

Iniciativa de Prevención de Sobrepeso y Obesidad

ENERO-DICIEMBRE 2024



Iniciativa de Prevención de Sobrepeso y Obesidad

Campaña 5210=8 en Tijuana, Baja California

El sobrepeso y la obesidad infantil son problemas de salud globales con variaciones regionales significativas. El número de niños menores de cinco años con sobrepeso, en el mundo, se ha incrementado significativamente en las últimas décadas. La prevalencia mundial de la obesidad infantil se ha cuadruplicado desde 1975 (WHO, 2020)³².

En América Latina, la prevalencia de sobrepeso y obesidad infantil está aumentando rápidamente. Los principales factores asociados a esto son el cambio en los patrones alimentarios y la reducción de la actividad física (Popkin y Reardon, 2018³³; Grajeda, Hassell y Azzopardi, 2019³⁴).

En Estados Unidos, aproximadamente uno de cada cinco niños y adolescentes tiene obesidad, la cual está influenciada por factores socioeconómicos, étnicos y ambientales (Hales, Carroll, Fryar y Ogden, 2017³⁵; Skinner, Ravanbakht, Skelton, Perrin y Armstrong, 2018³⁶).

México enfrenta una crisis de obesidad infantil, con tasas entre las más altas del mundo. Se estima que el 35.6% de los niños en edad escolar tienen sobrepeso u obesidad (Hernández-Cordero, Cuevas-Nasu, Morales-Ruány

³⁰ World Health Organization. (2020). Obesity and overweight.

³¹ Popkin, B. M., & Reardon, T. (2018). Obesity and the food system transformation in Latin America. *Obesity Reviews*, 19(8), 1028-1044.

³² Grajeda, R., Hassell, T., y Azzopardi, P. (2019). Childhood overweight and obesity in Latin America and the Caribbean: Policy, practices and research directions. *Pan American Journal of Public Health*, 43, e13.

³³ Hales, C. M., Carroll, M. D., Fryar, C. D., & Ogden, C. L. (2017). Prevalence of obesity among adults and youth: United States, 2015–2016. *National Center for Health Statistics Data Brief*, (288), 1-8.

³⁴ Skinner, A. C., Ravanbakht, S. N., Skelton, J. A., Perrin, E. M., & Armstrong, S. C. (2018). Prevalence of obesity and severe obesity in US children, 1999–2016. *Pediatrics*, 141(3), e20173459

Méndez-Gómez, 2017³⁷; Barquera, Campos-Nonato, y Rivera-Dommarco, 2013³⁸).

En México, el sobrepeso y la obesidad infantil, es uno de los problemas de salud pública más importantes. El sobrepeso es del 23% en menores de 9 años y el nivel de obesidad es del 25% en menores de 10 años. Las causas principales de la obesidad y el sobrepeso en niñas y niños son el consumo de alimentos procesados con altos niveles de azúcar, grasas trans y sal, así como de bebidas azucaradas que son muy fáciles de adquirir por su amplia distribución, bajo costo y su promoción en medios masivos (INSP, 2021)³⁹.

En el año 2016, el grupo de obesidad del Consorcio de Salud Fronteriza de las Californias adaptó una iniciativa de prevención de obesidad infantil llamada **Campaña 5210**⁴⁰. Ese mismo año, la iniciativa cruzó la frontera y el XXI Ayuntamiento de Tijuana la implementó por primera vez en México, colocando material de difusión en parques y unidades deportivas de la ciudad. En el año 2017, la Jurisdicción de Servicios de Salud 2 inició las gestiones para implementarla en escuelas de nivel preescolar, primaria y secundaria.

³⁵ Hernández-Cordero, S., Cuevas-Nasu, L., Morales-Ruán, M. D. C., & Méndez-Gómez Humarán, I. (2017). Overweight and obesity in Mexican children and adolescents during the last 25 years. *Nutrición Hospitalaria*, 34(2), 338-349.

³⁶ Barquera, S., Campos-Nonato, I., & Rivera-Dommarco, J. A. (2013). Obesity in Mexico: Rapid epidemiological transition and food industry interference in health policies. *The Lancet*, 382(9904), 2046-2048.

³⁷ INSP. (2021). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición Continua 2021 – ENSANUT.

³⁸ La campaña está basada en evidencia y tiene como objetivo promover hábitos saludables mediante cambios en el estilo de vida. Tiene sus antecedentes en el programa Jump Up & Go, desarrollado en 1998 en el estado de Massachusetts, Estados Unidos. Este programa originalmente se componía de tres elementos: "5-2-1". En 2001, se agregó el concepto y las metas del "0". Posteriormente, en 2006, una asociación de empresas y agencias de salud en Portland, Maine, lanzó *5210 Let's Go*, con el objetivo de llevar un mensaje de prevención de sobrepeso y obesidad a niños. En 2012, se implementó el programa 5-2-1-1 en respuesta a la creciente preocupación por los impactos económicos y de salud de la obesidad infantil en el estado de Maine. El programa fue inicialmente un proyecto piloto en 12 condados, pero rápidamente se extendió a zonas rurales del estado. Desde entonces, la campaña se ha extendido al resto de Estados Unidos.

Diversas versiones de esta campaña han sido implementadas por el gobierno municipal de Tijuana y el gobierno del estado de Baja California, y posteriormente por la CSFMEU en el año 2023 en forma conjunta con varias organizaciones de salud y académicas. En el año 2023, la campaña se adaptó para niños escolarizados de nivel preescolar, sus padres y maestros del municipio de Tijuana, Baja California. Como experiencia piloto durante el 2024 se trabajó con una escuela primaria, para probar la intervención y estar en condiciones de replicarla posteriormente.

Para la implementación de la campaña 5210=8, se contó con la participación de diversas instituciones:

- Comisión de Salud Fronteriza México-Estados Unidos.
- Universidad Xochicalco-Campus Tijuana. Escuela de Nutrición, Escuela de Educación y Escuela de Comunicación.
- Secretaría de Salud de Baja California. Jurisdicción Sanitaria 2
- Consorcio de Salud Fronteriza de las Californias
- Agencia de Salud y Servicios Humanos del Condado de San Diego. Oficina de Salud Fronteriza
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Oficina de campo en Tijuana

Inicialmente, el equipo de la escuela de Comunicación, integrado por 5 estudiantes, se encargó de diseñar los materiales gráficos y audiovisuales utilizados en la intervención. Posteriormente, se realizaron dos intervenciones en la escuela primaria Ricardo Flores Magón, con alumnos de los grados de 1º, 2º y 3º, lideradas por equipos de Nutrición y Educación de la Universidad Xochicalco.

Primera intervención: Equipo de la escuela de nutrición.

- Fechas: 23, 24 de abril y 07 de mayo de 2024
- Horario: 9:30 a 10:00 am
- Participantes: 23 alumnos
- Actividades:

- a. Examen de conocimiento de hábitos alimenticios
- b. Lotería de frutas y verduras
- c. Cuentacuentos
- d. Actividades relacionadas al consumo de:
 - Cinco o más frutas o verduras al día
 - Cero bebidas azucaradas

Segunda intervención: Equipo de la escuela de educación.

- Fechas: 29 de mayo, 12 y 19 de junio de 2024
- Horario: 11:00 a 11:30 am
- Participantes: 17 estudiantes

Durante la primera intervención se realizaron actividades relacionadas a hábitos alimenticios, enfocándose en los valores **5** (consumo de frutas o verduras) y **0** (consumo de azúcares).

La segunda intervención, a cargo del equipo de la escuela de educación se trabajó con los valores **1** y **2** de la campaña, centrados en la promoción de la actividad física, la conciencia sobre el uso de la tecnología y la importancia del sueño (**8**).



Intervención con alumnos de primaria, Tijuana, Baja California



Para finalizar, se realizó una segunda evaluación, consistente en un cuestionario de cinco preguntas:

1. ¿Qué bebidas o alimentos son mejores?
2. ¿Cuántas horas ves televisión o juegas con aparatos tecnológicos?
3. ¿Cuál es tu actividad favorita antes de dormir?
4. ¿Cuántas frutas y /o verduras debes comer al día?
5. ¿A qué te gusta jugar?

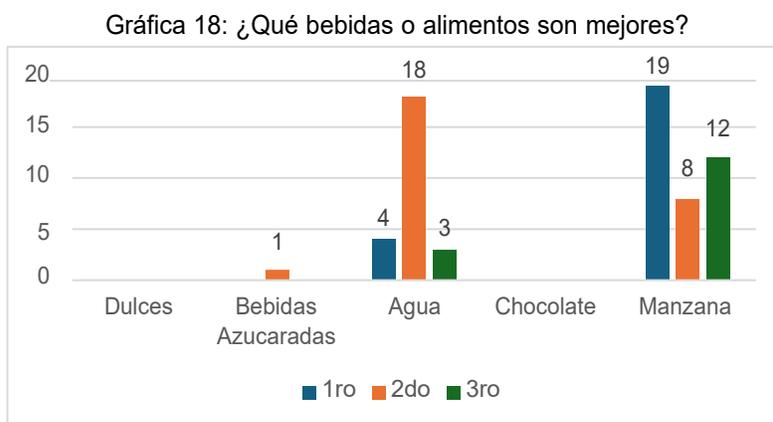
El instrumento fue contestado por 65 alumnos, distribuidos de la siguiente manera:

- 1º grado: 23
- 2º grado: 27
- 3º grado: 15

Los resultados fueron los siguientes:

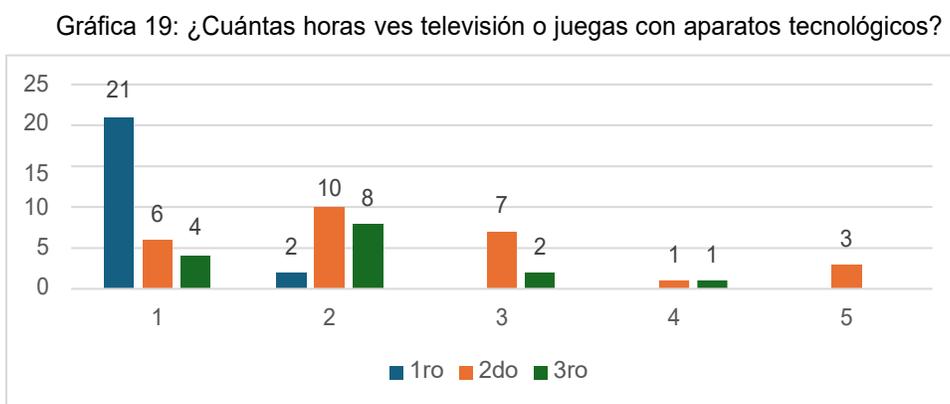
En la pregunta, ¿Qué bebidas o alimentos son mejores? los alumnos de primer y tercer grado prefieren la manzana, mientras que los alumnos de

segundo grado prefieren el agua. Los resultados se muestran en la Gráfica 18:



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada en la escuela primaria Ricardo Flores Magón de Tijuana, Baja California, junio de 2024.

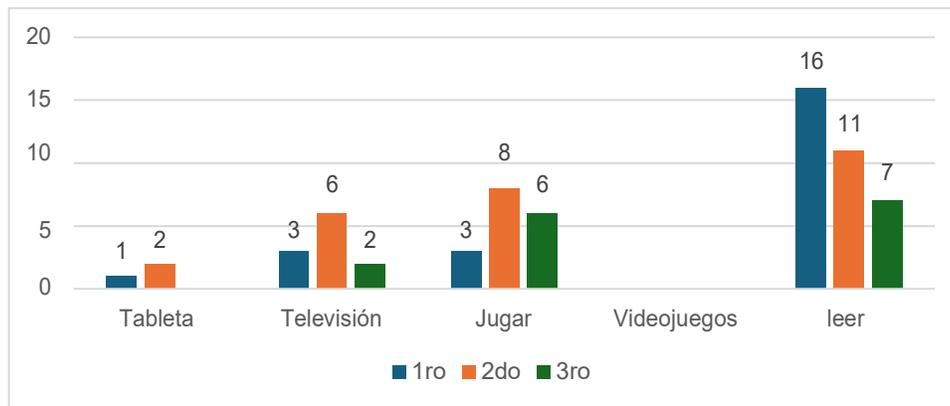
Respecto a la pregunta sobre cuántas horas al día ven televisión o juegan con aparatos tecnológicos los niños, se encontró que la mayoría de los niños de primer grado tienen un tiempo de uso más bajo (1 hora), mientras que los niños de segundo y tercer grado tienen un tiempo de uso más alto (2 horas), como se muestra en la Gráfica 19.



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada en la escuela primaria Ricardo Flores Magón de Tijuana, Baja California, junio de 2024.

Respecto a la actividad favorita de los niños de primaria baja antes de dormir se encontró que 35 niños indicaron que es leer un libro, sin embargo, hay una minoría que prefiere el uso de medios electrónicos antes de dormir.

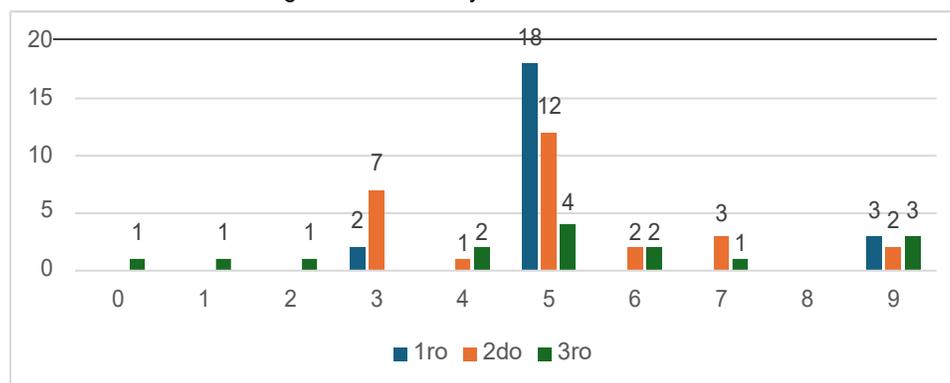
Gráfica 20: ¿Cuál es tu actividad favorita antes de dormir?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada en la escuela primaria Ricardo Flores Magón de Tijuana, Baja California, junio de 2024.

Los resultados a la pregunta ¿cuántas frutas y/o verduras debían comer al día? Fue notorio que los alumnos de primer y segundo grado mostraron una respuesta más uniforme, mientras que los de tercer grado mostraron una mayor variedad en sus respuestas.

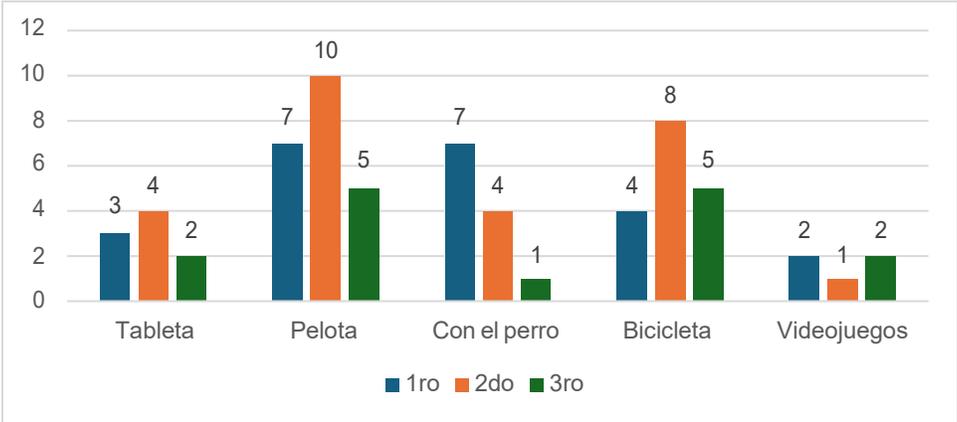
Gráfica 21: ¿Cuántas frutas y/o verduras debes comer al día?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada en la escuela primaria Ricardo Flores Magón de Tijuana, Baja California, junio de 2024.

Se observó que las actividades al aire libre y que implican ejercicio físico fueron las más populares entre los niños encuestados, siendo las siguientes las más mencionadas: jugar a la pelota, jugar con el perro, andar en bicicleta. Estas actividades fueron las favoritas en los tres grupos encuestados. Por otro lado, las actividades que no requieren ejercicio físico y se realizan a través de medios virtuales, obtuvieron una respuesta menor, con menos de cinco menciones por grado.

Gráfica 22: ¿A qué te gusta jugar?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada en la escuela primaria Ricardo Flores Magón de Tijuana, Baja California, junio de 2024.

Por la experiencia de la CSFMEU en la implementación del programa 5210 en el año 2023 y la participación en las versiones anteriores del programa implementadas desde el Consorcio de Salud Fronteriza de las Californias y el Ayuntamiento de Tijuana, se encargó de articular junto a la Jurisdicción de Servicios de Salud de Tijuana a los actores interesados en la implementación de la campaña. Una vez desarrollados los materiales a utilizar la CSFMEU se encargó de revisarlos y comentarlos para su posterior validación.

Por su parte la Jurisdicción de Servicios de Salud de Tijuana, participó en forma conjunta en la integración de los actores involucrados en la campaña, específicamente con la Secretaría de Educación de Baja California y el acercamiento con la Universidad Xochicalco, campus Tijuana.

La Universidad Xochicalco se encargó de la adaptación de los materiales a las edades de los alumnos a quienes se dirigió la campaña y se encargó de su implementación. Para esto, se involucraron las carreras de nutrición, comunicación y educación.

Si bien, existieron otras versiones de la iniciativa 5210 anteriormente, la campaña del 2024 fue iniciativa de la CSFMEU al ser propuesta por la Oficina de Alcance en Baja California para dar continuidad a los trabajos realizados en el año 2023 y por el respaldo de los miembros de Baja California, de la propia Comisión, en la implementación de esta.

Logros

Se alcanzó a **65 alumnos de educación primaria baja**, a quienes se les transmitió un mensaje integral sobre prevención de sobrepeso y obesidad, incluyendo temas como alimentación saludable, consumo de agua, activación física e importancia del sueño.

La campaña contó con la participación de **45 estudiantes** de la Universidad Xochicalco, campus Tijuana.

Se fortalecieron los lazos de colaboración entre las instituciones participantes, incluyendo el sector salud y la academia, y se incorporó la escuela de comunicación de la Universidad Xochicalco, enriqueciendo así el impacto de la campaña.

