	50	38,7
			Chocolate	485	22,7	63,2	45,7
			Azúcar	199	27,6	31,6	18,7

Tabla 37 (cont.): Características del consumo alimentario del grupo 2/9

Modalidad (Mod) o Característica				n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	NUNCA	DIARIO	SEMANTAL				
Líquidos	Agua embot. c/gas			858	18,7	92	80,8

	Beb. refrescantes s/gas		375	25,1	54	35,3
	Beb. refrescantes c/gas		181	22,7	23,6	17
		Agua del grifo	53	32,1	9,77	4,99
Infusiones	Té			22,	92	66,4
	Café		228	24,6	32,2	21,5
		Café	170	23,5	23	16
Alcohol	Vino, cava, etc.		440	25,9	65,5	41,4
	Cerveza, sidra, etc.		499	23,9	68,4	47
	Licores y combinados		301	24,6	42,5	28,3

b) Las características significativas de este grupo se están descritas en la tabla 38:

Tabla 38: Características significativas del grupo 2/9

Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤ Afirman no estar siguiendo una dieta en los últimos meses	844	18,25	88,51	79,47
➤ Consideran que el tiempo que le dedican a comer es suficiente	673	18,57	71,84	63,37
➤ Consideran el consumo de vino saludable (relación inversa)	387	11,37	25,29	36,44

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
 Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
 Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
 Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

c) Descripción inducida de este grupo:

Este grupo de estudiantes se caracteriza por coincidir en no consumir nunca una serie de alimentos que o bien no son muy habituales como la miel, la carne de caza y el hígado, ni importantes en la dieta como las bebidas refrescantes, las bebidas alcohólicas y las mermeladas o bien no suelen gustar como las verduras cocidas, la lechuga y ensalada y la fruta (consumo bajo "semanal").

Por otro lado, y a diferencia del grupo anterior (1/9), consumen con una frecuencia semanal, alimentos que contienen azúcar.

La distribución de estudiantes de este grupo por facultades y por sexos es muy similar al de los estudiantes encuestados.

Los grupos 1/9 y 2/9 coinciden en no consumir bebidas alcohólicas y en no consumir nunca una serie de determinados alimentos. El grupo 1/9 no consume alimentos relacionados con el contenido energético y el grupo 2/9 no consumen

alimentos relacionados con el gusto y preferencias de los jóvenes; como son las verduras y las ensaladas.

d) Este grupo lo podemos definir como aquellos estudiantes que: Estudiantes que **son restrictivos en el consumo de algunos alimentos** por cuestión de gustos o preferencias aunque **no realizan dieta**.

Grupo 3/9. Formado por 18 individuos que representa el 2% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 3/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 39:

Tabla 39: Consumo alimentario con significación del grupo 3/9						
Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	NUNCA	DIARIO				
Lácteos		Flanes y cremas	46	10,9	27,8	4,33
Cereales		Pasta	35	20	38,9	3,3
		Patatas	52	15,4	44,4	4,9
Legumbres	Legumbres		26	15,4	22,2	2,45
		Legumbres	25	12	16,7	2,35
Carnes		Ternera, buey, etc.	28	39,3	61,1	2,64
		Aves	29	27,6	44,4	2,73
		Jamón cocido y curado	142	6,34	50	13,4
Pescados						
Huevos		Huevos	30	30	50	2,82
Vegetales						
Frutas						
Aceites						
Condimentos		Ketchup, mostaza, etc.	33	15,2	27,8	3,11
Azúcares						
Líquidos						
Infusiones						

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 40:

Tabla 40: Características significativas del grupo 3/9				
Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %

➤ Opinan que el consumo de aceite de oliva incide en el exceso de colesterol en sangre	181	4.42	44.44	17.04
➤ Consumo medio de alcohol de 9,5 raciones / semana, por encima de la media (5,28 raciones /semana de media)				
➤ Talla por encima de la media 172,44 cm (167,52 cm de media)				
n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).				
Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados				
Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)				
Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo				

c) Descripción inducida de este grupo:

Grupo muy reducido de estudiantes que coinciden básicamente en el consumo diario de alimentos proteicos como son las carnes, los huevos, el pollo y los embutidos así como los flanes y cremas; Alimentos energéticos como la pasta y las patatas y condimentos como el ketchup y la mostaza.

En este grupo encontramos diferencia significativa ($p < 0,001$) en el porcentaje de chicos que pertenecen a este grupo (44,4%) con respecto al porcentaje (20,5%) de los chicos encuestados.

d) Podemos definir la dieta de los estudiantes de este grupo como: Estudiantes que realizan una **dieta hipercalórica, hiperproteica y que consumen alcohol.**

Grupo 4/9. Formada por 201 individuos que representa el 19% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 4/9 está definida por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 41:

Modalidad (Mod) o Característica				n	Gru/ %
	NUNCA	DIARIO	SEMANAL		
Lácteos	Leche desnatada			555	25
			Leche entera	495	27
			Flanes y cremas	46	56

Resultados y discusión

		Yogures y similares		470	24
		Queso		372	26
			Flanes, cremas, etc.	395	27
Cereales	Pan integral			486	24
		Pan blanco		702	24
		Prod. Pastelería		199	44
		Patatas		52	38
Legumbres					
Carnes	Hígado/vísceras			715	21
		Embutidos		299	33
		Jamón		142	33
			Aves	920	20
			Cerdo	712	21
Pescados			Pescado azul	631	22
			Pescado blanco	678	22
			Pulpos, calamares...	367	28
Huevos			Huevos	937	20
Vegetales		Lechuga y ensalada		491	24
Frutas		Fruta		678	22
		Zumo de fruta		384	28
			Fruta seca	321	27
Aceites	Aceite semillas			565	20
		Aceite de semillas		177	20
		Aceite de oliva		845	22
		Mantequilla		74	41
Condiment		Ketchup/mostaza..		33	39
			Ketchup/mostaza	382	24
Azúcares		Azúcar		726	25
		Galletas		277	31
		Chocolate		158	39
		Golosinas		136	40
		Mermelada/almíbar		73	39
		Miel		73	31
			Golosinas	411	22
			Mermelada/almíbar	231	25
Líquidos	Agua del grifo			324	25
		Agua embot. S/gas		563	25
		Beb. Refresc c/gas		147	38
		Beb. Refresc s/gas		74	40
Infusiones	Té			705	2

Tabla 41 (cont.): Características del consumo alimentario del grupo 4/9

	Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod %
	NUNCA	DIARIO	SEMANAL		
		Café		588	22,3
Alcohol			licores/combinados	389	23,4

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 42:

Tabla 42: Características significativas del grupo 4/9

Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤ No han seguido una dieta en los últimos meses	844	21.45	90.05	79.47
➤ No han intentado reducir el peso	369	23.85	43.78	34.75
➤ Durante el curso conviven en el domicilio familiar	757	21.80	82.09	71.28
➤ IMC<20	343	25.36	43.28	32.30
➤ Consideran el consumo de mantequilla saludable	96	33.33	15.92	9.04
➤ No consideran encontrarse con exceso de peso	707	21.64	76.12	66.57
➤ No les preocupa el efecto del exceso de peso sobre la salud	187	26.20	24.38	17.61
➤ Opinan que los embutidos no inciden sobre el exceso de colesterol	48	35.42	8.46	4.52
➤ Les gustaría ganar entre 0 y 5 Kg. de peso	96	29.17	13.93	9.04
➤ No estarían de acuerdo en limitar fumar	313	23.96	37.31	29.47
➤ Acostumbran a desayunar en la universidad	243	24.69	29.85	22.88
➤ Si llevan fiambra nunca llevan pasta	51	33.33	8.46	4.8

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
 Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
 Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
 Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

c) Descripción inducida de este grupo:

Podemos decir que son un grupo de estudiantes con una dieta tradicional normal. Acostumbran a consumir diariamente alimentos que se recomienda el consumo diario en una dieta equilibrada y semanalmente los que se recomiendan con dicha frecuencia.

Es lógico encontrar este consumo entre quienes no están preocupados por el peso o la dieta o los que más bien desean ganar algo de peso.

También destaca que un porcentaje significativo de los estudiantes que pertenecen a este grupo viven habitualmente en el domicilio familiar.

La distribución por facultad y sexo de los estudiantes de este grupo es similar al de los encuestados. Destaca un porcentaje de chicas de Psicología de 51,2% superior a la media 44,3% aunque sin significación estadística (figura 8).

d) Podemos definir la dieta de los estudiantes de este grupo como: Estudiantes que realizan una **dieta equilibrada**.

Grupo 5/9. Formado por 149 individuos que representa el 14% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 5/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 43:

Tabla 43: Consumo alimentario con significación del grupo 5/9							
Modalidad (Mod) o Característica				n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL				
Lácteos			Leche entera (nunca)	379	23,8	60,4	35,7
			Leche desnatada	343	30,9	71,1	32,3
			Yogures y similares	470	18,3	57,7	44,3
			Leche entera	37	29,7	7,38	3,48
			Flanes y cremas	317	19,2	40,9	29,9
Cereales	Pan integral			182	24,7	30,2	17,1
		Pan blanco		251	31,5	53	23,6
			Pasta	42	54,8	15,4	3,95
		Pan integral		204	24	32,9	19,2
			Galletas	496	16,9	56,4	46,7
			Prod. Pastelería	179	27,4	32,9	16,9
			Pan blanco	26	34,6	6,04	2,45
			Patatas	85	44,7	25,5	8
			Arroz	90	41,1	24,8	8,47
			Legumbres	184	27,7	34,2	17,3
Carnes			Ternera, buey	162	24,1	26,2	15,3
			Cerdo	178	37,6	45	16,8
			Aves	69	29	13,4	6,5
			Jamón	89	33,7	20,1	8,38
			Embutidos	96	32,3	20,8	9,04
Pescado			Pulpo/calamar..	546	17,8	65,1	51,4
Vegetales	Verduras cocidas			159	28,9	30,9	15
	Lechuga y ensaladas			491	22,6	74,5	46,2
Frutas	Fruta			678	18,6	84,6	63,8
	Zumos de fruta			384	18,2	47	36,2
Aceites			Manteca (nunca)	882	15,8	93,3	83,1
			Frutos secos	411	19,7	54,4	38,7
Condimento			Ketchup... (nunca)	374	18,7	47	35,2
			Ketchup, mostazas,...	215	22,3	32,2	20,2
Azúcares	Mermelada/almíbar			73	24,7	12,1	6,87
			Golosinas	265	21,1	37,6	25
			Chocolate	250	22,8	38,3	23,5
Infusiones	Café			588	16,8	66,4	55,4
	Té			60	28,3	11,4	5,65
Alcohol							

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 44:

Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤ Ser chicas	844	16.59	93.96	79.47
➤ Siguen dieta	120	30.83	24.83	11.30
➤ Han seguido algún tipo de dieta en los últimos meses	214	27.57	39.60	20.15
Principalmente por exceso de peso	145	26.21	25.50	13.65
y prescrito esta por el médico	62	3.48	14.77	5.84
➤ Han intentado reducir peso	639	18.47	79.19	60.17
➤ Se consideran con exceso de peso	205	20.98	28.86	19.30
➤ Les gustaría perder entre 5 y 10 kg. de peso	119	25.21	20.13	11.21
➤ Les preocupa el efecto del exceso de peso sobre la salud	308	20.45	42.28	29.00
➤ Cuando comen en el bar de la facultad acostumbran a comer un plato de menú	82	25.61	14.09	7.72
➤ Cuando llevan fiambra a veces llevan carne	191	22.51	28.86	17.98
y pasta o arroz	185	20.00	24.83	17.42
➤ con frecuencia verduras y lácteos	197	22.34	29.53	18.55
Lechuga y ensaladas	98	25.51	16.78	9.23
➤ siempre fruta, lechuga y ensaladas	212	19.81	28.19	19.96
	190	21.58	27.52	17.89
	47	27.66	8.72	4.43
➤ Conocen la influencia de los prod. Pastelería en el exceso de colesterol	894	15.32	91.95	84.18
➤ Consumo de alcohol: 4,10 raciones/semana, por debajo de la media semanal (5,28 raciones /semana).				
➤ Talla: 165,4 cm, por debajo de la media (1,67 cm)				
n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).				
Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados				
Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)				
Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica que pertenecen a este grupo				

c) Descripción inducida de este grupo:

Este grupo de estudiantes se caracteriza por consumir diariamente alimentos de bajo contenido calórico como es la leche desnatada, ensalada y lechuga, fruta, verdura cocida y pan integral. Consumen con una frecuencia mensual alimentos importantes pero algo más calóricos como son la carne, el jamón, los cereales y tubérculos.

Los datos encontrados y relacionados entre sí son coherentes. Corresponden a chicas preocupadas por el peso y que intentan o han intentado reducir peso.

Los alimentos que llevan en la fiambra coinciden con los que afirman consumir diariamente: Ensaladas y frutas, algo menos los productos lácteos y con menor frecuencia la carne y la pasta o arroz, estos últimos más calóricos.

Hay que considerar que, en estas edades, y más cuando no hay sobrepeso no es necesario realizar dieta de perfil hipocalórico.

d) Podemos definir la dieta de este grupo de estudiantes como: **Estudiantes que realizan una dieta de “Moda saludable”**

Grupo 6/9. Formado por 38 individuos que representa el 4% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 6/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 45:

Tabla 45: Consumo alimentario con significación del grupo 6/9							
	Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL				
Lácteos		Yogures y similares		64	12,5	21,1	6,03
			Flanes y cremas	40	22,5	23,7	3,77
Cereales							
Legumbres							
Carnes	Aves			920	4,13	100	86,6
			Carne de caza	137	10,2	36,8	1,9
			Hígado y vísceras	77	13	26,3	7,25
Pescados							
Huevos							
Vegetales							
Frutas		Zumos de fruta		171	9,27	36,8	14,2
			Fruta seca	57	19,3	29	5,37
Aceites			Aceite de semillas	24	62,5	39,5	2,26
			Mantequilla	25	52	34,2	2,35
			Manteca	40	37,5	39,5	3,77
Condimentos			Ketchup / mostaza..	50	28	36,8	4,71
Azúcares			Miel	83	20,5	44,7	7,82
			Mermelada/almíbar	90	18,9	44,7	8,47
			Golosinas	32	34,4	29	3,01
Líquidos		Agua del grifo		22	22,7	13,2	2,07
		Beb. Refrescante sin gas		189	7,41	36,8	17,8
		Beb. Refrescante con gas		148	8,11	31,6	13,9
			Agua embot. C/gas	42	31	34,2	3,95
Infusiones			Té	34	35,3	31,6	3,2
Alcohol			Licores y combinados	54	29,6	52,1	5,08
			Vino, cava, etc.	87	21,8	50	8,19
			Cerveza, sidra, etc.	37	46	44,7	3,48

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 46:

Tabla 46: Características significativas del grupo 6/9				
Modalidad (Mod) o características	n	Gru/mo d %	Mod/Gr u %	Global %
➤ Consideran el consumo de huevos saludables	448	5.8	68.42	42.18
➤ Estudios del padre: estudios superiores	244	6.97	44.74	22.98
➤ No fuman	629	4.93	82.58	59.23
➤ Consumo de alcohol, 2,45 raciones /semana, por debajo de la media semanal (5,28 raciones /semana)				
n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).				
Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados				
Mod/Gr: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)				
Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo				

c) Descripción inducida de este grupo:

Los estudiantes de este grupo coinciden en el consumo anual de una serie de alimentos no básicos. Aunque sea alguna vez al año afirman consumir todo tipo de alimentos.

Hay que destacar que en este grupo es significativo el hábito saludable de no fumar y un consumo bajo de alcohol.

La distribución por facultad y sexo de los estudiantes que pertenecen a este grupo es similar a la media de los encuestados.

d) Podemos definir la dieta de este grupo como: Estudiantes que **comen de todo** aunque sea por "educación", **no fuman** y **el consumo de alcohol es moderado**.

Grupo 7/9. Formado por 158 individuos que representa el 15% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 7/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 47:

Tabla 47: Consumo alimentario con significación del grupo 7/9							
	Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod	Mod/Gru	Global
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		%	%	%
Lácteos	Leche entera (diario)			495	18,99	59,49	46,61
		Leche entera		37	32,43	7,59	3,48
		Leche desnatada		90	30	17,09	8,47
		Flanes y cremas		395	23,8	59,49	37,19
Cereales			Pan integral	46	39,13	11,39	4,33
		Arroz		941	16,37	97,47	88,61
		Patatas		900	16,67	94,94	84,75
		Prod. Pastelería		563	22,02	78,48	53,01
		Galletas		496	22,18	69,62	46,7
Legumbres	Legumbres			813	16,97	87,34	76,55
Carnes	Embutidos			581	19,97	73,42	54,71
	Jamón			772	18,13	88,61	72,69
	Ternera y buey			790	17,72	88,61	74,39
	Hígado y vísceras			65	40	16,46	60,12
	Cerdo			712	18,54	83,54	67,04
		Hígado/víscera		191	23,04	27,85	17,98
		carne caza		137	24,82	21,52	12,9
Pescados	Pescado azul			631	17,75	70,89	59,42
	Pulpo/calamar...			367	19,62	45,57	34,56
Huevos	Huevos			937	16,12	95,57	88,23
Vegetales	Lechuga y ensaladas			467	21,2	62,66	43,97
	Verduras cocidas			718	18,38	83,54	67,61
Frutas	Zumos de fruta			411	19,95	51,9	38,7
Aceites	Frutos secos			321	25,23	51,27	30,23
	Aceite de semilla			205	29,27	37,97	19,3
	Aceite de oliva			179	21,79	24,68	16,85
	Mantequilla			346	25,14	55,06	32,58
Condimento	Ketchup/ mostaza			382	22,77	55,06	35,97
Azúcares	Mermelada			231	34,63	50,63	21,75
	Miel			156	25,64	25,32	14,69
	Golosinas			411	18,49	48,1	38,7
		Miel		286	20,98	37,97	26,93
Líquidos	Beb. refresc. s/gas			396	27,53	68,99	37,29
	Beb. refresc. c/gas			562	20,28	72,15	52,92
	Agua embot. s/gas			163	24,54	25,32	15,35

	Agua embot. c/gas			45	46,67	13,29	4,24
Tabla 47 (cont.): Características del consumo alimentario del grupo 7/9							
	Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL				
	Agua del grifo			53	37,74	12,66	4,99
Infusiones		Agua embotellada c/gas		77	27,27	13,29	7,25
	Café			170	25,88	27,85	16,01
	Té (diario)			60	28,33	10,76	5,65
	Té			126	40,48	32,28	11,86
Alcohol	Vino, cava, etc.			239	33,47	50,63	22,5
	Cerveza, sidra, etc.			332	27,41	57,59	31,26
	Licores y combinados			389	21,59	53,16	36,63

b) Las características significativas de este grupo están recogidas en la tabla 48:

Tabla 48: Características significativas del grupo 7/9					
	Modalidad (Mod) o característica	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤	Son chicos	218	24.77	34.18	20.53
➤	Consideran el consumo de vino saludable	387	19.90	48.73	36.44
➤	Consideran que están en un peso correcto	208	22.60	29.75	19.59
➤	Talla: 170,44 cm de media, superior a la media (167,52 cm).				
➤	Peso: 62,82 kg. de media, superior a la media (59,61 kg.)				
➤	Les gustaría pesar: 60,63 kg. de media, superior a la media (57,49 kg.)				
➤	Consumo de alcohol: 6,51 raciones /semana de media, superior a la media (5,28 raciones/semana)				
➤	Tiempo dedicado a comer: 32,52 minutos de media, este tiempo superior a la media (30,15 minutos)				
n:	nº de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).				
Global:	Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados				
Mod/Gru:	Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)				
Gru/Mod:	Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo				

c) Descripción inducida de este grupo:

Este grupo de estudiantes se caracteriza por comer de todo y sin problemas, la mayoría de los alimentos (con significación) con una frecuencia semanal aunque

esta es una frecuencia baja para algunos de los alimentos básicos, como son los vegetales,

Destaca el consumo de alcohol por encima de la media.

Son lógicas las opiniones y afirmaciones encontradas en este grupo: consideran saludable el consumo de alcohol y este está por encima de la media. Consideran que están en un peso correcto y no se preocupan de la dieta. Hay un elevado porcentaje de chicos y estos suelen tener un menor consumo de vegetales y un mayor consumo de bebidas alcohólicas.

En la distribución por facultad y por sexo de los estudiantes que pertenecen a este grupo encontramos diferencias significativas; un 34,2% de chicos, este por encima de la media de los encuestados (20,5%) (figura 8).

d) Podemos definir la dieta de este grupo como. Estudiantes que **comen de todo con baja ingesta de vegetales y consumo de alcohol por encima de la media.**

Grupo 8/9. Formado por 164 individuos - representa el 15% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 8/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 49:

Tabla 49: Consumo alimentario con significación del grupo 8/9							
Modalidad (Mod) o Característica				n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	DIARIO	MENSUAL	ANUAL				
Lácteos		Leche desnatada (nunca)		555	20,2	68,3	52,3
	Leche entera			495	20,2	61	46,6
		Yogures y similares		64	31,3	12,2	6,03
		Flanes y cremas		317	26,2	50,6	29,9
		Queso		42	45,2	11,6	3,95
Cereales	Pan blanco			702	17,5	75	66,1
		Galletas		155	40,7	38,4	14,6
		Pan integral		132	32,6	26,2	12,4
		Prod. Pastelería		179	28,5	31,1	16,9
Legumbres							
Carnes	Cerdo (semanal)			712	18,1	78,7	67
		Embutidos		96	25	14,6	9,04
		Ternera/buey...		162	22,2	22	15,3
		Aves		69	30,4	12,8	6,5
		Hígado/vísceras		191	23,6	27,4	18
		Jamón		89	29,2	15,9	8,38
Pescados		Pescado blanco		277	29,60	50	26,08
		Pescado azul		311	27	51,2	29,3
			Pulpo/calamar ...	50	36	11	4,71
			Pulpo/calamar ...	546	21,4	71,4	51,4
Huevos							
Vegetales		Verduras cocidas		88	40,9	22	8,29
		Lechuga y ensaladas		50	64	19,5	4,71
Fruta	Fruta (semanal)			304	20,7	38,4	28,6
		Fruta		50	32	9,76	4,71
		Fruta seca		411	24,1	60,4	38,7
			Fruta seca	57	38,6	13,4	5,37
		Zumos de fruta		151	33,1	30,5	14,2
		Mantequilla		200	30,5	37,2	18,8
Aceites		Aceite de semillas		74	32,4	14,6	6,97
		Ketchup y mostaza		215	21,9	28,7	20,2
Condimento			ketchup/mostaza	50	30	9,15	4,71
		Chocolate		250	30	45,7	23,5
Azúcares		Mermelada/almíbar		312	27,6	52,4	29,4
		Golosinas		265	28,7	46,3	25
			Miel	83	39,8	20,1	7,82

Tabla 49 (cont.): Características del consumo alimentario del grupo 8/9

Modalidad (Mod) o Característica			n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	DIARIO	MENSUAL				
		Miel	286	23,4	40,9	26,9
		Azúcar	31	41,9	7,93	2,92
		Bebida refresc. s/gas	189	35,5	40,9	17,8
Líquidos		Bebida refresc. c/gas	148	31,8	28,7	13,9
		Agua embot. s/gas	81	29,6	14,6	7,63
Infusiones		Té	127	26	20,1	12
		Cerveza, sidra..	174	31	32,9	16,4
Alcohol		Vino, cava...	264	26,9	43,3	24,9
		Licores/combinados	294	23,5	42,1	27,7

(relación inversa a diario: lechuga y ensaladas, verdura, fruta y zumos fruta)

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 50:

Tabla 50: Características significativas del grupo 8/9

Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gr u %	Global %
➤ No han seguido una dieta en los últimos meses	844	17.30	89.02	8.38
➤ No realizan ninguna actividad física	136	23.53	19.51	12.81

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
 Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
 Mod/Gr: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
 Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

c) Descripción inducida de este grupo:

Comen un poco de todo. Excepto de pan y leche con un consumo diario y carne de cerdo con una frecuencia semanal que podemos considerar como correctos desde el punto de vista nutricional. Cabe pensar que el consumo del resto de los alimentos básicos como: los vegetales (verduras y ensaladas), la fruta y el pescado, es bajo.

En la distribución por facultad y sexo de los estudiantes que pertenecen a este grupo encontramos un porcentaje de chicos por encima de la media de los chicos encuestados, aunque sin diferencias estadísticamente significativas. (tabla 53 y figura 8)

d) Podemos definir la dieta de este grupo como: Estudiantes que **comen un poco de todo aunque siguen sus gustos y preferencias.**

Grupo 9/9. Formado por 43 individuos que representa el 4% de los encuestados aproximadamente.

a) El grupo 9/9 está definido por el consumo de alimentos recogidos en la tabla 51:

Tabla 51: Consumo alimentario con significación del grupo 9/9						
	Modalidad (Mod) o Característica		n	Gru/mod %	Mod/Gru %	Global %
	NUNCA	DIARIO				
lácteos	Flanes y cremas		249	9,24	53,5	23,5
	Leche entera		379	6,33	55,8	35,7
cereales	Galletas		118	11	30,2	11,1
	Pan blanco		63	12,7	18,6	5,93
	Productos de pastelería		98	10,2	23,3	9,23
legumbres						
carnes	Jamón		51	66,7	79,1	4,8
	Aves		35	74,3	60,5	3,3
	Embutidos		75	44	76,7	7,06
	Ternera y buey		72	41,7	69,8	6,78
	Cerdo		125	25,6	74,4	11,8
pescados	Pescado blanco		69	27,5	44,2	6,5
	Pescado azul		81	24,7	46,5	7,63
	Pulpo, calamares, etc.		87	20,7	41,9	8,19
	Hígado y vísceras		715	5,87	97,7	67,3
	Carne de caza		677	5,91	93	63,8
huevos						
vegetales		Verduras cocidas	159	8,81	32,6	15
frutas						
aceites	Mantequilla		409	6,6	62,8	38,5
	Manteca		882	4,76	97,7	83,1
condimentos	Ketchup, mostazas, etc.		374	6,42	55,8	35,2
azúcares	Chocolate		143	9,79	32,6	13,5
líquidos						
infusiones						
alcohol						

b) Las características significativas de este grupo están descritas en la tabla 52:

Tabla 52: Características significativas del grupo 9/9				
Modalidad (Mod) o características	n	Gru/Mod %	Mod/Gru %	Global %
➤ Acostumbran a comer en al universidad	409	7.09	67.44	38.51
➤ Cuando llevan fiambarrera siempre lácteos y con frecuencia verduras	40 197	17.50 8.12	16.28 37.21	3.77 18.55
➤ Consideran perjudicial la ternera y el pescado blanco para la salud	71 25	12.68 20.00	20.93 11.63	6.69 2.35
➤ No desayunan	60	7.06	41.86	24.01
➤ Convivencia habitual: otros domicilios	93	9.68	20.93	8.76

n: n° de individuos con esta característica (Mod) en el total de encuestados (1062).
 Global: Porcentaje de individuos que tienen esta característica en el total de encuestados
 Mod/Gru: Porcentaje de individuos del grupo con esta característica (Mod)
 Gru/Mod: Porcentaje de individuos que tienen esta característica y que pertenecen a este grupo

c) Descripción inducida de este grupo:

Dieta de tipo vegetariano. Radicales en evitar el consumo de carne y de pescado.

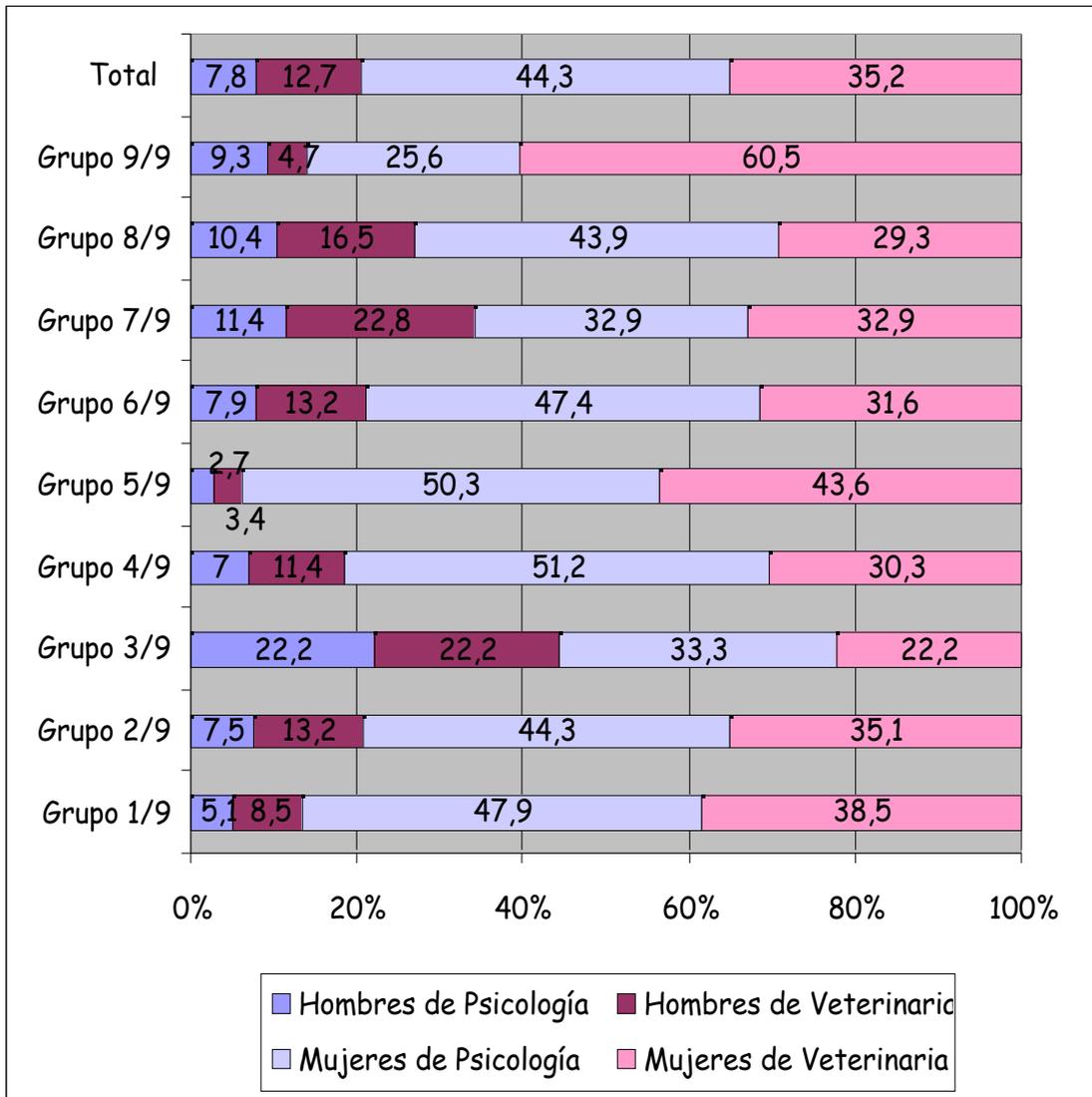
La opinión de los estudiantes que pertenecen a este grupo está en relación con el consumo de alimentos que realizan ya que consideran el consumo de carne de ternera perjudicial para la salud y no la consumen.

d) Podemos definir la dieta de este grupo como: **Estudiantes vegetarianos.**

Tabla 53: Distribución de los estudiantes por facultad y sexo en los grupos según la frecuencia de consumo de los alimentos (número de estudiantes)

	Hombres Psicología	Hombres Veterinaria	Mujeres Psicología	Mujeres Veterinaria	Total
Grupo 1	9	15	52	41	117
Grupo 2	39	39	58	39	174
Grupo 3	1	2	9	5	18
Grupo 4	5	7	101	88	201
Grupo 5	12	20	71	47	149
Grupo 6	4	9	13	13	38
Grupo 7	16	26	69	46	158
Grupo 8	15	8	42	99	164
Grupo 9	3	5	19	15	43
Perfil medio	105	131	434	393	1062

Figura 8: Distribución de los estudiantes (%) por facultad y sexo en los grupos según la frecuencia de consumo de los alimentos



En el siguiente organigrama se recoge la propuesta de la tipología de los estudiantes de Psicología y de Veterinaria según la frecuencia de consumo de alimentos a nivel cualitativo (nunca, diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente)

Figura 9: Tipología de los encuestados según la frecuencia de consumo de alimentos.

