

Licenciatura en Nutrición
Trabajo Final Integrador

Autora: María Eugenia Valerga

**LAS MUJERES SE SOMETEN A TRATAMIENTOS
ESTÉTICOS PARA ALCANZAR UN CUERPO "IDEAL",
PERO ¿TIENEN HÁBITOS SALUDABLES QUE
ACOMPañEN EL PROCESO? GBA 2022.**

2022

Tutora: Lic. Vanesa Rodríguez García

Citar como: Valerga ME. Las mujeres se someten a tratamientos estéticos para alcanzar un cuerpo "ideal", pero ¿tienen hábitos saludables que acompañen el proceso? GBA 2022.

<http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/689>



Le agradezco el presente trabajo en primera instancia a mi tutora, la Lic. Rodríguez García, Vanesa quien me acompañó en cada paso de esta investigación con consejos útiles, cómo paciencia brindando cada uno de sus conocimientos.

También quiero reconocer la dedicación como aporte brindado por director, coordinadores y cada uno de los docentes que formó parte de todos estos años de carrera transitados en la Universidad ISALUD.

A mi familia, amigos como pareja, por ser ese pilar fundamental, siendo aquellos que me acompañaron durante mis horas de estudio, sin importar cuál sería el resultado, por lo que hoy culminando mis estudios, les dedico a ustedes esta meta cumplida y les agradezco por estar ahí, acompañarme en cada paso dado y haber confiado en que podía lograrlo.

Finalmente, quiero agradecer a mis compañeras de carrera, hoy amigas y colegas Cecilia y Luana, siendo esas acompañantes de estudio como prácticas, aquellas que fueron haciendo este camino más divertido hasta la meta que hoy logró alcanzar.

INDICE

RESUMEN	4
TEMA <i>Autopercepción corporal y conocimiento de las Guías alimentarias para la población Argentinas.</i>	5
SUBTEMA <i>Autopercepción corporal y conocimiento de las Guías alimentarias para la población Argentinas de las mujeres que asisten a realizarse tratamientos corporales estéticos en GBA.</i>	
PROBLEMA	5
INTRODUCCIÓN.....	6
MARCO TEÓRICO.....	8
OBJETIVOS General Identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las GAPA por parte de las mujeres que asisten a centros de estética en GBA a realizarse tratamientos corporales durante los últimos 6 meses. Específicos	11
ENFOQUE	12
ALCANCE	12
DISEÑO	12
POBLACIÓN ACCESIBLE <i>Mujeres que se realizan tratamientos corporales en Argentina.</i>	12
CRITERIOS.....	13
Inclusión:	13
Exclusión:.....	13
Eliminación:.....	13
MUESTRA <i>Mujeres entre 30 a 50 años que se realizan tratamientos corporales en GBA.</i>	13
TIPO DE MUESTREO	13
HIPÓTESIS <i>La autopercepción corporal será de carácter negativo (insatisfacción) por sobre el positivo (satisfacción) con un bajo conocimiento de las Guías alimentarias Argentinas en las mujeres que asisten a realizarse tratamientos corporales estéticos en GBA durante los últimos 6 meses.</i>	13
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS	14
DE ESTUDIO	14
METODOLOGÍA.....	29
RESULTADOS.....	31
DISCUSIÓN	36
CONCLUSIÓN.	38
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXO	43

RESUMEN

Introducción: La autopercepción corporal es la apreciación que tienen las personas en relación a su propio cuerpo, tanto como satisfacción como insatisfacción con el mismo. En el 2018 en Argentina la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) reflejó que 6 de cada 10 adultos se encuentra con exceso de peso. Motivo por el cual se aplicaron las guías alimentarias para la población argentina (GAPA) a fin de abordar dicha problemática. **Objetivo:** Identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las GAPA por parte de las mujeres que asisten a centros de estética en GBA a realizarse tratamientos corporales durante los últimos 6 meses. **Materiales y método:** Estudio cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental, transversal. Tipo de muestra no probabilístico. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario de elaboración propia. Para el análisis de datos se utilizaron planillas con confección de tablas como gráficos a través de Excel. Las variables se representaron mediante estadística descriptiva. Para las variables cualitativas se calculó frecuencias absolutas y frecuencias porcentuales. **Resultados:** El N de la muestra se conformó de 86 mujeres que se realizaron en los últimos 6 meses tratamientos corporales en centros de estética de GBA, de las mismas un 58% con IMC dentro de la categoría normopeso, pero cabe señalar que el 59% optó por una silueta de sobrepeso, es decir, que del total de las encuestadas, el 49% se sobreestima. En cuanto a sus hábitos se identificó que se cumplen solo 5 de los 10 mensajes propuestos por las Guías alimentarias para la población argentina (GAPA). **Conclusiones:** Luego del análisis estadístico a partir de las variables y objetivos planteados, se confirmó la hipótesis planteada al comienzo de esta investigación.

Palabras claves: Autoimagen, guías alimentarias.

TEMA

Autopercepción corporal y conocimiento de las Guías alimentarias para la población Argentinas.

SUBTEMA

Autopercepción corporal y conocimiento de las Guías alimentarias para la población Argentinas de las mujeres que asisten a realizarse tratamientos corporales estéticos en GBA.

PROBLEMA

¿Cuál es la autopercepción corporal y el conocimiento de las guías alimentarias para la población Argentina de las mujeres que asisten a realizarse tratamientos corporales estéticos en GBA durante los últimos 6 meses?

INTRODUCCIÓN

La autopercepción corporal se describe como la apreciación que tienen las personas en relación a su propio cuerpo, particularmente su imagen corporal (1). Para el género femenino este concepto es un eslabón fundamental en la formación de su autoestima.(2) Este puede verse perturbado por factores extrínsecos como la cultura, la sociedad y los medios de comunicación.(1) Todos éstos como fomentadores de valores estéticos, son ideales de belleza, asociados a una delgadez, la cual las mujeres deben alcanzar para tener el éxito social , rechazando consecuente aquellos modelos con cuerpos con sobrepeso o hasta incluso saludables.(2) La presión hacia la perfección es superior en las mujeres que en los hombres. (3)

Esta autopercepción a su vez, puede verse afectada por factores de carácter intrínsecos, desde el pensamiento, como aquella valoración que se le adjudica al cuerpo en forma, tamaño como peso en contraposición con la realidad y por último un factor sentimental que cada persona otorga hacia su cuerpo, pudiendo ser el mismo de carácter positivo denominado satisfacción o negativo insatisfacción.(4)

La autopercepción de la imagen corporal se da en un período evolutivo de fragilidad, como lo es la niñez y la adolescencia.(5) Pero al llegar a la vida adulta , dicha construcción como predisposición no suele presentar cambios, principalmente en el género femenino , donde la revisión bibliográfica expresa que aproximadamente un 60% de las mujeres tanto con diagnóstico, según su índice de masa corporal normopeso ,como bajo peso anhelaban una composición corporal con menos grasa, manifestando una enorme inquietud por ser delgadas, sin embargo dichos estudios reflejan que el mayor nivel de insatisfacción con la percepción corporal la tienen aquellas personas con sobrepeso y obesidad. (6)

Según la FAO, el Índice de Masa Corporal (IMC) es un “indicador que estima la cantidad de grasa corporal de una persona. Se calcula dividiendo el peso de una persona en kilos por el cuadrado de su talla en metros. Un IMC entre 18,5 y 24,9 representa un estado nutricional normal”.(7)

Como se mencionó anteriormente éste indicador, tanto fuera de su rango superior como inferior refleja una estrecha relación con la satisfacción como insatisfacción corporal, siendo el concepto del peso, el que domina los comportamientos adoptados por la persona, con el único fin de obtener un IMC por debajo del que poseen.(8)

En relación a esto último, en Argentina la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) realizada en el 2018 reflejó que 6 de cada 10 adultos se encuentra con exceso de peso.(9) Motivo por el cual se aplicaron las guías alimentarias para la población argentina (GAPA) a fin de abordar y mejorar dicha problemática. (9)

En estos últimos años, diversos estudios en el mundo demuestran que la autopercepción corporal es multifactorial, dado que se ponen en juego las presiones sociales, del sistema capitalista, de la publicidad, de los pares y de uno mismo. A su vez, es independiente del índice de masa corporal real y de las conductas alimentarias adoptadas por la persona.

Hasta el momento según lo planteado anteriormente las investigaciones sobre la autopercepción corporal en mujeres que asisten a centros de estética, así, como el conocimiento por parte de las mismas sobre las Guías alimentarias para la población argentina (GAPA) son de carácter escasas. Por este motivo, el objetivo de este estudio será identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las GAPA por parte de las mujeres que asistieron a centros de estética en GBA, durante los últimos 6 meses a realizarse tratamientos corporales.

MARCO TEÓRICO

La satisfacción corporal se ve modificada en función del grupo etario así, como género de la persona. (1) Mientras que por su parte la insatisfacción corporal comenzó viéndose en sociedades principalmente de carácter occidental, pero a raíz de la globalización la misma se transformó en una problemática presente en todas las culturas. (10)

Como fue mencionado anteriormente el género femenino transita en la actualidad una problemática con respecto a su concepción corporal, la cual, se manifiesta en pensamientos negativos hacia ella, esto en cierto punto se vincula a los cuerpos delgados que exhiben los medios de comunicación. (11)

Un estudio realizado en 2019 en México a mujeres de entre 14 y 30 años de edad, las mismas con diversos estados civiles, como accesos tanto educativos y/o laborales, demostró que la publicidad, como mensajes verbales tuvieron un efecto indirecto sobre la insatisfacción corporal, mientras, que las situaciones sociales produjeron un efecto directo sobre el mismo concepto, observando una relación similar con la preocupación por el peso. (12)

Otro estudio, realizado previamente en España, con una muestra de 403 adolescentes femeninas, entre los 13 y 17 años de origen tanto español como Latinoamericano, principalmente de Colombia y Ecuador, buscó, en primera instancia, examinar y comparar la insatisfacción corporal en los dos grupos mencionados anteriormente (España/Latinoamérica) y como segundo objetivo analizar los factores socioculturales como el Índice de Masa Corporal (IMC) en este sentimiento negativo hacia el propio cuerpo. Los resultados obtenidos demostraron que la influencia sociocultural, como publicidad, mensajes verbales y los modelos afectan de forma directa al malestar por la imagen corporal, es decir, la insatisfacción corporal, de igual forma sucede con el IMC, en una relación proporcional.(13)

Y por su parte, un estudio realizado en 2013, en Ecuador, sobre una muestra de 30 mujeres adultas jóvenes universitarias, el mismo utilizó un formulario auto administrado con el foco de investigación en diversos rasgos físicos de carácter estéticos de aquellas mujeres como por ejemplo las celulitis o cicatrices, además del sentimiento de las mismas hacia su imagen corporal. Los resultados reflejaron que las huellas que las mismas tenían en la piel como estrías o celulitis son las que afectan en mayor medida a su percepción corporal, teniendo a su vez un sentimiento negativo hacia este último en relación al instrumento de siluetas utilizado para examinar dicho tema. (14)

Ante dicha problemática, previamente referida, el cuidado del cuerpo, se pone en auge mediante una trilogía formada por la promoción de la salud, la estética y la alimentación. (15)

La promoción de la salud es definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como "el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud".(16)

La estética se compone de una sumatoria de procedimientos tanto cosmetológicos como corporales dirigidos a la persona con el fin de transformar la apariencia física de las mismas, utilizando tanto técnicas manuales como aparatología especializada sin intervenciones quirúrgicas. (17)

La alimentación por su parte considerada saludable es tomada como un medio para obtener ese cuerpo deseado, sin embargo un cuerpo delgado y seductor no siempre es sano, como un cuerpo con exceso de peso por su parte no es una garantía de insano. (15)

A raíz de esto último en Argentina contamos con las GAPA, una guía creada y actualizada por el Ministerio de Salud de la Nación , específicamente diseñada para la población de dicho país con el fin de transmitir promoción de la salud y prevención de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) , a su vez siendo una herramienta para el abordaje de la malnutrición en sus diversas formas.(18) Es un material didáctico creado para llegar a diferentes actores sociales, por lo que él mismo está compuesto de ilustraciones, un lenguaje claro y simple, donde se encuentra ordenada la información a brindar en diez mensajes y submensajes, los

mismos transmitiendo información relevante para que la población de nuestro país pueda llevar adelante una alimentación adaptada a la diversidad cultural y tradiciones locales con un carácter saludable.(18)

Alimentación saludable se denomina aquella que nos brinda en todas las etapas de la vida los nutrientes y energía necesaria para mantenernos sanos.(19) Para obtener ese aporte alimentario adecuado se deberá tener en cuenta el consumo de los cinco grupos de alimentos, en primer lugar las verduras y frutas, siendo recomendable el consumo de cinco porciones diarias en variedad de tipos y colores, siendo éste grupo, la principal fuente de fibra, vitaminas y minerales.(18) En segundo lugar tenemos las legumbres y los cereales, en donde también se incluye la papa, el pan y las pastas, todos fuente de hidratos de carbono, en este caso el consumo óptimo es de cuatro porciones diarias.(18) En cuanto a lácteos como leche, queso y yogur se promueve el consumo de tres porciones diarias de preferencia en su versión descremada, siendo estos alimentos aportadores de calcio y proteínas. (18) Éste último macronutriente se encuentra en el cuarto grupo alimentario principalmente, el cual es carnes y huevo , siendo en este caso la porción recomendada el tamaño de la palma de la mano en cualquiera de sus variedades o un huevo una vez al día.(18) Por último, aceite, frutas secas y semillas, se establece el consumo de dos porciones al día, en preferencia el aceite en crudo para condimentar, el fin del consumo de este grupo es obtener el aporte necesario de grasas de buena calidad, como vitaminas y antioxidantes. (18)

Pero para llevar un perfil sano más allá de la alimentación, las GAPA plantean dentro sus mensajes la realización diaria de 30 minutos de actividad física, a fin de disminuir el sedentarismo, mantener el cuerpo hidratado a través del consumo de 8 vasos diarios de agua segura, es de importancia mencionar que no se debe esperar a tener sed para hidratarse.(18) A su vez, transmite dentro de los diez mensajes para la población Argentina ,evitar el consumo de sal, para ello, se recomienda no cocinar con sal ,y agregarle a las comidas luego de que las mismas, son cocidas, promulgando, a su vez, la elección de alimentos que no contengan en su rotulado un gran aporte de la misma, como embutidos por ejemplo, el objetivo de este mensaje además de reducir su consumo , es evitar la aparición de enfermedades de carácter vascular.(18) También se hace referencia a reducir el consumo de

ultraprocesados, siendo estos últimos según el sistema de clasificación alimentario de procesamientos NOVA, aquellos alimentos principalmente industriales que se conforman por más de cinco ingredientes, entre los que se suele encontrar sal, azúcar, manteca, aceites vegetales y un abanico de aditivos, además de estar expuestos a procesos industrializados.(20) En el mensaje 5 las GAPA nos plantean limitar el consumo de bebidas azucaradas como el aporte exógeno que uno puede incorporar en infusiones diariamente.(18) Como último mensaje se plasma el consumo responsable de bebidas alcohólicas, siendo como máximo para la mujer una medida, ya que un consumo excesivo genera daños para la salud, a su vez se plasma evitar su consumo en etapas como embarazo, lactancia y niñez.(18)

OBJETIVOS

General

Identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las GAPA por parte de las mujeres que asisten a centros de estética en GBA a realizarse tratamientos corporales durante los últimos 6 meses.

Específicos

- Calcular el IMC estimado de las mujeres
- Comparar el IMC estimado de las mujeres con su autopercepción corporal
- Analizar la autopercepción corporal según el tratamiento corporal se realiza
- Analizar la autopercepción corporal según rango de edad
- Evaluar la incorporación diaria de todos los grupos de alimentos mencionados en los mensajes de las GAPA
- Analizar la realización de actividad física según mensaje de las GAPA
- Evaluar el consumo de agua según el mensaje de las GAPA
- Evaluar el consumo de sal y de ultraprocesados según mensaje de las GAPA
- Evaluar el consumo de bebidas azucaradas y azúcar según mensaje de las GAPA.
- Evaluar el consumo de alcohol según mensaje de las GAPA.

ENFOQUE

El enfoque del siguiente trabajo de investigación es de carácter **cuantitativo** dado que se partió de una idea la cual se fue delimitando para llegar al tema. Una vez concretado el mismo, a través de un proceso secuencial, se revisó la literatura con el fin de establecer un marco teórico, objetivos como hipótesis. Este tipo de enfoques posee una lógica deductiva, es decir, parte de una teoría hacia casos particulares. Finalmente se realiza un análisis de datos, el cual será de carácter estadístico. (21)

ALCANCE

Este estudio presenta un alcance **descriptivo**, siendo el propósito de la investigación detallar el fenómeno planteado, puntualizando cómo se manifiesta el mismo. Es importante señalar que en este tipo de alcances las variables propuestas se examinan de manera independiente.(21)

DISEÑO

Se optó por realizar un estudio con un diseño de carácter **no experimental transversal**, donde se va a observar un fenómeno en su ámbito natural, en un momento como lugar particular, con el fin de luego poder hacer una evaluación del mismo. En este tipo de estudios las variables a estudiar no serán en ningún aspecto manipuladas de forma intencional. (21)

POBLACIÓN ACCESIBLE

Mujeres que se realizan tratamientos corporales en Argentina.

CRITERIOS

Inclusión:

Mujeres entre 30 a 50 años con una ocupación que se encontraron realizando tratamientos corporales en los últimos 6 meses, que residan en GBA.

Exclusión:

Tener diagnóstico actual o en su haber de trastorno de la conducta alimentaria (TCA)

Mujeres embarazadas

Mujeres que no tengan registro de su peso o talla

Mujeres que se encuentren realizando tratamiento depilación definitiva en el centro de estética

Mujeres que se encuentren realizando tratamiento guiado por Lic. en Nutrición.

Eliminación:

Cuestionario incompleto.

Falta de consentimiento

MUESTRA

Mujeres entre 30 a 50 años que se realizan tratamientos corporales en GBA.

TIPO DE MUESTREO

No probabilístico, por conveniencia

HIPÓTESIS

La autopercepción corporal será de carácter negativo (insatisfacción) por sobre el positivo (satisfacción) con un bajo conocimiento de las Guías alimentarias Argentinas en las mujeres que asisten a realizarse tratamientos corporales estéticos en GBA durante los últimos 6 meses.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADOS	OBTENCION DEL DATO
Edad	Tiempo que ha vivido una persona.(22)	Cuantitativa discreta	30 a 35 36 a 39 40 a 50	Cuestionario de elaboración propia
Trabajo	Acción y efecto de trabajar.(23)	Cualitativa nominal	Ocupado Desocupado	Cuestionario de elaboración propia
Hijos	Persona respecto de sus padres. (24)	Cualitativa nominal	Si No	Cuestionario de elaboración propia

DE ESTUDIO

DIMENSION	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADOS	OBTENCION DEL DATO
	Peso	Fuerza con la que la Tierra atrae a un cuerpo.(25)	Cuantitativa continua	Peso expresado en Kg	Cuestionario de elaboración propia
	Talla	Estatura o altura de las personas.(26)	Cuantitativa continua	Talla expresada en Mts	Cuestionario de elaboración propia

DIMENSION	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADOS	OBTENCION DEL DATO
Tratamientos estéticos corporales	Velaslim	Es el primer tratamiento no-invasivo que reduce la P.E.F.E (conocida vulgarmente por celulitis) ,y que modela el contorno corporal mejorando su apariencia en pocas sesiones (seis u ocho), combina 4 tecnologías: radiofrecuencia bipolar, infrarrojos, vacunoterapia y masajes de rodillos brindando resultados excepcionales sin tiempo de inactividad o molestias. Es un tratamiento innovador para reducir todo tipo de celulitis asociada con adiposidad localizada de las piernas, glúteos, abdomen, brazos, etc (27)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia

	Body Up	Ideal para reafirmar y levantar: Mamas, glúteos, abdomen, piernas, brazos y espalda, y a la vez generar una circulación sanguínea por la estimulación muscular que finaliza en un mejoramiento de la tonicidad y el aspecto de la piel. Body Up Pro es además un tratamiento que se puede realizar combinado con ondas de choque electromagnéticas.(28)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
	Lipoláser Lipomix	Es una técnica que permite realizar procedimientos para eliminación de grasa, modelación corporal y reducción de celulitis de manera no invasiva y exenta de toda operación quirúrgica.(29)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia

	Crio Radiofrecuencia	Nueva terapia que combina la temperatura de la dermis en 10 grados bajo cero (crió), e internamente hasta 50 grados (radiofrecuencia multipolar) el shock producido por esta combinación frío externo y calor interno produce un aumento de colágeno y elastina incrementando el tensado de la piel y reconstituyendo la célula de celulitis (PEFE). El efecto calentamiento (radiofrecuencia) genera una lipolisis por el aumento de la temperatura y hace transpirar la célula adiposa provocando la disminución de su tamaño, de esta manera produce el efecto reductor.(30)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
	Presoterapia	La presoterapia consiste en aplicar presiones de aire sobre diferentes partes del cuerpo para favorecer el drenaje linfático. Esta técnica promueve, además, la oxigenación de los tejidos y recupera la elasticidad cutánea facilitando la regeneración tisular.(31)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia

	Drenaje Linfático	<p>El drenaje linfático manuales una técnica de masoterapia avanzada utilizada en fisioterapia y en estética. Su finalidad es la activación manual del sistema linfático superficial con el objetivo de facilitar el drenaje del líquido intersticial y de la linfa, estancados por cualquier causa patológica, hacia territorios linfáticos sanos para su evacuación normal hacia el torrente venoso. De esta manera se evita su estancamiento o saturación por sustancias de desecho o gérmenes nocivos, además de ayudar a arrastrar los líquidos retenidos hacia el sistema circulatorio y la sangre.(32)</p>	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
--	-------------------	---	---------------------	---------	------------------------------------

	Masaje reductor	El objetivo principal del masaje reductor es reducir la acumulación de grasa en zonas específicas de nuestro cuerpo, como glúteos, abdomen, caderas, cintura o piernas. El proceso de reducción se produce porque se liberan ácidos grasos y toxinas acumuladas en la zona tratada, facilitando así su eliminación.(33)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
--	-----------------	---	---------------------	---------	------------------------------------

	Hammer	<p>El equipo Hammer cuenta con la posibilidad de trabajar terapias tanto para estética como Fisioterapia, permitiendo elegir por pantalla la opción a utilizar. Dentro de la opción Estética nos ofrece diferentes tratamientos preestablecidos, así como para Fisioterapia. Las ondas de choque son ondas acústicas con un pico de energía alto y de breve duración (5ms) de presión positiva en la que se imprime una compresión a los tejidos seguida de una fase de presión negativa de menor intensidad y mayor duración, generando un efecto de tracción sobre los tejidos. Estas ondas provocan sobre los tejidos efectos biológicos, físicos, químicos y celulares por un mecanismo de mecanotransducción con efecto en "tijera" entre las células y el tejido conectivo, es decir que las células son capaces de reconocer los estímulos mecánicos y generar respuestas biológicas. Las ondas de choque que se utilizan en estética son las radiales, generadas por impulsos electromagnéticos para tratamiento de grasa localizada.(34)</p>	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
--	--------	---	---------------------	---------	------------------------------------

	Electrodos	Tratamiento que utiliza estímulos eléctricos en los vientres musculares con fines estéticos y terapéuticos. Consiste en pares de electrodos positivos y negativos colocados de manera específica de acuerdo a cada tratamiento, donde se regula la intensidad y duración de las ondas. Ayuda a reducir la piel de naranja. Esto se debe a que reducen la rugosidad de los nódulos grasos y potencian los efectos del deporte.(35)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
	Radiofrecuencia	La Radiofrecuencia o Diatermia está con nosotros desde hace 75 años. En medicina es conocida en el ámbito quirúrgico para la coagulación de tejidos y eliminación de tumores. En estética es el tratamiento más empleado para la reafirmación de la piel y reducción de volumen corporal. Para fines estéticos la radiofrecuencia emplea un nivel de energía no ablativo, es decir, es un tratamiento no invasivo que no corta la piel y no genera cicatrices, el paciente solo siente un ligero calor que convierte su sesión en un momento relajante.(36)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia

	Criolipolisis	El tratamiento no invasivo denominado criolipólisis (CL) tiene por objetivo reducir perceptiblemente la grasa subcutánea luego de la aplicación de frío y vacío en caderas, abdomen, cara interna y externa de los muslos, carilla interna de rodillas, brazos, espalda alta y baja, flancos, tejido pectoral y área submentoniana (debajo del mentón).(37)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia
	Fraxis	Sistema avanzado de la última generación de Láseres fraccionados con el que se obtienen excelentes resultados. Permite una intensa estimulación del colágeno dérmico mediante calentamiento volumétrico y permite una difusión más profunda del calor. Estas columnas son heridas microscópicas que quedan rodeadas de tejido sano que contienen las células capaces de promover una más rápida recuperación. Manteniendo mayor producción de colágeno que procedimientos más agresivos. Este procedimiento consigue eliminar capas de piel envejecidas y estimular la regeneración de una piel más sana y firme. (38)	Cualitativa nominal	Si - No	Cuestionario de elaboración propia

DIMENSION	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADOS	OBTENCION DEL DATO
	Autopercepción corporal	La autopercepción corporal se describe como la apreciación que tienen las personas en relación a su propio cuerpo, particularmente su imagen corporal.(1)	Cuantitativa discreta.	<18.5 / 18.6 - 24.9 / 25 - 26.9 / 27 - 29.9 / 30 - 34.9 / 35 - 39.9 / >40.	Modelos anatómicos validado por Montero y cols
			Cualitativa Ordinal	Subestima / Sobrestima/ Igual	Modelos anatómicos validado por Montero y cols
	Actividad Física	Cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía.(39)	Cuantitativa discreta.	Mayor a 30 minutos todos los días / 30 minutos 3 veces semana / 30 minutos 2 veces semana/ 30 minutos 1 vez semana / No realiza	Cuestionario de elaboración propia
Consumo diario de todos los grupos alimentarios	Frutas	Fruto comestible de ciertas plantas cultivadas.(40)	Cuantitativa discreta.	No consumo / 1 unidad / 2 unidades / 3 unidades / 4 o más unidades	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Hortalizas	Planta comestible que se cultiva en las huertas.(41)	Cuantitativa discreta.	No consumo / 1 unidad / 2 unidades / 3 unidades / 4 o más unidades	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

	Cereales	Planta gramínea cultivada principalmente por su grano, muy utilizado en la alimentación humana, y de la que existen numerosas especies, como el trigo y la cebada.(42)	Cuantitativa discreta.	Pan blanco / Pan integral / Pastas simples y rellenas / Legumbres / Pastas de legumbres y/o integrales / Tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) / Avena	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Legumbres	Fruto o semilla que se cría en vainas.(43)	Cuantitativa discreta.	Pan blanco / Pan integral / Pastas simples y rellenas / Legumbres / Pastas de legumbres y/o integrales / Tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) / Avena	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Tubérculos	Parte de un tallo subterráneo, o de una raíz, que engruesa considerablemente, en cuyas células se acumula una gran cantidad de sustancias de reserva, como en la patata y el boniato.(44)	Cuantitativa discreta.	Pan blanco / Pan integral / Pastas simples y rellenas / Legumbres / Pastas de legumbres y/o integrales / Tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) / Avena	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

	Pan	Alimento que consiste en una masa de harina, por lo común de trigo, levadura y agua, cocida en un horno.(45)	Cuantitativa discreta.	Pan blanco / Pan integral / Pastas simples y rellenas / Legumbres / Pastas de legumbres y/o integrales / Tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) / Avena	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Pastas	Masa preparada con harina con la que se hacen los fideos, tallarines, macarrones, canelones, raviolis, etc(46)	Cuantitativa discreta.	Pan blanco / Pan integral / Pastas simples y rellenas / Legumbres / Pastas de legumbres y/o integrales / Tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) / Avena	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Carnes	Alimento consistente en todo o parte del cuerpo de un animal de la tierra o del aire, en contraposición a la comida de pescados y mariscos.(47)	Cuantitativa discreta.	No consume / Diariamente / 1 vez semana / 2 a 3 veces semana / Solo sábado y domingo / Mensualmente	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

	Huevo	Cuerpo redondeado, de tamaño y dureza variables, que producen las hembras de las aves o de otras especies animales, y que contiene el germen del embrión y las sustancias destinadas a su nutrición durante la incubación.(48)	Cuantitativa discreta.	No consume / Diariamente / 1 vez semana / 2 a 3 veces semana / Solo sábado y domingo / Mensualmente	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
Lácteos Descremados	Leche	Líquido blanco que segregan las mamas de las hembras de los mamíferos para alimentar a sus crías.(49)	Cuantitativa discreta.	No consumo/ No consumo descremado / 1 porción / 2 porciones / 3 porciones / 4 porciones o más	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Yogur	Producto lácteo obtenido mediante reducción por evaporación y fermentación bacteriana de la leche.(50)	Cuantitativa discreta.	No consumo/ No consumo descremado / 1 porción / 2 porciones / 3 porciones / 4 porciones o más	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Queso	Producto obtenido por maduración de la cuajada de la leche con características propias para cada uno de los tipos según su origen o método de fabricación.(51)	Cuantitativa discreta.	No consumo/ No consumo descremado / 1 porción / 2 porciones / 3 porciones / 4 porciones o más	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Aceites	Líquido graso que se obtiene de frutos o semillas, como cacahuetes, algodón, soja, nueces, almendras, linaza, ricino o coco, y de algunos animales, como la ballena, la foca o el bacalao.(52)	Cuantitativa discreta.	No consumo/ 1 cucharada / 2 cucharadas / 3 cucharadas o más / No lo calculo	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

	Semillas y frutos secos.	Parte del fruto de las fanerógamas, que contiene el embrión de una futura planta, protegido por una testa, derivada de los tegumentos del primordio seminal.(53)	Cuantitativa discreta.	Diariamente / 1 vez por semana / 2 a 3 veces por semana / Sábados y Domingos / Mensualmente / No consumo	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
Consumo de agua	Agua	Líquido transparente, incoloro, inodoro e insípido en estado puro, cuyas moléculas están formadas por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno, y que constituye el componente más abundante de la superficie terrestre y el mayoritario de todos los organismos vivos .(54)	Cuantitativa discreta.	No consumo agua / 1 vaso / 2 a 3 vasos / 4 a 5 vasos / 6 a 7 vasos / 8 vasos o más	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
Consumo de sal como ultraprocesados	Sal	Sustancia, consistente en cloruro sódico, ordinariamente blanca, cristalina, de sabor propio, muy soluble en agua, que se emplea para sazonar y conservar alimentos, es muy abundante en las aguas del mar y también se encuentra en la corteza terrestre.(55)	Cuantitativa discreta.	Cocina con sal / Cocina sin sal. Agrega sal / No agrega sal	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Ultraprocesados	Alimentos principalmente industriales que se conforman por más de cinco ingredientes, entre los que se suele encontrar sal , azúcar , manteca, aceites vegetales y un abanico de aditivos , además de estar expuestos a procesos industrializados .(20)	Cuantitativa discreta.	No consumo / Diariamente / 2 veces a la semana / 3 veces a la semana / Solo Sábados y Domingos / Mensualmente. Productos de copetín / Chocolate / Copos de cereal / Galletas dulces / Sopas en polvo instantáneas / Salchichas / Aderezos.	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

Consumo de bebidas azucaradas y azúcar	Azúcar	Sustancia cristalina perteneciente al grupo químico de los hidratos de carbono, de sabor dulce y de color blanco en estado puro, soluble en el agua, que se obtiene de la caña dulce, de la remolacha y de otros vegetales.(56)	Cuantitativa discreta.	No consume / 1 cucharadita / 2 a 3 cucharaditas / 4 a 5 cucharaditas / No la calculo	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
	Bebida Azucaradas	Las bebidas azucaradas son aquellas que contienen azúcar añadida. Estas incluyen: refrescos, bebidas azucaradas de té y bebidas deportivas, energéticas y jugos.(57)	Cuantitativa discreta.	No consumo / Diariamente / 2 veces a la semana / 3 veces a la semana / Solo Sábados y Domingos / Mensualmente. Gaseosas / Agua saborizada / Bebidas deportivas / Jugos concentrados / Jugos en polvo.	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa
Consumo de alcohol	Alcohol	Cada uno de los compuestos orgánicos que contienen el grupo hidroxilo unido a un radical alifático o a alguno de sus derivados.(58)	Cuantitativa discreta.	Consume / No consume. 1 medida / 2 medidas / 3 medidas o más. Diariamente / Semanalmente / Mensualmente.	Cuestionario de elaboración propia. Frecuencia de consumo cualitativa

METODOLOGÍA

Es un estudio transversal, descriptivo, en el que la población estudiada tenía de 30 a 50 años y que en los últimos 6 meses se realizaron tratamientos corporales de estética, las mismas con participación voluntaria, todas con una ocupación y residentes de GBA.

Se excluyó el 34% de las encuestadas por embarazo, desocupación, las que no tenían registro de su peso y/o talla, también aquellas que actualmente o a lo largo de su vida afrontaron un diagnóstico de trastorno de la conducta alimentaria (TCA). Tampoco se tomaron en cuenta aquellas mujeres que se realizaban tratamiento de depilación definitiva en los centros de estética como aquellas que se encontraron realizando tratamiento guiado por un Licenciado en Nutrición.

Los datos se obtuvieron a través de un cuestionario de elaboración propia, conformado por 17 preguntas en 24 secciones, el cual fue validado bajo una prueba piloto realizada en Abril 2022, en una submuestra de fácil acceso, conformada por 5 mujeres esteticistas, las cuales una vez firmado el consentimiento informado, y completado el interrogatorio brindaron opinión acerca del instrumento generado con el fin de reformar la formulación de alguna de las preguntas, para una clara comprensión como mejorar la longitud del mismo.

Luego se procedió a una difusión masiva del cuestionario antes mencionado, donde de dicha población, se obtuvo en primera instancia información sociodemográfica. Luego se conoció el estado nutricional de las mujeres, bajo el cálculo matemático de dividir el peso por la talla al cuadrado, denominado índice de masa corporal (IMC) el cual luego según los criterios de la organización mundial de la salud (OMS) se clasificaron en bajo peso $<18,5 \text{ kg/m}^2$, normal $18,5 \text{ a } 24,9 \text{ kg/m}^2$, sobrepeso $25 \text{ a } 29,9 \text{ kg/m}^2$, obesidad I $\geq 30 \text{ kg/m}^2$, obesidad II $\geq 35 \text{ kg/m}^2$ y obesidad mórbida $\geq 40 \text{ kg/m}^2$.

Por otra parte, dentro del cuestionario se les presentó a las participantes una imagen con 7 siluetas corporales anatómicas, desarrolladas por Montero y cols con el fin de evaluar la autopercepción corporal del ser humano. En este caso, se realizó el análisis bajo la leyenda "Cuándo se mira usted desnuda al espejo, ¿con cuál de estas imágenes se siente más identificada?", donde se las invitó a cada participante a elegir una de dichas siluetas, las cuales fueron señalizadas con una letra para su elección como se observa en la imagen 1 en el anexo, sin embargo, cada una de ellas en sí representa originalmente un valor de IMC.

Una vez obtenidos ambos datos mencionados previamente, se procedió entre otros análisis a comparar el IMC según la silueta seleccionada con el valor obtenido del cálculo de peso y talla de cada participante.

Para evaluar el conocimiento de las guías alimentarias para la población argentina, se les propuso bajo diversas preguntas indagar sobre elecciones alimentarias y/o frecuencias de consumo de las mismas. Se les preguntó sobre actividad física, hidratación, los diversos grupos alimentarios, como también el consumo de azúcar, sal, ultraprocesados y alcohol.

Finalmente se realizó un exhaustivo análisis estadístico de todas las variables de forma individual, para ello las herramientas de fórmula como tablas y gráficos brindadas por el programa informático Excel. Luego, por otra parte, se procedió a generar cruzamiento de las variables en estudio, como por ejemplo los tratamientos realizados en los últimos 6 meses con su autopercepción corporal, como también este último con los rangos de edad.

RESULTADOS

El N de la muestra se conformó de 86 mujeres que se realizaron en los últimos 6 meses tratamientos corporales en centros de estética de GBA.

En el Gráfico 1 muestra la distribución en porcentajes de los rangos de edad de las evaluadas, de las mismas el 64% tienen hijos y el 100% tienen una ocupación y residen en el gran Buenos aires. El gráfico 2 por su parte muestra el porcentaje de mujeres por tratamiento corporal que se realizaron en los últimos 6 meses.

Gráfico 1: Proporción de mujeres que en los últimos 6 meses se realizaron tratamientos corporales en centros de estética de GBA por rango de edad.

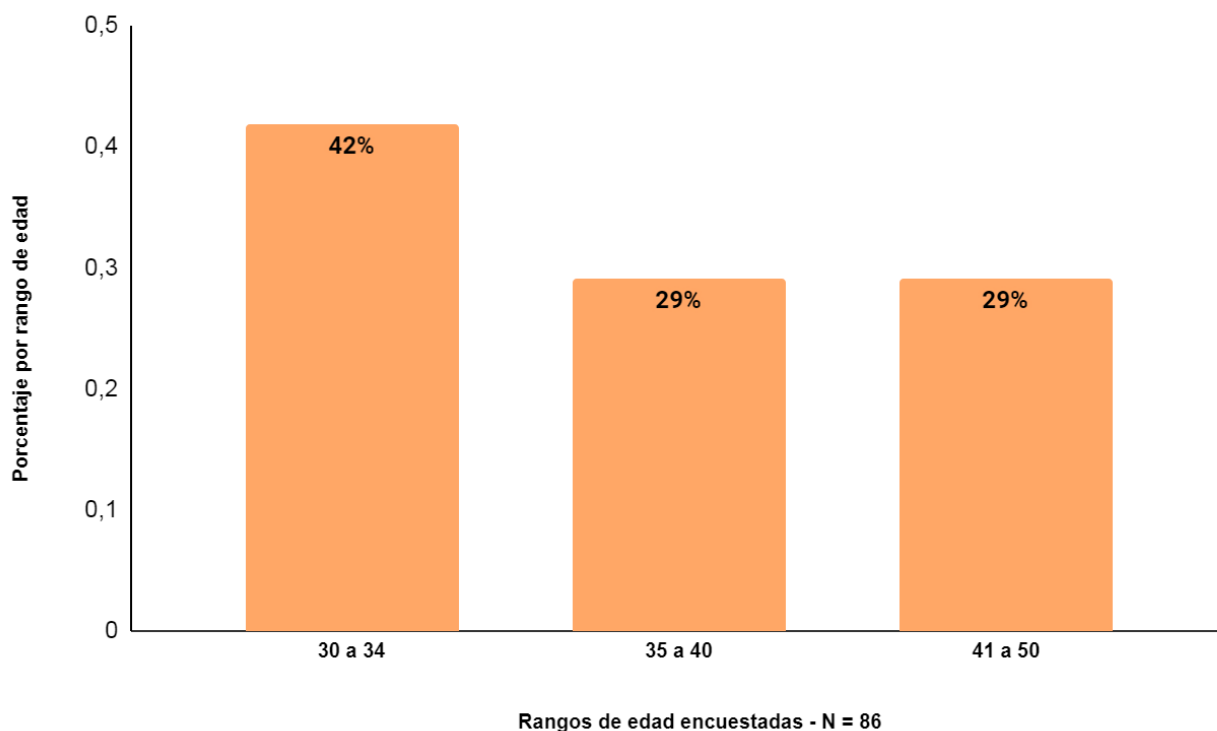
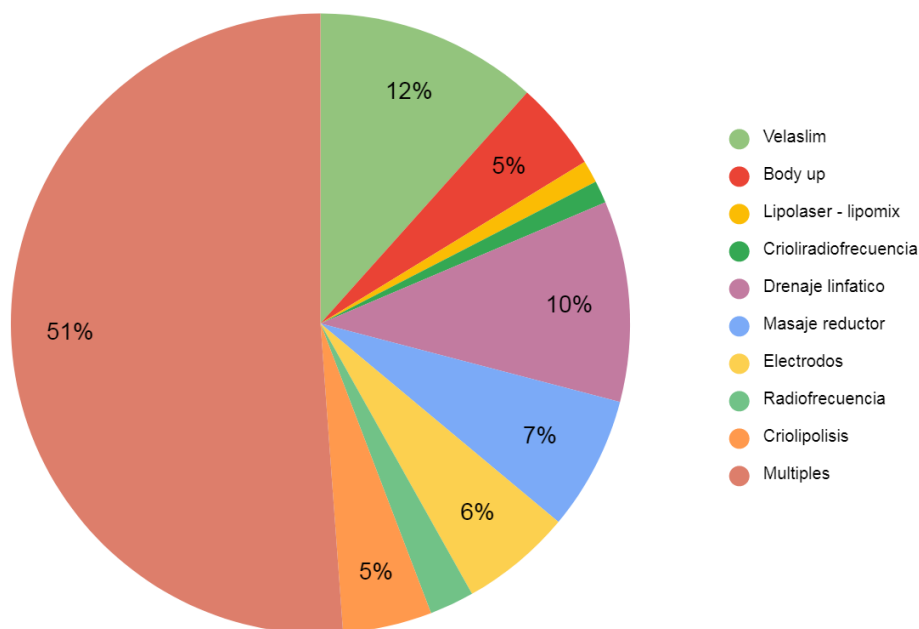


Gráfico 2: Distribución porcentual de mujeres que en los últimos 6 meses se realizaron cada tratamiento corporal brindado en los centros de estética de GBA. N=86



La media para el peso es de 65 kg y para la talla de 1,62 mts. La *Tabla 1* muestra la distribución en las diferentes categorías de IMC, donde se observa que el 58% de la muestra se encuentra en normopeso.

Tabla 1: Frecuencia absoluta y porcentual del estado nutricional según IMC de las participantes.

IMC	F.ABSOLUTA	F. PORCENTUAL
1-BP	1	1%
2-NP	50	58%
3-SP	28	33%
4-OB	6	7%
5-OM	1	1%
TOTAL	86	100%

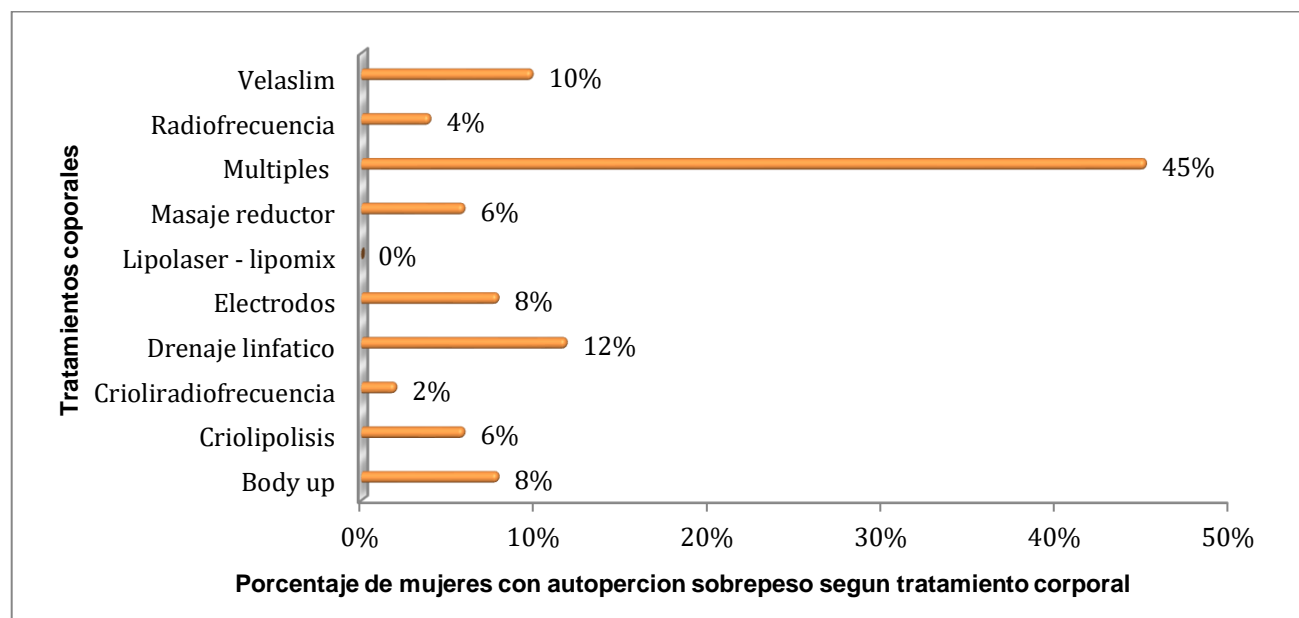
La Tabla II por su parte muestra la autopercepción corporal percibida por parte de las participantes. Cabe señalar que el 59% optó por una silueta de sobrepeso. Del total de las encuestadas, el 49% se sobreestima, el 42% se ve de forma real o igual y el 9% se subestima.

Tabla 2: Frecuencia absoluta, relativa y porcentual del estado nutricional según IMC de las participantes.

SILUETAS	F.ABSOLUTA	F. PORCENTUAL
1-BP	6	7%
2-NP	13	15%
3-SP	51	59%
4-OB	13	15%
5-OM	3	3%
TOTAL	86	100%

En cuanto al análisis de la autopercepción corporal según los tratamientos corporales realizados por las mujeres en los últimos 6 meses, se observó que 51 del N total de encuestadas se percibieron con sobrepeso dentro de las siluetas expuestas, de las cuales en un 45% se encuentran en el rango de 30 a 34 años. El gráfico 3 muestra la distribución porcentual de las encuestadas con autopercepción corporal sobrepeso y su elección de tratamientos corporales durante los últimos 6 meses.

Gráfico 3: Proporción de mujeres con autopercepción corporal sobrepeso y tratamientos corporales escogidos (N=51)



Con respecto a la alimentación de las encuestadas con el eje en el conocimiento por parte de las mismas de los mensajes propuestos por las GAPA, se pudo evaluar que el 40% consume 1 porción de hortalizas y el 41% 1 porción de frutas por día. El 48% manifestó consumir cereales variados entre harinas blancas, productos integrales, legumbres como feculentos. Por su parte el 47% manifestó consumir menos de 3 porciones de lácteos descremados entre leche, queso y yogur, en similar porcentaje declaró consumir de 2 a 3 veces a la semana carnes y huevo. En cuanto al consumo de

aceites como frutos secos y semillas, el 36% expuso consumir 1 cucharada de aceite diario, el 34% no consumir semillas y un 33% de 2 a 3 veces a la semana frutos secos.

En relación al consumo de azúcar el 50% mostró no consumir la misma para endulzar sus infusiones, por su parte un 74 % manifestó consumir bebidas azucaradas principalmente durante el fin de semana. Mientras que la evaluación de consumo de sal señaló que un 73% del total de N cocina con sal, pero no le agrega extra a la hora de ingerirlo y en promedio el 27% opta por consumir productos ultraprocesados como las bebidas azucaradas en preferencia el fin de semana.

El 83% no realiza al menos 30 minutos diarios de actividad física programada, por lo que el gráfico 4 muestra un análisis de predisposición a la realización de actividad física por parte de las mismas. Por su parte el gráfico 5 nos deja ver la frecuencia de consumo de agua segura, es decir, la hidratación por parte de las encuestadas.

Gráfico 4: Proporción de mujeres que no cumplen con el mensaje GAPA, pero realizan actividad física (%).

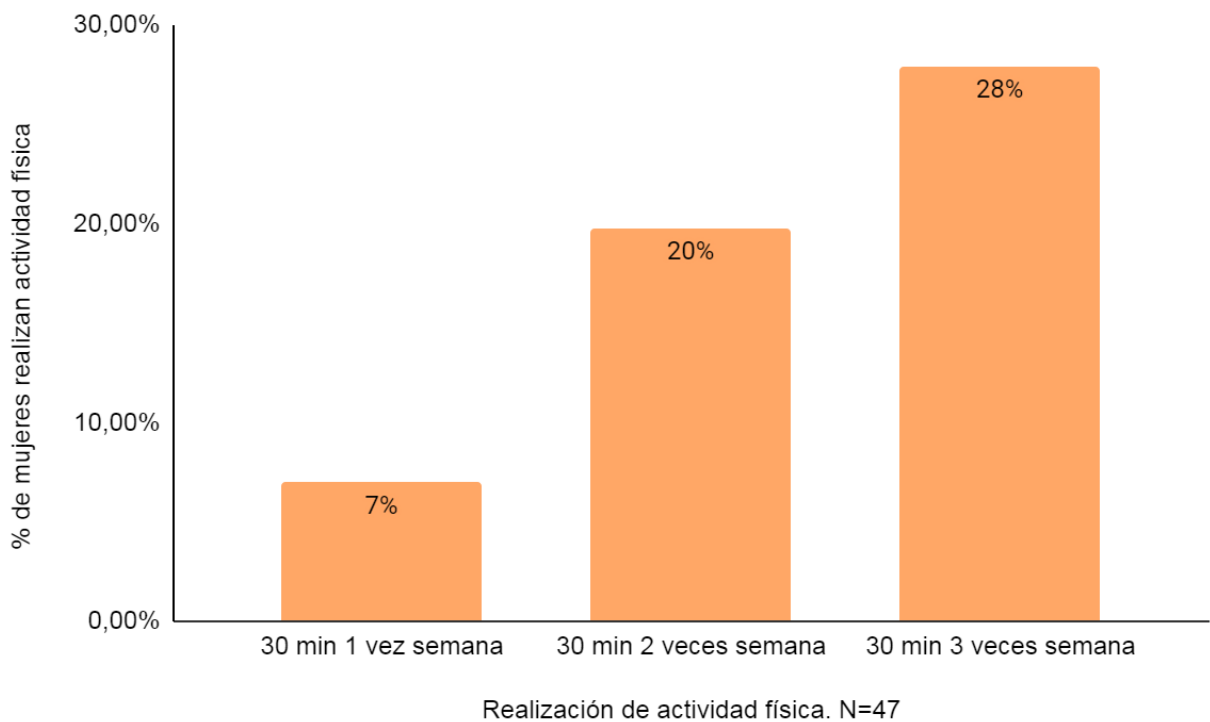
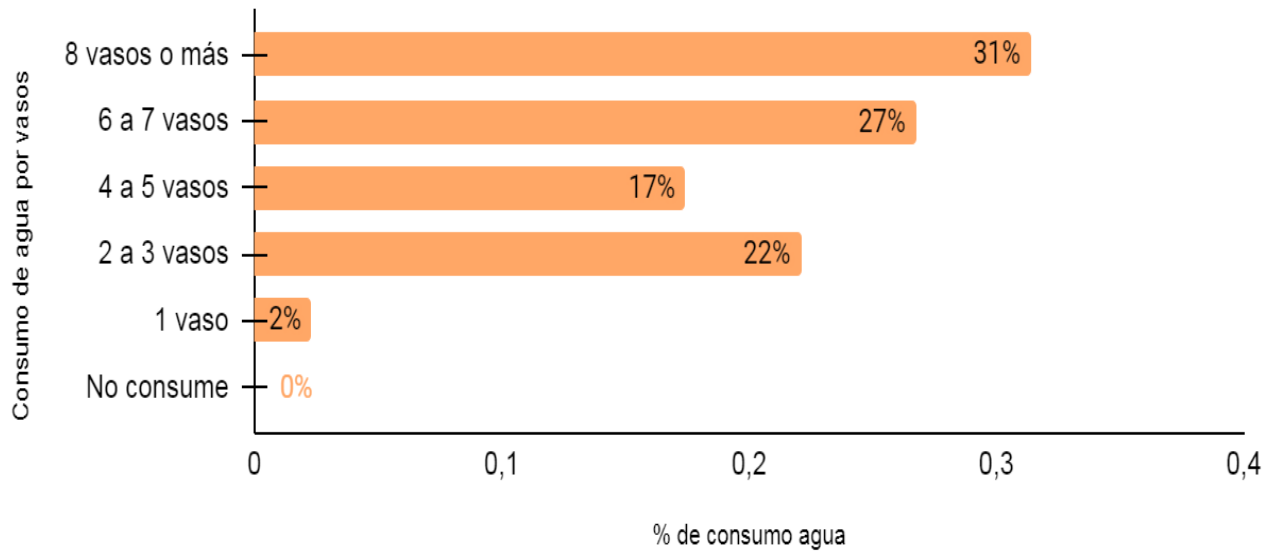


Gráfico 5: Consumo de agua en cantidad de vasos diarios (%). N=86



Finalmente el 50% de un N de 80 mujeres señaló no consumir alcohol.

DISCUSIÓN

El presente estudio generó como resultado una autopercepción corporal errónea, de carácter negativa, especialmente sobre estimándose, cómo también un incumplimiento en gran parte de los mensajes propuestos por las guías alimentarias para la población argentina.

Un estudio realizado en Ecuador, sobre una muestra de mujeres adultas jóvenes, mostro resultados similares, en un N de 17 el 56.6% fueron identificadas como casos con insatisfacción en su imagen corporal, por su parte en este grupo la relación de cicatrices o estrías abdominales, celulitis abdominal y sobrepeso fueron un 15% superiores respecto a las encontradas en aquellas normopeso.(14) Retomando los resultados arrojados en este trabajo, el 49% del total de N 86 posee una autopercepción corporal negativa sobreestimada en relación a su IMC, mientras que 51 del N total de encuestadas se percibieron con sobrepeso, de las cuales en un 45% se realizaron más de 2 tratamientos corporales en los centros de estética en los últimos 6 meses.

Por su parte, además este trabajo logró mostrar que la insatisfacción corporal no patológica persiste en el tiempo luego de la adolescencia en mujeres adultas de 30 a 50 años de edad, con una mayor ocurrencia entre los 30 a 34 años. Sin embargo, resultados obtenidos en un estudio realizado en España con adolescentes femeninas, de dicho país como latinoamericanas, con un N de 14 argentinas, manifestó que la insatisfacción a niveles no patológicos, se mantiene constante desde los 13 hasta los 17 años. (13)

En cuanto a sus hábitos indagados, en un gran porcentaje de las participantes no se adecuan a la incorporación de todos los grupos de alimentos en la cantidad y/o calidad recomendada en los mensajes propuestos por las GAPA, como también no cumplen en un 83% con el tiempo de actividad física programada propuesta por las mismas. Sin embargo, se vio un cumplimiento en el consumo de agua como una baja predisposición hacia los ultraprocesados, sal como consumo de azúcar y bebidas azucaradas. (18)

Este trabajo, presenta como fortaleza ser el primer estudio que se realiza en nuestro país con el fin de identificar la autopercepción corporal femenina junto con el conocimiento de las GAPA, en grupos etario de adultas y a su vez en un ámbito como es la estética. Por su parte, también tuvo limitaciones a raíz de la situación epidemiológica de público conocimiento, en donde no hubo lugar para un contacto directo con las participantes, con el fin de poder obtener de forma manual y bajo técnica, los valores antropométricos de su

peso como talla, con el fin de analizar un valor de IMC de carácter objetivo y no como se obtuvo de forma estimativa.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos como línea de base para que se siga investigando en trabajos futuros las causas primarias de la distorsión del cuerpo por parte de las mujeres adultas, madres que no padecieron en su haber trastornos de la conducta alimentaria diagnosticado, como así también si a eso se debe su concurrencia permanente a estos centros de belleza. En segunda línea de investigación se debería analizar la baja fomentación como la falta de comunicación masiva de cada uno de los mensajes transmitidos por el ministerio a través de las GAPA.

CONCLUSIÓN

El objetivo principal del presente estudio fue identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las GAPA por parte de las mujeres que asisten a centros de estética en GBA a realizarse tratamientos corporales. Luego del análisis estadístico a partir de las variables y objetivos planteados, se confirmó la hipótesis planteada al comienzo de esta investigación, dado que la mayoría de las participantes presentan una autopercepción corporal negativa, sobrestimándose y con un incumplimiento en 5 de los 10 mensajes transmitidos en las GAPA.

Futuros estudios deberán indagar a que se debe dicho incumplimiento, si a razones socioeconómicas o una baja promoción de dichos mensajes, que como consecuencia puede estar generando también un incumplimiento del propósito principal de dicha herramienta para la población argentina como es la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT).

Esta investigación permitió conocer cómo se ven físicamente las mujeres adultas que asisten a realizarse tratamientos corporales de estética, sus hábitos y elecciones de carácter alimentarios, así también de actividad física e hidratación. Cómo, se menciona anteriormente ante un alto porcentaje de disconformidad con la autopercepción corporal y de incumplimiento en gran parte de las recomendaciones brindadas para la población Argentina, es de carácter imprescindible que se siga profundizando e indagando el tema para obtener más datos acerca de lo antes mencionado.

BIBLIOGRAFÍA

1. Davoudi-Kiakalayeh A, Mohammadi R, Pourfathollah AA, Siery Z, Davoudi-Kiakalayeh S. Review of body image and some of contributing factors in Iranian population. *Int J Prev Med.* 2017;8.
2. Pérez-Lugo AL, Gabino-Campos M, Baile JI. Analysis of the aesthetic stereotypes of women in nine fashion and beauty mexican magazines. *Rev Mex Trastor Aliment.* 2016;7(1):40–5.
3. Escursell R i. Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Av en Psicol Latinoam [Internet].* 2004;22:15–27. Available from: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2741880.pdf>
4. Seyed Alireza Hosseini RKP. Body Image Distortion [Internet]. *Stat Pearls.* Enero 2022; 2022. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK546582/>
5. Solano-Pinto N, Sevilla-Vera Y, Fernández-César R, Garrido D. Can Parental Body Dissatisfaction Predict That of Children? A Study on Body Dissatisfaction, Body Mass Index, and Desire to Diet in Children Aged 9–11 and Their Families. *Front Psychol.* 2021;12(March):1–12.
6. Vaquero-Cristóbal R, Alacid F, Muyor JM, López-Miñarro PÁ. Imagen corporal; revisión bibliográfica. *Nutr Hosp.* 2013;28(1):27–35.
7. Imc U. Alimentación complementaria:Guia de nutricion de la familia. 2010;(Imc):135–7. Available from: <http://www.fao.org/3/a-y5740s/y5740s17.pdf>
8. Maganto C, Garaigordobil M, Kortabarria L. Variables antropométricas, hábitos y dietas alimentarias en adolescentes y jóvenes: diferencias en función del sexo [Empathy in adolescence [Anthropometric variables, eating habits and diets in adolescents and youth: Sex differences]. *Acción Psicológica.* 2016;13(2):89–100.
9. Departamento Nacional de Planeación. Encuesta Nacional Logística. *Dep Nac Planeación [Internet].* 2018; Available from: www.puntoaparte.com.co
10. Rivarola MF, Zárate EC. Insatisfacción con la imagen corporal y su relación con la evitación experiencial en mujeres argentinas. *X Congr Int Investig y Práctica Prof en Psicol XXV Jornadas Investig XIV Encuentro Investig en Psicol del MERCOSUR Fac Psicol - Univ Buenos Aires [Internet].* 2018; Available from: <https://www.aacademica.org/000-122/31>
11. Salazar Mora Z. IMAGEN CORPORAL FEMENINA Y PUBLICIDAD EN REVISTAS. (Spanish). *Fem Body Image Mag Advert [Internet].* 2007;2007(116):71–85. Available from:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=36587925&lang=es&site=ehost-live>

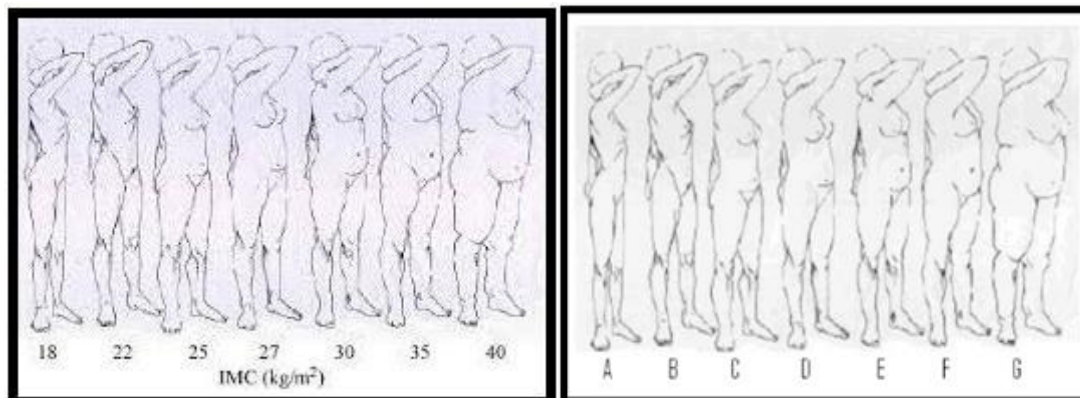
12. Venegas-Ayala KS, González-Ramírez MT. Social influences in a model of body dissatisfaction, weight worry and bodily discomfort in Mexican women. *Acta Colomb Psicol.* 2020;23(1):18–27.
13. Rodríguez S, Cruz S. Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas. *Psicothema.* 2008;20(1):131–7.
14. Montalvo-núñez MF. Insatisfacción de la imagen corporal y rasgos físicos relacionados : estudio en una muestra de mujeres universitarias Métodos Resultados. 2013;(1):65–8.
15. Meléndez Torres JM, Moreno Symonds IM, Cañez de la Fuente GM, Núñez Noriega G. Prácticas corporales y alimentarias de mujeres adultas del noroeste de México. Una aproximación al cuidado corporal femenino. *Rev Investig y Divulg sobre los Estud género.* 2018;(23):169–98.
16. Organización panamericana de la salud. Promoción de la Salud [Internet]. 2019. Available from: <https://www.paho.org/es/temas/promocion-salud>
17. Soto A. Estética Corporal [Internet]. 2021. Available from: <https://esticaycosmiatria.com/estetica-corporal/>
18. Ministerio de salud Argentina. Guías Alimentarias Para La Población Argentina_Manual-De-Aplicación_0.Pdf [Internet]. 2016. p. 143. Available from: https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-08/guias-alimentarias-para-la-poblacion-argentina_manual-de-aplicacion_0.pdf
19. Ministerio de salud Argentina. Alimentación saludable [Internet]. 2022. Available from: <https://www.argentina.gob.ar/salud/alimentacion-saludable>
20. Martínez N. Así es el sistema NOVA para clasificar los alimentos según su procesamiento [Internet]. 2019. Available from: <https://www.nobbot.com/futuro/sistema-nova-alimentos-procesamiento/>
21. Sampieri. Metodología_de_la_investigacion,_5ta_Edicion_-_Sampieri.
22. Real academia española. Edad [Internet]. 2022. Available from: <https://dle.rae.es/edad?m=form>
23. Real academia española. Trabajo [Internet]. 2022. Available from: <https://dle.rae.es/trabajo?m=form>
24. Real academia española. Hijos [Internet]. 2022. Available from: <https://dle.rae.es/hijo?m=form>
25. Real academia española. Peso [Internet]. 2022. Available from: <https://dle.rae.es/peso?m=form>
26. Real academia española. Talla [Internet]. 2022. Available from: <https://dle.rae.es/talla?m=form>

27. Cike C. Velaslim [Internet]. Available from:
<https://centrocike.com.ar/corporal/velaslim/>
28. Pro BU. PROTOCOLO BODY UP ® PRO. :98–101.
29. Lipolaser EEN. MANUAL DE USUARIO GUÍA Y APLICACIÓN. :1–21.
30. Cike C. Crioradiofrecuencia [Internet]. 2022. Available from:
<https://centrocike.com.ar/corporal/crio-radiofrecuencia/>
31. Dra. Paula Reynoso. Presoterapia [Internet]. 2022. Available from:
<https://www.topdoctors.es/articulos-medicos/conoces-las-ventajas-de-la-presoterapia>
32. Susana Villalba Reñones. Drenaje Linfático [Internet]. 2018. Available from:
<https://www.topdoctors.es/articulos-medicos/beneficios-del-drenaje-linfatico-manual>
33. Fora E. Masaje Reductor [Internet]. 2022. Available from:
<https://masajesmessans.com/masaje-reductor/>
34. Cano J. Manual de Usuario Hammer. 2017;1–5. Available from:
<http://www.etitudela.com/entrenadorcomunicaciones/downloads/gsmmanualsmsconfiguratorl.pdf>
35. Dra. Silvia Nasello. Electroodos [Internet]. 2020. Available from:
<https://nasellomed.com/ventajas-de-los-electrodos/>
36. Capuccini G de. Radiofrecuencia Corporal [Internet]. 2021. Available from:
<https://germainegoyamadrid.com/radiofrecuencia-corporal/>
37. Anmat. Informe Ultrarrápido De Evaluación De Tecnología Sanitaria Criolipólisis: Su Aplicación En La Medicina Estética Programa Evaluación De Tecnología Sanitaria-Anmat. 2017;22. Available from: <http://www.anmat.gov.ar/ets/Criolipolisis.pdf>
38. Belium Medical. Flaxis. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد. 59.
39. Organización mundial de la salud. Actividad física [Internet]. 2020. Available from:
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
40. Real academia española. Fruta [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/fruta#IXQNgcO>
41. Real academia española. Hortaliza [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/hortaliza?m=form>
42. Real academia española. Cereal [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/cereal?m=form>
43. Real academia española. Legumbre [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/legumbre?m=form>
44. Real academia española. Tuberculo [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/tubérculo>
45. Real academia española. Pan [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/pan?m=form>

46. Real academia española. Pasta [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/pasta?m=form>
47. Real academia española. Carne [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/carne?m=form>
48. Real academia española. Huevo [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/huevo?m=form>
49. Real academia española. Leche [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/leche?m=form>
50. Real academia española. Yogur [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/yogur?m=form>
51. Real academia española. Queso [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/queso?m=form>
52. Real academia española. Aceite [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/aceite?m=form>
53. Real academia española. Fruto seco y semilla [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/semilla#XXRpvAt>
54. Real academia española. Agua [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/agua?m=form>
55. Real academia española. Sal [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/sal?m=form>
56. Real academia española. Azucar [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/azúcar>
57. Rhode Island. Bebidas Azucaradas. Dep Salud. 2021;
58. Real academia española. Alcohol [Internet]. 2022. Available from:
<https://dle.rae.es/alcohol?m=form>

ANEXO

Imagen 1: Análisis de siluetas de Montero y Cols para mujeres



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimadas

mujeres

Mi nombre es María Eugenia Valerga, me encuentro realizando mi trabajo final integrador (TFI) de la Licenciatura en Nutrición, cuyo objetivo es identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las guías alimentarias para la población argentina (GAPA) de las mujeres entre 30 a 50 años con una ocupación. que se encuentren realizando tratamientos corporales en los últimos 6 meses, que residan en GBA. A pesar de que el estudio no les beneficiará directamente a ustedes, sí ofrecerá información que puede permitirme identificar su autopercepción corporal como conocimiento de las GAPA.

El procedimiento del estudio implica que no habrá daños previsibles o daños para usted. El procedimiento incluye responder un cuestionario de forma virtual sobre su autopercepción corporal como también su conocimiento de los mensajes que transmiten las GAPA. La participación va a ocuparles aproximadamente 15 minutos. Podrán preguntar cualquier duda sobre el estudio o su participación vía e. Mail a la casilla meorganizacion@gmail.com. Por esta razón, solicito su autorización para participar en este cuestionario.

Se garantizará que la información será confidencial y que se utilizará exclusivamente para los fines de este estudio. Es decir, que no se revelará ningún dato respecto de la identidad ni de la información aportada. La decisión de participar en esta encuesta es voluntaria y desde ya agradezco su colaboración.

Le solicitamos que de estar de acuerdo, luego de haber leído detenidamente lo anterior y habiendo comprendido, firmar al pie.

CUESTIONARIO DE ELABORACIÓN PROPIA

Sección 1 de 24

Autopercepción corporal y conocimiento de las Guías alimentarias para la población Argentinas (GAPA)

Estimadas mujeres.

Mi nombre es María Eugenia Valerga, me encuentro realizando mi trabajo final integrador (TFI) de la Licenciatura en Nutrición, cuyo objetivo es identificar la autopercepción corporal y el conocimiento de las guías alimentarias para la población argentina (GAPA) de las mujeres entre 30 a 50 años con una ocupación, que se encuentren realizando tratamientos corporales en los últimos 6 meses, que residan en GBA. El procedimiento incluye responder un cuestionario de forma virtual, la participación va a ocuparles aproximadamente 15 minutos.

Se garantizará que la información será confidencial y que se utilizará exclusivamente para los fines de este estudio. Es decir, que no se revelará ningún dato respecto de la identidad ni de la información aportada.

La decisión de participar en esta encuesta es voluntaria y desde ya agradezco su colaboración.

Marque una de las siguientes respuestas con el fin de dar o no su consentimiento en la participación de la siguiente encuesta. *

- Acepto
- No Acepto

CUESTIONARIO DE DATOS PERSONALES

Indique su edad en años dentro de estos rangos *

- 30 a 34 años
- 35 a 40 años
- 41 a 50 años

¿Cuál es su lugar de residencia? *

- Ciudad autónoma de Buenos Aires (CABA)
- Gran Buenos Aires (GBA)
- Interior de la provincia de Buenos Aires

¿Usted se encuentra en este momentos laboralmente activa? *

- Sí , tengo una ocupación
- No , me encuentro desempleada

¿Usted realizó tratamientos corporales en un centro de estética en los últimos 6 meses? *

- Sí
- No

Marque los distintos tipos de tratamiento corporal que se realizó en los últimos 6 meses en el centro de estética. *



- Velaslim
- Body Up
- Lipolaser
- Crioradiofrecuencia
- Presoterapia
- Criolipolisis
- Radiofrecuencia
- Masaje reductor
- Electrodo
- Flaxis
- Drenaje linfático
- Hammer

¿Usted tiene hijos/as? *

- Si
- No

¿Usted se encuentra actualmente embarazada? *

- Si
- No

¿Usted se encuentra actualmente realizando un plan alimentarios guiado por un/a Lic. en Nutrición? *

- Si
- No

...

¿Usted a tenido diagnóstico de trastorno de la conducta alimentaria (TCA) en algún momento de su vida? *

- Si
- No

¿Usted recuerda su peso y talla corporal? *

- Si
- No

DATOS ANTROPOMETRICOS

Peso corporal (en kilogramos - Ejemplo: 52,300 Kg) *

Texto de respuesta corta

.....

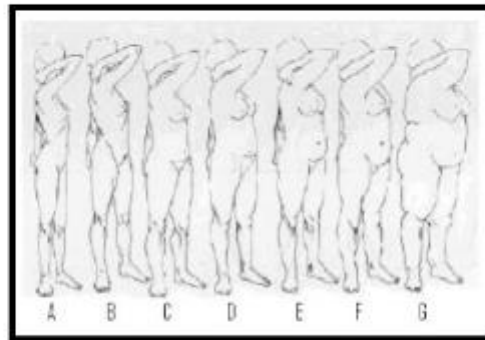
Altura corporal (en metros - Ejemplo: 1,72 mts) *

Texto de respuesta corta

.....

VOS Y TU CUERPO

Cuando se mira usted desnuda al espejo, ¿con cuál de estas imágenes se siente más identificada? *



A

B

C

D

F

G

Silueta

ACTIVIDAD FISICA



Actualmente, ¿Con qué frecuencia usted realiza actividad física? *

- Más de 30 minutos todos los días
- 30 minutos tres veces a la semana
- 30 minutos dos veces a la semana
- 30 minutos 1 vez a la semana

CONSUMO DE VEGETALES

Ejemplo de unidad = 1 Tomate



Ejemplo de unidad= Medio plato de tomate cortado



Tomando como referencia de porción la imagen de 1 hortaliza o 1/2 plato plato de verduras cortadas, sin contar tubérculos (papa, batata, choclo, mandioca) ¿Cuántas unidades de hortalizas consume por día? *

- No consumo
- 1 unidad
- 2 unidades
- 3 unidades
- 4 unidades o más

CONSUMO DE FRUTAS

Tomando como referencia de porción la imagen de una fruta de 100 gramos, ¿Cuántas unidades de frutas consume por día? *



- No consumo
- 1 unidad
- 2 unidades
- 3 unidades
- 4 unidades o más

CONSUMO DE CEREALES, TUBÉRCULOS, LEGUMBRES, PAN Y PASTAS



Habitualmente ¿cuáles de estos productos ustedes oprimos consumir? (puede seleccionar más de una opción) *

- Pan blanco
- Pan integral
- Pastas simples y rellenas (Fideos, ñoquis, ravioles, etc)
- Legumbres (Lentejas, garbanzos, porotos, etc)
- Pastas de legumbres y/o integrales
- Papa, batata, choclo, mandioca
- Avena

LACTEOS

Ejemplo de porción: 1 vaso de leche descremada



Ejemplo de porción: 1 vaso de yogur descremado



Ejemplo de porción: 1 cassette de queso pasta blanda descremado



Tomando como referencia de porción la imagen de 1 vaso de leche descremada , 1 vaso de yogur descremado *
y/o 1 porción de queso de pasta blanda descremado ¿Cuántas porciones de lácteos descremados consume
por día?

	No consum...	No consum...	1 porción	2 porciones	3 porciones	4 porciones ...
Leche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yogur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Queso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONSUMO DE ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL

¿Usted con cuánta frecuencia consume cada tipo de carne y/o huevo? *

	Diariamente	1 vez a la se...	2 a 3 veces ...	Solo sabado...	Mensualme...	No consumo
Vaca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pollo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pescado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONSUMO DE ACEITES, SEMILLAS Y FRUTOS SECOS

Tomando como referencia de porción la imagen de 1 cucharada de aceite en crudo ¿Cuanto aceite para condimentar consume por día? *



- No consumo
- 1 cucharada
- 2 cucharadas
- 3 cucharas o más
- No lo calculo

Ejemplo porción: 1 cucharada de semillas (Chia, Sesamo, Lino)



Ejemplo porción de frutos secos (Almendras, Nueces, Castañas)



Tomando como referencia de porción la imagen de frutos secos y/o 1 cucharada de semillas ¿Con cuánta frecuencia las consume? *

	Diariamente	1 vez por se...	2 a 3 veces ...	Solo sabado...	Mensualme...	No consumo
Frutos secos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Semillas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

HIDRATACIÓN

Tomando como referencia de porción la imagen de 100 cc 1 vaso de agua ¿Cuanto agua consume por día? *



- No consumo agua
- 1 vaso
- 2 a 3 vasos
- 4 a 5 vasos
- 6 a 7 vasos
- 8 vasos o más

CONSUMO DE AZÚCAR Y BEBIDAS AZUCARADAS

Tomando como referencia la imagen 1 cucharadita 5 gr. ¿Cuanta azúcar usted consume diariamente? *



- 1 cucharadita
- 2 a 3 cucharaditas
- 4 a 5 cucharaditas
- No la calculo
- No consumo

Indique con cuánta frecuencia usted opta por bebidas azucaradas. *



	Diariamente	2 veces en l...	3 veces en l...	Sabado y/o ...	Mensualme...	No consumo
Gaseosas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agua sabori...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebidas dep...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jugos conc...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jugos en po...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONSUMO DE SAL Y PRODUCTOS EMPAQUETADOS

¿Usted cocina con sal? *

- Sí , cocino con sal
- No , cocino sin sal

¿Usted le agrega sal a sus comidas sin probarla? *

- Sí
- No

Indique con cuánta frecuencia usted opta por dichos productos (Ultraprocesados). Ejemplar: Galletitas dulces, productos de paquete y/o instantáneos. *



	Diariamente	2 veces a la ...	3 veces a la ...	Solo sabado...	Mensualme...	No consumo
Productos d...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chocolate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Copos de ce...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Galletas dul...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sopas en po...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salchichas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aderezos (Ej...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS

¿Usted consume bebidas alcoholicas? *

- Sí
- No

Tomando como referencia de medida la imagen ¿Usted cuántas medidas consume? ¿Con cuánta frecuencia?



	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente
1 medida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 medidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 medidas o más	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>