

# Alimentación en las tiendas escolares de Medellín en 2012

Disponibilidad y consumo de alimentos

---

Alcaldía de Medellín  
Secretaría de Salud



Alcaldía de Medellín



**Alimentación en las tiendas escolares de  
Medellín en 2012**

Disponibilidad y consumo de alimentos

**ISBN**

-

**Autor Corporativo**

Alcaldía de Medellín- Secretaría de Salud de  
Medellín

**Autor intelectual**

Grupo de investigación:  
Socioantropología de la alimentación – Escuela de  
Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia.

**Coordinadora del grupo**

Luz Marina Arboleda Montoya

**Diseño e impresión:** Divegráficas Ltda.

**Impresión:** enero de 2013

Este estudio se llevó a cabo mediante contrato interadministrativo 4600042068 de 2012 de la Secretaría de Salud de Medellín y operado por la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia.



## **Alcaldía de Medellín**

**Aníbal Gaviria Correa**

Alcalde de Medellín

**Carlos Mario Ramírez Ramírez**

Secretario Vicealcalde de salud, Inclusión Social y Familia

**Gabriel Jaime Guarín Alzate**

Secretario de Salud

**Clara Luz Trujillo Escobar**

Subsecretaria de salud Pública

**Alberto Aristizábal Ocampo**

Subsecretario de Gestión de Servicios de Salud

**Gloria Emilse Urrego Urrego**

Subsecretaria Administrativa y Financiera

## **Investigadora principal**

### **Luz Marina Arboleda Montoya**

Nutricionista dietista, magíster en salud pública,  
Especialista en promoción de la salud  
Candidata a Doctora en ciencias sociales  
Profesora Universidad de Antioquia

## **Co – investigadores**

### **Beatriz Estella López Marín**

Nutricionista dietista, magíster en ciencias  
farmacéuticas y Alimentarias, especialista en  
alta gerencia, candidata a Doctora en ciencias  
farmacéuticas y alimentarias,  
Profesora Universidad de Antioquia

### **María Orfilia Ciro Buriticá**

Antropóloga, magíster en educación y desarrollo humano,  
Profesora Universidad de Antioquia

### **Yadira Isabel Obando Rincón**

Ingeniera agroindustrial,  
Especialista en gerencia de proyectos,

### **Mónica Marcela Duque Gallego**

Interventora

# Contenido

LISTA DE TABLAS.....	7
LISTA DE GRÁFICOS .....	9
LISTA DE MAPAS.....	11
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	13
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	19
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	23
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	25
2.1.    Objetivo general.....	25
2.2.    Objetivos específicos .....	25
<b>3. ESTADO DE LA CUESTIÓN</b> .....	27
<b>4. REFERENTE CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL</b> .....	33
4.1.    Hábitos y cultura alimentaria .....	35
4.2.    Lineamientos y políticas para la operación de las tiendas escolares en algunas ciudades de Latinoamérica .....	39
4.3.    Ley 1355 de obesidad: importancia de su cumplimiento en los establecimientos educativos oficiales y privados. ....	41
4.4.    Contexto y caracterización de la ciudad de Medellín y de las instituciones educativas de carácter oficial y privado .....	48
<b>5. METODOLOGÍA</b> .....	53

<b>6. LINEAMIENTOS TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS DE LAS TIENDAS ESCOLARES</b> .....	63
<b>7. DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS ESCOLARES</b> .....	71
<b>8. CONSUMO, GUSTOS Y RECHAZOS ALIMENTARIOS DE LOS ESCOLARES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS OFICIALES Y PRIVADAS</b> .....	93
<b>9. FACTORES SOCIALES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN Y COMPRA DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS ESCOLARES</b> .....	107
9.1. Influencia de la publicidad de alimentos en los escolares.....	109
9.2. Contextos y dinámicas de la información y educación alimentaria y nutricional en instituciones educativas.....	117
9.3. Relación y dinámica entre la disponibilidad y el consumo de alimentos en las instituciones educativas.....	126
<b>10. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y EDUCATIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS TIENDAS ESCOLARES</b> .....	<b>129</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	137
Anexo A: Encuesta dirigida a personal administrativo de las instituciones educativas .....	145
Anexo B: Encuesta dirigida a tenderos de las tiendas escolares.....	148
Anexo C: Guía de observación en la institución educativa.....	150
Anexo D: Encuesta dirigida a estudiantes.....	152
Anexo E: Guión de entrevista a coordinadores.....	155
Anexo F: Guión de entrevista a estudiantes.....	156
Anexo G: Consentimiento informado .....	157
Anexo H: Base de datos de las instituciones educativas participantes en la investigación .....	158

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Principales alimentos que los niños llevan de colación (refrigerio) desde sus hogares .....	28
Tabla 2.	Bases de alimentación para la población infantil colombiana. ....	45
Tabla 3.	Cantidades recomendadas por grupos de alimentos.....	46
Tabla 4.	Zonas y comunas de Medellín .....	48
Tabla 5.	Viviendas según estrato socioeconómico de Medellín, 2009.....	49
Tabla 6.	IMC (índice de masa corporal) para la edad en niños y jóvenes menores de 18 años según patrones de crecimiento de la OMS.....	51
Tabla 7.	Número total de matriculados por género año 2012. ....	52
Tabla 8.	Establecimientos educativos encuestados de la ciudad, según zona de la ciudad y carácter de la institución. Medellín, 2012.....	56
Tabla 9.	Distribución porcentual de los establecimientos educativos encuestados, según nivel educativo de los estudiantes y carácter de la institución. Medellín, 2012.....	57
Tabla 10.	Técnicas de recolección de información cualitativa e información de la institución educativa donde se realizó. Medellín, 2012.....	58
Tabla 11.	Distribución de los estudiantes encuestados según estrato socioeconómico y carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	59
Tabla 12.	Modalidades de adjudicación de la tienda escolar, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	65
Tabla 13.	Productos alimentarios exigidos en las tiendas escolares, según estrato de los escolares y carácter de la institución educativa. Medellín, 2012 .....	67
Tabla 14.	Aplicación de encuestas de satisfacción a los estudiantes sobre la disponibilidad de alimentos en la tienda escolar, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	69
Tabla 15.	Alimentos que se venden en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	73

Tabla 16.	Alimentos que se venden en las tiendas escolares, según el estrato del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	74
Tabla 17.	Bebidas que se venden en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	74
Tabla 18.	Bebidas que se venden en las tiendas escolares, según estrato socioeconómico de los estudiantes. Medellín, 2012 .....	75
Tabla 19.	Disponibilidad de frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	76
Tabla 20.	Aspectos por los cuales se ofrecen frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	76
Tabla 21.	Aspectos por los cuales no se ofrecen frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	76
Tabla 22.	Disponibilidad de máquinas dispensadoras de alimentos en las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	77
Tabla 23.	Autorización para la venta de otros productos diferentes a alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	78
Tabla 24.	Aspectos que consideran las tiendas escolares para realizar la oferta de alimentos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	79
Tabla 25.	Percepción de la institución sobre lo adecuado de la disponibilidad de alimentos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	80
Tabla 26.	Percepción de los estudiantes encuestados sobre lo adecuado de la disponibilidad alimentaria de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	80
Tabla 27.	Percepción de la institución sobre alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	81
Tabla 28.	Percepción de la institución sobre los aspectos prioritarios para la oferta de alimentos a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	82
Tabla 29.	Oferta de frutas en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	88
Tabla 30.	Compra de alimentos en ventas callejeras por parte de los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	89
Tabla 31.	Venta de otros productos que no son alimentos en las afueras de las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	90
Tabla 32.	Distribución porcentual de estudiantes encuestados, según su consumo de productos lácteos, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	102
Tabla 33.	Distribución porcentual de estudiantes encuestados, según su consumo de productos lácteos, según su estrato socioeconómico. Medellín, 2012.....	102
Tabla 34.	Autorización de la institución educativa para permitir publicidad en la tienda, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	110

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Pirámide poblacional según grupos de edad y sexo (quinquenios).....	50
Gráfico 2.	Distribución porcentual de estudiantes encuestados, según su edad. Medellín, 2012.....	59
Gráfico 3.	Requisitos técnicos tenidos en cuenta para la adjudicación de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	66
Gráfico 4.	Exigencia en la venta de alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	66
Gráfico 5.	Prohibición en la venta de alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012. ....	66
Gráfico 6.	Productos de venta prohibida en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	68
Gráfico 7.	Porcentaje promedio por grupo de alimentos ofrecidos en los establecimientos educativos, según carácter. Medellín, 2012.....	75
Gráfico 8.	Distribución porcentual de los estudiantes encuestados que compran otros productos en las tiendas escolares, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	78
Gráfico 9.	Percepción de las instituciones sobre los aspectos en que es adecuada la disponibilidad de alimentos, según carácter de los establecimientos educativos. Medellín, 2012 .....	80
Gráfico 10.	Aspectos en los cuales los estudiantes encuestados consideran adecuada la oferta alimentaria de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	81
Gráfico 11.	Percepción del empleado de la tienda sobre los alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	83
Gráfico 12.	Percepción de la institución sobre bebidas prioritarias para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	84

Gráfico 13.	Percepción del empleado de la tienda sobre bebidas prioritarias para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	84
Gráfico 14.	Percepción de la mejor oferta alimentaria según los estudiantes de las instituciones educativas oficiales. Medellín, 2012.....	85
Gráfico 15.	Percepción de la mejor oferta alimentaria según los estudiantes de las instituciones educativas privadas. Medellín, 2012.....	85
Gráfico 16.	Percepción de la mejor oferta de bebidas según los estudiantes de las instituciones educativas oficiales. Medellín, 2012.....	85
Gráfico 17.	Percepción de la mejor oferta de bebidas según los estudiantes de las instituciones educativas privadas. Medellín, 2012.....	85
Gráfico 18.	Percepción de la institución sobre alimentos nutricionalmente más adecuados para los escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	86
Gráfico 19.	Percepción de la institución sobre bebidas nutricionalmente más adecuadas para los escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	86
Gráfico 20.	Alimentos ofrecidos en las afueras de las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	87
Gráfico 21.	Clase de frutas ofertadas en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	88
Gráfico 22.	Motivos por los cuales los estudiantes compran alimentos en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	89
Gráfico 23.	Distribución porcentual de los tres alimentos preferidos por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	98
Gráfico 24.	Distribución porcentual de las tres bebidas preferidas por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	99
Gráfico 25.	Preferencia de frutas en el refrigerio por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	100
Gráfico 26.	Preferencia de frutas en el refrigerio por los estudiantes encuestados, según su estrato socioeconómico. Medellín, 2012.....	100
Gráfico 27.	Motivos por los cuales los estudiantes encuestados consumen productos lácteos en el refrigerio, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	103
Gráfico 28.	Productos lácteos preferidos por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	103

Gráfico 29.	Alimentos publicitados en las instalaciones de los establecimientos educativos, según los directivos, de acuerdo a su carácter. Medellín, 2012.....	110
Gráfico 30.	Observación de alimentos publicitados en las instalaciones de los establecimientos educativos, según su carácter. Medellín, 2012 .....	111
Gráfico 31.	Influencia de la publicidad de alimentos en las elecciones alimentarias de los escolares según el tendero. ....	112
Gráfico 32.	Influencia de la publicidad de alimentos en las elecciones alimentarias de los escolares, según los escolares .....	112
Gráfico 33.	Influencia de la publicidad de alimentos en las tiendas escolares sobre la elección en los estudiantes encuestados, según su estrato socioeconómico. Medellín, 2012 .....	112
Gráfico 34.	Existencia de carteles o información sobre alimentación saludable según carácter de la institución educativa. Medellín, 2012.....	118
Gráfico 35.	Existencia de carteles u otro tipo de información sobre alimentación saludable, según estrato socioeconómico de los estudiantes. Medellín, 2012.....	118
Gráfico 36.	Capacitación en alimentos y nutrición infantil a tenderos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	119
Gráfico 37.	Conocimiento de la Ley 1355 de obesidad por parte de los encargados de la tienda, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	119
Gráfico 38.	Conocimiento de la Ley 1355 por parte del directivo de la institución según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	120
Gráfico 39.	Capacitación de escolares sobre alimentación saludable, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012 .....	120
Gráfico 40.	Instituciones y personas que brindan capacitación a los estudiantes sobre alimentación saludable, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.....	121

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1.	División político administrativa de Medellín, Alcaldía de Medellín, 2007 .....	49
---------	--	----



## Glosario de términos

**Aderezos comerciales:** hacen referencia a todas aquellas salsas comerciales como: salsa de tomate, mayonesa, salsas agrídulces, salsa rosada, entre otras. Se le denomina aderezo puesto, acompaña a las comidas y le aporta características organolépticas diferentes que pueden ser más apetecibles o no, dependiendo de los gustos de quién la consuma.

**Alimento funcional:** es aquel que contiene un componente, nutriente o no nutriente, con actividad selectiva relacionada con una o varias funciones del organismo, con un efecto fisiológico añadido por encima de su valor nutricional y cuyas acciones positivas justifican que pueda reivindicarse su carácter funcional (fisiológico) o incluso saludable (1).

**Alimentos congelados:** hace referencia a aquellos alimentos que vienen precocidos y posteriormente son congelados, ejemplos claros son: pizzas, canelones, panzerottis, palitos de queso, empanadas, milanesas de pollo, pinchos, nuggets, entre otros. Se define como: “el producto obtenido por la mezcla y condimentación de alimentos animales y vegetales, con o sin adición de otras sustancias autorizadas, contenidos en envases apropiados, tratados por el calor u otro procedimiento que asegure su conservación, y prestos a ser consumidos después de un breve calentamiento” (2).

**Alimentos en salmuera:** la salmuera es una técnica para conservar los alimentos y aumentar de tal manera su vida útil y así prolongar el tiempo de disponibilidad de los alimentos disminuyendo la proliferación de microorganismos. La salmuera consiste en adicionar agua con altas cantidades de NaCl o sal común (96). Dentro de estos alimentos se encuentran enlatados como: salchichas, aceitunas, pepinillos, tomates, entre otros.

**Alimentos fritos:** se entiende por fritura, el proceso culinario que consiste en introducir un alimento en un baño de aceite o grasa caliente a temperaturas elevadas (150 - 200°C), donde el aceite actúa de transmisor del calor produciendo un calentamiento rápido y uniforme del producto (3).

Dentro de estos alimentos se encuentran los fritos tradicionales (empanada, buñuelo, papa rellena, entre otros) y los fritos procesados (panzerotti, palito de queso, empanada chilena, etc.). Estos alimentos dentro de la investigación son de gran importancia, porque según una definición encontrada: “Cocinar los alimentos con aceite hace que las comidas resulten sabrosas y apetecibles, sin embargo, consumir frituras frecuentemente aumenta significativamente la ingesta calórica y puede conducir al sobrepeso y a la obesidad”. Aunque los aceites poseen gran cantidad de nutrientes indispensable en el organismo como vitamina E, ácidos grasos esenciales entre otros, la calidad de estos nutrientes depende y se ve afectada por el tipo de aceites y la reutilización de los mismos.

**Alimentos procesados:** son todos aquellos alimentos que son modificados mediante procesos físicos o químicos, para ser conservados en condiciones óptimas para el consumo humano.

**Almuerzo:** es una de las comidas principales del día, consumida usualmente en el contexto colombiano en horas del medio día y esta compuesto por: sopa, seco ( arroz, carne, tajadas, ensaladas) y sobremesa.

**Bebidas azucaradas:** a estas bebidas se les atribuye el alto contenido de azúcar y no contienen ninguna cantidad de fruta. Es importante tener en cuenta que los jóvenes están expuestos a una cantidad excesiva de mercadeo de bebidas azucaradas, las cuales aumentan el riesgo de obesidad y diabetes (4).

**Bebidas calientes:** dentro de este grupo se encuentran el café, el chocolate, el té, el tinto y las aguas aromáticas (5). Como su nombre lo dice son bebidas que se toman calientes por lo general en las horas de la mañana.

**Bebidas gaseosas:** también denominadas bebidas carbonatadas, “pueden ser definidas como aquellas bebidas que son generalmente endulzadas, saborizadas, acidificadas y cargadas con dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>). Este nombre fue derivado del método original de cargar el agua con CO<sub>2</sub>, preparado de bicarbonato de sodio o carbonato de sodio... el sabor y la calidad de las bebidas carbonatadas dependen en alguna medida de la cantidad y características del ácido adicionado” (6).

**Bebidas lácteas:** son productos compuestos, que se obtienen por la mezcla de leche fermentada y otros ingredientes no lácteos.

**Caldos y sopas concentradas:** los caldos concentrados hacen referencia a la “conserva alimenticia que resulta de la cocción de carnes, vegetales y sustancias ricas en proteínas, también al producto presentado en forma semilíquida o viscosa, que se bebe mediante el previo agregado de agua” y las sopas concentradas: “la conserva alimenticia elaborada a base de caldos con agregado de pastas frescas o secas, sémola, féculas, grasas alimenticias, extractos de carne, e hidrolizados de proteínas” también hace referencia a: “sopa semilíquida o viscosa, para ser consumida mediante el agregado de agua, de acuerdo al modo de empleo indicado en su rotulación” (7).

**Carácter del establecimiento:** hace referencia a la condición administrativa de la institución educativa, si es pública o privada.

**Cárnico:** parte comestible de animales (músculo, tejidos blandos ) cultural y legalmente aceptados

para el consumo de la población. Estas carnes pueden ser consumidas de forma primaria o ser procesadas en la industria de alimentos; estas carnes pueden contener o no especias y aditivos permitidos.

**Comida chatarra:** son preparaciones elaboradas con alimentos ricos en grasas, sal, o azúcar, contienen también gran cantidad de aditivos alimentarios, como el glutamato monosódico, la tartracina entre otros. Estas comidas gozan de gran prestigio social entre la población más joven, y es consumida por éstos con gran frecuencia, además son preparaciones de fácil elaboración, por eso también son conocidas como comida rápida.

**Comidas rápidas:** la comida rápida o “fast food” “se define como cualquier comida que se cocina fácilmente y que se vende en restaurantes para ser consumida rápidamente o llevarla para comer en casa” (8). Este tipo de comida de ser un hábito cotidiano puede traer efectos nocivos para la salud, ya que, estos productos son hechos particularmente con grasas saturadas y en ocasiones las condiciones de higiene no son las más aptas. Estas comidas son muy llamativas por el alto contenido de componentes como salsas, tocineta, etc. En el artículo: Composición grasa de diversos alimentos servidos en establecimientos de “comida rápida”, hacen referencia del por qué de la preferencia de estas comidas, “En las últimas décadas se han producido cambios sustanciales en los hábitos alimenticios de la población, debido a diversos factores como pueden ser el ritmo vida, la incorporación de la mujer al ámbito laboral y la influencia de los medios de comunicación y publicitarios. Todo ello ha contribuido al aumento y generalización de consumo de alimentos que se venden o bien ya preparados, precocinados, o semi-elaborados, o la alimentación directamente en el tipo de establecimientos de los denominamos de “comida rápida”. También contribuye a ello el hecho de que se trata de alimentos sabrosos y que tienen un aspecto que corresponde con el gusto del consumidor” (9).

**Dispensador de alimentos:** máquina que contiene en su interior alimentos, los cuales pueden ser variados y brindar dulces, snacks, galletas, bebidas gaseosas, entre otros, cada uno lleva un código para reconocer y elegir lo que se quiere. Al introducir una moneda o billete y el código perteneciente al producto, se emite una señal a la máquina para que salga el alimento a una bandeja donde se puede retirar el producto con facilidad y poderlo consumir.

**Disponibilidad de alimentos:** es la cantidad de alimentos con que se cuenta a nivel nacional, regional y local. Está relacionada con el suministro suficiente de estos frente a los requerimientos de la población y depende fundamentalmente de la producción y la importación. Está determinada por: la estructura productiva (agropecuaria, agroindustrial), los sistemas de comercialización internos y externos, los factores productivos (tierra, crédito, agua, tecnología, recurso humano), las condiciones ecosistémicas (clima, recursos genéticos y biodiversidad), las políticas de producción y comercio, y las tensiones sociopolíticas (relaciones económicas, sociales y políticas entre actores) (88). Ésta información concuerda con la definición de disponibilidad de alimentos que se encuentra en el artículo de investigación: Disponibilidad de alimentos como factor determinante de la Seguridad Alimentaria y Nutricional y sus representaciones en Brasil; “El suministro o disponibilidad de alimentos es un requisito esencial para la seguridad alimentaria y el bienestar nutricional de la población en constante crecimiento. Depende de la producción, principalmente en los países en desarrollo y, en las zonas rurales, depende específicamente de la producción para el consumo, en la cual juega un papel esencial la agricultura, visto que la mayoría de la población depende, o está vinculada, a

esta forma directa de obtener alimentos. La disponibilidad de alimentos, depende, además, de la reducción de pérdidas post cosechas; de las políticas comerciales; del volumen de las importaciones (principalmente en los países desarrollados) y exportaciones; de los precios internacionales de los alimentos; de la disponibilidad de divisas para importar alimentos; y de la disponibilidad de ayuda alimentaria” (10).

**Disponibilidad de alimentos en esta investigación:** es la oferta de alimentos existente para todo el estudiantado en las tiendas escolares, a continuación se definirán los alimentos que usualmente más se ofertan en las tiendas escolares:

- Dulces: son alimentos de bajo contenido nutricional, constituidos generalmente por azúcares, grasas y aditivos, con formas y sabores diversos.
- Alimentos fritos: son productos cocinados con aceite; los hay de dos tipos: los fritos tradicionales (empanada, buñuelo, papa rellena) y los fritos procesados (panzerotti, palito de queso, empanada chilena).
- Frutas: son los frutos de diversas especies de árboles y arbustos, con gran contenido de vitaminas, minerales, fibra, agua.
- Galletas: productos elaborados con harinas de diversidad de cereales que pueden ser integrales o no; elaborados en un proceso de amasado y horneado, a los cuales se les adiciona o no aditivos permitidos.
- Helados: producto lácteo resultante del batido y de la congelación de una mezcla de leche, derivados lácteos y otros productos.

**Jugos naturales:** líquido sin fermentar, pero fermentable, que se obtiene de la parte comestible de frutas en buen estado, debidamente maduras y frescas o frutas que se han mantenido en buen estado por procedimientos adecuados, inclusive por tratamientos de superficie aplicados después de la cosecha de conformidad con las disposiciones pertinentes de la Comisión del Codex Alimentarius. Exprimido directamente por procedimientos de extracción mecánica (11).

**Jugos procesados:** son aquellos productos industriales, definidos como la: “reconstitución del jugo concentrado de fruta, con agua potable” (11).

**Lonchera:** es un conjunto de alimentos que tiene por finalidad proveer a los alumnos de la energía y nutrientes necesarios para cubrir sus recomendaciones nutricionales, mantener adecuados niveles de desempeño físico e intelectual y desarrollar sus potencialidades en la etapa de desarrollo y crecimiento correspondiente. Constituye una comida adicional a las tres comidas principales, por lo consiguiente no es un reemplazo de las mismas, contiene del 10% al 15% del valor calórico total de los alimentos ingeridos en el día, lo que se traduce en unas 150 a 350 Kcal (dependiendo de la edad, peso, talla y actividad física); y puede suministrarse a media mañana o media tarde dependiendo de la jornada escolar (12).

**Productos de panadería:** según un análisis de productos panificados de Argentina, se definen

como los “productos obtenidos por la cocción en hornos y a temperatura conveniente de una masa fermentada o no, hecha con harina y agua potable, con o sin el agregado de levadura, con o sin la adición de sal, con o sin la adición de otras sustancias permitidas para esta clase de productos alimenticios” (13).

**Productos y bebidas lácteas:** la leche es considerada “el producto de secreción de las glándulas mamarias de las hembras mamíferas, siendo el alimento único durante el periodo de lactancia de las diferentes especies” (14). Es de la leche que se derivan los diferentes alimentos lácteos; dentro de este grupo se incluyen productos como: leche líquida, leche en polvo, helados, leche condensada, yogurt, kumis, bebidas lácteas, queso, quesito, cuajada, mantequilla y queso crema. Los productos lácteos son considerados alimentos funcionales.

**Repostería:** hace referencia a los postres; platos dulces que se consumen al final de las comidas principales.

**Snacks:** Conocidos como productos empacados o más coloquialmente como mecato. Los snacks hacen parte de la comida chatarra, porque tienen exceso de aditivos, preservantes, y de nutrientes como el sodio, las grasas y los carbohidratos, que pueden no ser benéficos para la salud, si se consumen frecuentemente y en altas cantidades.

**Ventas callejeras o ambulantes:** “trabajo autónomo en los cuales los trabajadores buscan el bienestar y un hogar digno para su familia según Magda Alicia define “los vendedores ambulantes o semifijos son la expresión más evidente de la imposibilidad estructural que tiene los países de las economías capitalistas semicolonias para absorber en su estructura económica la totalidad de la población económicamente activa”” (15).



## Presentación

En Medellín, la situación de salud pública, según el Plan de Salud Municipal 2012 - 2015, “Medellín, ciudad saludable” refiere que en el período de 2005 a 2010 las causas de mortalidad general, que predominaron en la ciudad, fueron las muertes por enfermedades circulatorias y por causas externas (16). Esto coincide con la causa principal de mortalidad en las Américas a diciembre de 2011, que fueron las enfermedades isquémicas del corazón con el 11,24%, según la Organización Panamericana de la Salud – OPS (17).

Uno de los factores de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles, que incluso, por su dimensión hoy, algunos consideran también como una enfermedad, es la obesidad y el sobrepeso, que desde 1980 se ha doblado en todo el mundo de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud –OMS (18). En 2010, alrededor de 40 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso, a pesar de que es un factor de riesgo prevenible. El 65% de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal.

En Medellín, según el Perfil Alimentario y Nutricional en el año 2010 (19), el sobrepeso fue del 18% en la población menor de 18 años y 37% en la población entre 19 y 69 años. La obesidad se presentó en el 8% de los menores de 18 años y en el 16% de la población entre 19 y 69 años; en comparación al 13% de delgadez y riesgo de delgadez en menores de 18 años y el 3% en población entre 19 y 69 años.

El exceso de peso se consideran un problema que puede llegar a reducir la esperanza de vida de una persona hasta en diez años, generando una elevada carga económica para la sociedad. Estas cifras reflejan las deficiencias en la calidad y cantidad de la alimentación consumida, especialmente en poblaciones con bajas condiciones de vida e ingresos, o con procesos de desarrollo acelerado, situaciones que conllevan a la existencia de “una paradoja nutricional”, dado que coexisten al mismo tiempo el bajo peso y la baja talla así como el exceso de peso y la obesidad (19).

Estas situaciones en salud son las expresiones de modos acelerados de industrialización, urbanización y consumo masivo que se traducen, entre otros, en hábitos de alimentación poco saludables. Por tanto se requiere un análisis del contexto epidemiológico y de las micro realidades tendiente a identificar la disponibilidad de los recursos económicos y el acceso a servicios de salud y educación; además de identificar la viabilización de políticas públicas enfocadas a acciones costo efectivas de diversa índole en términos de prevención, curación y cuidados (20).

En el ámbito nacional es necesario mejorar el estado de salud de la población colombiana a través de áreas como la promoción de la salud y la calidad de vida. En este plan, se establece como una de las prioridades nacionales en salud, la promoción de la nutrición y la prevención de las enfermedades crónicas no transmisibles, con responsabilidades locales, que enfoquen sus estrategias al análisis de la situación de salud de la población, la adaptación, coordinación y articulación de actores intra y extra-sectoriales frente a las metas del Plan de Salud Territorial y el ejercicio de la autoridad sanitaria para garantizar la promoción de la salud, la prevención de los riesgos y la recuperación y superación de los daños en salud.

La ley 1355 de 2009 define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública, lo que induce a la adopción de medidas para su control, atención y prevención. Esta ley involucra varios sectores e instituciones nacionales, como ministerios (Salud y Protección Social, Educación, Transporte), el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar –ICBF y la academia, entre otros, para la promoción de estrategias hacia la adopción de una alimentación saludable y balanceada y la actividad física. Los entornos en los cuales se hace especial énfasis son los establecimientos educativos oficiales y privados, en los cuales se ofrezcan alimentos que garanticen una adecuada oferta según las guías alimentarias, y de acuerdo con las características culturales de cada localidad (21). Esta Ley, aún no reglamentada, ha sido una necesidad manifiesta de la comunidad, que requiere de estrategias para promover una vida saludable, por lo cual, desde el nivel nacional, se cuenta con líneas de acción del Ministerio de Salud y Protección Social y del Plan Decenal de Salud Pública donde se induce a los entes territoriales a promover actividades al respecto (22).

El Plan de Desarrollo 2012 - 2015 «Medellín un hogar para la vida» sitúa la salud en la Línea 1: Ciudad que respeta, valora y protege la vida, la cual, a su vez, contiene el Plan de Salud Municipal, en el que se identifica como una problemática, la alta prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población. Dentro de las causas se identifican prácticas alimentarias influenciadas por la industrialización, inadecuados hábitos alimentarios, ausencia de lineamientos que regulen la oferta de alimentos en las tiendas escolares, ausencia de un programa de educación alimentaria y de estilos de vida saludable, y desinformación en cuanto a la interpretación del etiquetado y del contenido nutricional de los productos ofrecidos.

Algunas de las soluciones que se proponen en este Plan incluyen el establecimiento de lineamientos y estrategias de educación alimentaria y nutricional en los diferentes programas de salud pública y en el sector educativo, el fortalecimiento de los programas y proyectos de la Secretaría de Salud dirigidos al fomento de estilos de vida saludable, en desarrollo de investigaciones con orientación social y cultural en las que se identifiquen la oferta y demanda en las tiendas escolares, y la participación intersectorial en la construcción de lineamientos para la oferta alimentaria en estos escenarios (16).

La Secretaría de Salud de Medellín, acorde con la finalidad de mejorar el estado de salud de sus poblaciones inició su accionar con el desarrollo de una investigación en las tiendas escolares de los sectores público y privado en la ciudad denominada “Disponibilidad y consumo de alimentos en las tiendas escolares de instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad de Medellín”, con el objetivo de evidenciar como es la disponibilidad y consumo de alimentos en estas instituciones, mediante la identificación de los lineamientos actuales en su funcionamiento, la caracterización de la oferta alimentaria desde la perspectiva nutricional, el consumo por parte de los escolares, los aspectos sociales, culturales y económicos que inciden en la selección y el consumo, la influencia de las tiendas externas, la relación entre la disponibilidad y el consumo de alimentos.

Los hallazgos del estudio servirán de referente para orientar acciones encaminadas a mejorar la disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares de la localidad, y para definir lineamientos de mejora y adjudicación de las tiendas escolares, que se traducirán en intervenciones que contribuyan a la promoción de una alimentación adecuada y saludable en el entorno escolar, y a la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles en los jóvenes y escolares de la Ciudad.

FIRMA

**Gabriel Jaime Guarín Alzate**

Secretario de Salud

Enero 17 de 2013



# 1. Introducción

La etapa escolar constituye un periodo desacelerado de crecimiento y desarrollo físico e intelectual con respecto a otras etapas, en la que se adquieren hábitos alimentarios, que son influenciados por factores personales, interpersonales y sociales, además alrededor de estos hábitos se van configurando unos significados aprendidos socialmente, de lo que es bueno para comer de acuerdo con los espacios en los que se está llevando a cabo el acto alimentario (23).

Estos hábitos alimentarios se adquieren y se instauran al interior de los hogares, siendo la familia quien los transmite en una relación padre, madre o adulto a niño, así como la escuela o colegio, que es otra institución que enseña y promueve adecuados hábitos de vida y de alimentación a los escolares. Los pares generacionales también influyen en la formación de hábitos y consumo alimentario, pues a medida que los niños van creciendo y van aumentando sus relaciones interpersonales y se van haciendo más independientes, sus hábitos alimentarios van cambiando e instaurándose como producto de diversidad de influencias, entre las que se suman las de su entorno más próximo y la de los medios masivos de comunicación, en especial la televisión (24).

Desde muy temprana edad, los niños consumen una o dos comidas del día en las instituciones educativas, pues estos pasan allí entre seis y ocho horas; dichas comidas, las consumen por diferentes modalidades, algunos reciben los alimentos por los programas implantados como políticas estatales en las instituciones educativas, otros llevan las loncheras servidas desde sus hogares, otros por alimentación contratada en las mismas instituciones y otros en las tiendas que funcionan y prestan sus servicios al interior de dichas instituciones, muchos por las combinaciones de las anteriores (25).

Los preescolares, consumen sus alimentos principalmente por medio de las dos primeras modalidades (restaurantes escolares y loncheras), pero a medida que van creciendo, los niños se van haciendo más independientes y prefieren elegir ellos mismos los alimentos a consumir, acorde a sus gustos alimentarios y a la dinámica alimentaria en las diferentes instituciones; de esta manera van

diversificando sus gustos y prácticas alimentarias. Es por ello, que los escolares de tercer o cuarto grado en adelante prefieren comprar en la tienda escolar, por lo cual algunos padres asignan una cuota de dinero para que los niños compren y consuman algunos alimentos en la tienda, constituyéndose en la primera instancia de libre elección y acceso a los alimentos por parte de escolares y jóvenes.

Dicha elección de alimentos en las tiendas escolares, la hacen de manera autónoma, acorde a sus hábitos alimentarios, presiones de sus pares generacionales, publicidad alimentaria de la televisión y otros medios, y por la oferta alimentaria que encuentran en estos expendios de alimentos.

La relevancia que han adquirido los hábitos alimentarios y su relación con escenarios como la tienda escolar, se debe a los resultados arrojados en los perfiles nutricionales, que muestran el aumento de la incidencia de sobrepeso y obesidad en la población infantil, caso específico del *Perfil Alimentario y Nutricional de Medellín* realizado en el año 2010, el cual muestra una prevalencia de sobrepeso para niños entre 5 y 10 años de 19,4% y de obesidad de 9,8%; y en jóvenes de 11 a 18 años la prevalencia de sobrepeso de 15,2% y de obesidad de 5,6% (19).

El mayor riesgo de la obesidad es que conlleva al desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles como hipercolesterolemia, hipertrigliceridemia e intolerancia a la glucosa, las cuales constituyen factores de riesgo para la ocurrencia de enfermedades cardiovasculares en la edad adulta y en el retraimiento y baja autoestima en los niños y jóvenes (22).

Visto de esta manera, las tiendas escolares adquieren suma importancia para la configuración de hábitos alimentarios y para lograr un buen estado nutricional de los menores, pues se convierte en el entorno más próximo para favorecer o no, la adecuada selección de alimentos; sin embargo, las tiendas escolares no han sido intervenidas a nivel local desde la reglamentación, vigilancia y control.

En Colombia se han llevado a cabo algunas iniciativas con el fin de que la tienda escolar se convierta en una instancia favorecedora de salud, las cuales se han basado en iniciativas internacionales, que se han orientado a instaurar programas educativos en el entorno escolar, pero no han sido iniciativas permanentes, integrales o de gran trascendencia. Dada la relevancia del fenómeno, se requiere la instauración de políticas públicas permanentes e integrales enfocadas en la creación de lineamientos claros y programas educativos que procuren el bienestar de la población infantil.

Esta investigación se enmarca en diferentes políticas sociales como la ley de obesidad, (Ley 1355 de 2009), que considera a la obesidad y a las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública. Esta ley define que los entes públicos de los diferentes niveles son los responsables de promover los ambientes sanos y de diseñar las políticas dirigidas a favorecer ambientes saludables y seguros. Además, propone que los establecimientos educativos oficiales y privados del país, en donde se ofrezcan alimentos para el consumo de los estudiantes, deberán garantizar la disponibilidad de frutas y verduras (26).

En esta investigación se pretendió indagar por la dinámica de oferta y demanda en las tiendas escolares y por las elecciones y gustos alimentarios de los escolares. Los resultados obtenidos servirán de insumo para estructurar una propuesta de intervención contextualizada y ajustada a la realidad de la interacción oferta - demanda en las tiendas escolares de la ciudad, que esté además, respaldada por la normatividad vigente.

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo general

Identificar la disponibilidad y consumo de alimentos en las tiendas escolares de las instituciones educativas, de carácter oficial y privado de la ciudad de Medellín.

### 2.2. Objetivos específicos

- Identificar lineamientos existentes para la adjudicación de las tiendas escolares por parte de las instituciones educativas.
- Caracterizar la oferta de alimentos a nivel escolar enfatizando en las tiendas escolares de las Instituciones educativas de la Ciudad.
- Identificar el consumo de alimentos de los escolares en las instituciones educativas.
- Interpretar algunos aspectos sociales y culturales que afectan el consumo y la selección de los alimentos de los escolares en la tienda.
- Analizar la oferta y el consumo de alimentos de los escolares en las tiendas externas a las instituciones educativas.
- Identificar la relación entre la disponibilidad de alimentos y el consumo por parte de los estudiantes.
- Definir lineamientos que sirvan de base para realizar intervenciones de mejoramiento de la oferta alimentaria en las tiendas escolares, y en la selección de una alimentación saludable por parte de los estudiantes.



## 3. Estado de la cuestión

### España: Estudio del comportamiento alimentario en escolares de 11 a 13 años de Barcelona, 2000 (27)

Fue un estudio transversal que indagó por el entorno familiar, los hábitos cotidianos y las características sociales que influyen en la alimentación de los escolares de 11 a 13 años; se analizaron 65 escuelas de la Provincia de Barcelona durante el segundo trimestre del 2000, tomando una muestra de 2.354 escolares (mitad niños y mitad niñas) de 6° de enseñanza primaria y 1° y 2° de enseñanza secundaria, los cuales fueron encuestados por 73 farmacéuticos. El cuestionario a resolver por los escolares estaba compuesto por 39 preguntas referentes al entorno familiar, hábitos alimentarios y los estilos de vida, como el tiempo usado en la televisión y en la actividad física.

En este estudio se encontró que las familias estaban conformadas casi siempre por dos hijos y ambos padres (88%), o los niños con sus abuelos (12%). Se evidenció también un bajo acompañamiento familiar durante las comidas principales en días de trabajo, por lo que los niños, especialmente en el desayuno (46%) comen solos y lo que les apetece. En cuanto a la merienda, hay una proporción del 55% de los niños que comen lo que quieren, sin encontrar diferencias significativas de permisividad de alimentos entre los que viven con sus padres y los que viven con sus abuelos.

También se encontró que los padres de escolares de centros privados se levantan a prepararles comida de calidad a sus hijos, y enseñan dentro de sus hábitos a dedicar menos horas a la televisión y a comer menos comidas no recomendables para la salud: comidas rápidas, dulces, snacks, etc. Lo contrario sucede con los niños pertenecientes a los centros públicos, los cuales dedican mayor tiempo a ver televisión, y consumen más cantidad de comida rápida, dulces y postres.

De esta investigación se puede concluir que los padres normalmente deciden los alimentos que se compra o no dentro de la canasta básica de alimentos del hogar, pero a la hora de consumir dichos

alimentos, son los niños quienes deciden qué consumen, principalmente en el desayuno y en la merienda, a la vez determinan las horas de consumo y la actividad que acompañara dicho consumo (jugando video juegos, viendo televisión, etc.).

## Chile: Colaciones habitualmente consumidas por niños de escuelas municipalizadas: motivaciones para su elección, 2008 (28).

La investigación fue realizada en dos escuelas con características similares en sus kioscos (tiendas escolares) en cuanto a variedad de alimentos ofrecidos, inexistencia de ventas a las afueras e igual índice de vulnerabilidad escolar. Se incluyeron niños que no habían tenido controles ni programas de prevención de obesidad ni un tratamiento nutricional en algún centro de salud; se tomaron 668 niños de 10 a 13 años (355 niños y 313 niñas) entre los grados 4to y 7mo.

Se buscó determinar el origen de las colaciones, la disponibilidad económica de los niños, las preferencias alimentarias al momento de la compra y las motivaciones de la compra de alimentos de alta densidad calórica.

Dentro de los resultados arrojados frente al origen de las colaciones consumidas se encontró que el 33% de los niños llevan colación de sus casas, el 30% la compran en el kiosco y el 29% la obtienen de manera mixta, llevan parte de sus casas y la otra parte la compran en el kiosco, y el 8% no consumen colación.

**Tabla 1.** Principales alimentos que los niños llevan de colación (refrigerio) desde sus hogares

Alimento	Porcentaje
Frutas	35,60%
Refrescos con azúcar	34,10%
Yogur	31,10%
Productos envasados dulces y emparedados	21,50%
Leche	14,20%
Barras de cereales	12,80%
Bolsitas de cereales	11,30%
Bebidas gaseosas	10,40%
Frutos secos	2,10%

Respecto a la cantidad de dinero del que disponían los niños para comprar alimentos se halló que el 26,7% llevaba entre \$200 y \$300 (aproximadamente \$800 pesos colombianos); de \$300 a \$400 el 19,5%; y los que llevaban entre \$500 a \$1.000 representaban el 21,9%. Un 9,2% contaba con más de \$1.000 diarios para comprar alimentos en el kiosco (\$3761 colombianos). “El 68% de los niños señaló que el dinero que utilizaban para comprar alimentos en el colegio se los daban sus padres, mientras que un 11,8% indicó a otro familiar como abuelos, hermanos y tíos” (28).

Por otra parte, dentro de los alimentos que los niños prefieren comprar con su dinero se encuentra una preferencia muy marcada por productos envasados, dulces como galletas y chocolates (35%); los refrescos con azúcar y helados (32%) y productos envasados salados como ramitas (palitos de harina salados y empaquetados), papas fritas, suflés y galletas saladas (30%).

Dentro de las motivaciones principales de los niños para comer colaciones de alta densidad calórica se encontró que la principal con un 82%, es su sabor agradable, seguido de un 46% por disponibilidad, el 38% por bajo precio, el 37% porque sus compañeros compran dichos productos, el 24% motivados por la publicidad en la televisión, el 16% indicaron que la moda era lo que los motivaba a comprar, el 13% por el envase y el 12% por la inclusión de regalos. Ante la consulta sobre la motivación a comprar alimentos saludables, los niños destacaron que estos alimentos deberían ser más ricos (66%), más económicos (52,4%) y que los vendieran en el kiosco (51,8%).

Los niños cuentan con una cantidad de dinero con la que pueden acceder a diferentes alimentos; al encontrar una oferta en la que puedan acceder a más cantidad de alimentos por un menor precio, estos la prefieren.

“Actualmente en Chile, la Estrategia Global contra la Obesidad, apoyada por la alianza que se ha producido entre las universidades y las empresas de alimentos en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, representa una gran oportunidad para contribuir a hacer más efectivas las intervenciones de promoción y educación que se realizan actualmente, con el fin de frenar la continua tendencia al incremento del sobrepeso, obesidad y factores de riesgo asociados, que actualmente afectan a tantos niños chilenos” (28).

### Chile: Cambios en el patrón de consumo de alimentos en escolares Chilenos con la implementación de un Kiosco saludable, 2006 (29)

Con base en los resultados que se obtuvieron en la anterior investigación (Colaciones habitualmente consumidas por niños de escuelas municipalizadas: motivaciones para su elección, 2008) y con el conocimiento de la relación existente entre los inadecuados hábitos alimentarios, hábitos de vida y la influencia del ambiente familiar y social en la aparición de la obesidad humana, se creó una estrategia para desarrollar en la Escuela Villa Macul D-200, utilizando una escuela patrón (José Bernardo Suárez No 167), en la que no se hicieron intervenciones y la cual presentaba similitudes en cuanto a ventas en tienda y condiciones socioeconómicas de los niños.

El espacio o kiosco saludable se desarrolló a lo largo de un año, con evaluaciones en dos tiempos diferentes, dichas evaluaciones se realizaron al principio de año y al finalizar el año académico en ambas escuelas, utilizando un instrumento por medio del cual se identificaron los alimentos que consumían los niños en horas escolares, y los motivos para hacerlo.

En el kiosco saludable se inicio la venta de los siguientes alimentos saludables sándwich de palta y queso fresco o tomate, yogur y leches descremadas, flanes y postres de leche, galletas sin azúcar, jaleas y cereales, snacks de bajo aporte calórico, frutas, frutos secos y deshidratados, jugos, bebidas light y agua mineral; en el momento de la venta se entregaba a los niños implementos para jugar, promoviendo así la actividad física. Tres meses después de haber introducido los alimentos anteriormente mencionados se empezaron a disminuir los alimentos poco saludables como pizzas, hot dogs, papas fritas, helados de crema y agua, jugos y bebidas con azúcar.

En la primera evaluación que se obtuvo en el colegio intervenido con el kiosco saludable, mostró que los niños consumían poca cantidad de frutas y verduras en horas escolares debido a las llamadas

“Barreras de Consumo”, es decir, poca variedad, baja oferta y bajos gustos personales con respecto a las frutas y verduras. Luego, los resultados que arrojó la evaluación fue positiva, se aumentó el consumo de frutas, leche y productos lácteos, sándwich, snacks salados, frutos secos, jugos sin azúcar y paletas de agua, lo que demuestra que los niños consumen lo que se les ofrece, además, se disminuyó la venta de snacks dulces, y se aumentó el consumo de yogur y jugos llevados desde el hogar.

En la escuela que no fue intervenida o escuela patrón, se incrementaron las ventas de frutas, bebidas dulces, snacks salados y dulces, tortilla frita y helados en agua, se disminuyó la venta de alimentos como leche y productos lácteos, frutos secos y paletas de agua. Respecto a los alimentos que los niños traen desde el hogar, se notó un aumento en las frutas, la leche y los productos lácteos, las barras de cereal, los jugos y los snacks, tanto dulces como salados.

Los resultados son claros e indican que a gran cantidad de niños le gusta consumir frutas a la hora del descanso pues las compran a la hora del recreo. Es importante resaltar que el éxito de este estudio radicó en la implementación de estrategias integrales: disponibilidad de alimentos saludables en los kioscos, disminución de alimentos altos en grasa y en sodio y la utilización del marketing social.

### Argentina: Alimentación infantil en el ámbito escolar: entre patios, aulas y comedores, 2008 (30)

Esta investigación fue realizada en la ciudad de Buenos Aires Argentina, la cual tenía como objetivo describir y analizar los consumos alimentarios de los niños y niñas durante los recreos escolares, en escuelas primarias de gestión estatal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El universo del estudio lo constituyeron 454 escuelas de primaria de gestión estatal, las cuales contaban con 150.000 matriculados en ese año. El 15% de dichas escuelas disponían de un kiosco en su interior, la oferta de ese tipo de establecimientos no tenía control para el momento del trabajo de campo el cual fue realizado en 18 escuelas.

“En el ámbito de la Ciudad en el área de educación primaria se brindan las siguientes prestaciones: desayuno y/o merienda (de acuerdo al turno) para todos/as los/as alumnos/as que quieran consumirlo; almuerzo en todas las escuelas de jornada completa con modalidad paga o por beca. Además, en escuelas de jornada simple se brinda la prestación de refrigerio (sándwich de fiambre jamón/pollo con queso y una fruta o repostería) –a través de becas– y, en algunas, de almuerzo. Además se entrega un refuerzo (consistente en una colación, por lo general de algún lácteo) a aquellos/as niños/as con déficit nutricional. Estas prestaciones son brindadas a través de empresas concesionarias, que deben cumplir las pautas del pliego de licitación, definidas y supervisadas por el equipo técnico de la Dirección General de Servicios a las Escuelas dependiente del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires”.

En una escuela en especial, se estaba llevando a cabo una propuesta piloto, en coordinación de la ONG “5 al día”, el Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad en la cual se entregaban frutas un día a la semana para que fueran consumidas en el descanso. Esto se hizo porque los niños manifestaban que eran blanco de burlas al comer frutas en el recreo ya que los mayores no lo hacía, situación que cambió al regalar frutas a la hora del descanso, aumentando la prevalencia de niños

que consumían dicho alimento en un 95%. En un recreo, hicieron una prueba, en la cual partían la naranja en cascotes y la dejaban en una mesita y todos los niños que se acercaron, por el olor y por el hecho de que los compañeros estaban allí, consumieron fruta, botando las cáscaras tal y como se les pidió, esto demuestra que a los niños les gustan las frutas y la mayoría de los que se acercaron manifestaron su gusto personal por las frutas. La oferta de las frutas fue acompañada de educación nutricional e higiene.

Los datos se recolectaron mediante visitas a cada escuela por 3 o 4 semanas con instrumentos de observaciones de todos los recreos de la jornada en los diferentes patios, observaciones al momento del desayuno y del almuerzo, entrevistas abiertas al personal administrativo, en especial a la vicedirectora, quien conoce la organización y el control de las empresas que brindan las prestaciones alimentarias, entrevista a docentes, entrevistas semiestructuradas a personal de la cocina y kioscos, una encuesta autoadministrada para los hogares de los niños y niñas de los grados seleccionados y grupos focales con una muestra de niños y niñas de 3º, 5º y 7º (se decidió trabajar con 3º, 5º y 7º grado por ser, respectivamente, el último de cada ciclo en el que se divide la escuela primaria en la Ciudad).

La encuesta autoadministrada fue creada con la intención de conocer información sociodemográfica de los hogares, frecuencia de consumo de una selección de alimentos y bebidas en los recreos y en el hogar, y hacer una puntuación específica con estos alimentos, en cuanto a aporte nutricional, costo, practicidad, rendimiento y gusto de los niños. Los grupos focales y las entrevistas permitieron conocer las explicaciones sobre los consumos de alimentos informales.

Los alimentos que fueron calificados como nutritivos fueron las frutas (98%), el yogur, el agua, las barras de cereal, y galletitas de agua (galletas de soda). Pero no fueron estos los alimentos considerados más prácticos y económicos, sino los jugos comerciales, las gaseosas, las papas fritas y chizitos, galletitas dulces y alfajores.

Los alimentos más consumidos durante los descansos observados, fueron caramelos y chupetines, jugos y gaseosas, galletitas dulces, papas fritas, chizitos y alfajores. Con menor frecuencia se observó el consumo de agua, galletitas saladas, galletitas de agua, sándwiches y chocolates.

Los resultados obtenidos por esta investigación apuntan a que cuando dentro de la escuela hay kiosco o buffet, un 43% de los padres refirió que sus hijos/as compraban allí alimentos o bebidas para consumir durante los recreos, y un 26% manifestó que lo llevaban desde la casa. En las escuelas que no tenían venta dentro del establecimiento, un 38% refirió que efectuaban la compra camino a la escuela, y un 37% de los padres manifestó que los alimentos/bebidas para el recreo los llevan desde el hogar. El gasto diario promedio fue estimado en 2,6 pesos (equivalente a 0,80 dólares, año 2008).

Las escuelas que contaban con establecimientos comerciales presentaron más prevalencia en el consumo de papas fritas y otros snacks, panchos, empanadas y chocolates, lo cual demostró la relación del consumo con la oferta. Con relación a los caramelos, chupetines, alfajores y galletitas no se registraron diferencias entre escuelas con o sin kiosco, por lo que se entiende que este tipo de alimentos hace parte del patrón alimentario tal vez influenciado por la publicidad. En las escuelas sin bebederos, el consumo de gaseosas y jugos es cuatro veces mayor, al consumo observado en escuelas con bebederos en los patios.

## Colombia – Tunja: ¿Qué ofrecen las tiendas escolares y qué consumen los estudiantes durante el descanso?, 2009 (31)

Esta investigación se desarrolló en 12 tiendas escolares de Tunja con la participación de 137 estudiantes de básica primaria. Para la toma de información se diseñaron dos instrumentos: observación o ficha de chequeo y formulario de reporte de alimentos consumidos.

Los resultados obtenidos mostraron que en el 100% de las tiendas vendían productos empacados, dulces y refrescos, en el 91% vendía jugos procesados, en el 58,3% vendían paletas y empanadas y en el 50% de las tiendas vendían gaseosas. En ninguna de las doce tiendas encuestadas vendían frutas o verduras. Los alimentos que más vendían eran dulces, snacks, refrescos, empanadas y paletas. Los resultados de la encuesta permitieron conocer la disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares, y proponer como una estrategia prioritaria, la implementación de espacios saludables para disminuir los niveles de malnutrición de la población infantil.

## Colombia – Cartagena: Prevalencia de sobrepeso y obesidad, y factores de riesgo, en niños de 7-12 años, en una escuela pública de Cartagena en 2010 (32)

Esta investigación tomó como muestra a los escolares de la Institución Educativa John F. Kennedy, para determinar la prevalencia de sobrepeso y obesidad, y a la vez identificar las características socio-demográficas, los hábitos alimentarios, y la frecuencia de la actividad física. Esta se realizó en 269 escolares (159 niños y 110 niñas) de 7 a 12 años de edad de las jornadas diurnas, por medio de encuestas y valoraciones antropométricas.

Existe un alto porcentaje de malnutrición, tanto por déficit como por exceso, en donde se encuentra más prevalencia de sobrepeso y obesidad en el 24,17% de los niños del estudio, los hombres presentan niveles más altos (59,09% obesidad y sobrepeso 58,14%) que las mujeres (40,91% obesidad y 41,86% sobrepeso) y mayor prevalencia en el grupo de edad de 10 a 12 años, y en los estratos socioeconómicos bajos, el mayor porcentaje de niños con sobrepeso (31,27%) y obesidad (45,45%) pertenecen al estrato 2.

Con respecto a los hábitos alimentarios, se encontró que casi toda la población estudiada (92,9%) basa su alimentación en cereales, seguido de almidones y aceites, y un muy bajo consumo de hortalizas y de frutas (entre 17% y 28%). Por otra parte también consumen diariamente lácteos, en mayor proporción leche líquida (56,9%), embutidos (35,7%), mecato (53,2%); las leguminosas verdes (62,5%) y secas (55,5%), estas últimas de 2 a 3 veces por semana. Analizando el consumo de carne se puede destacar que los niños con obesidad consumían carnes grasosas como la de cerdo, embutidos y huevos; mientras que los niños con sobrepeso consumían carne de res.

Los resultados arrojados referentes a la actividad física revelan que la mayoría de los niños no realizan actividad física apta para sus edades, los pocos que la realizan refieren actividades como saltar, correr, jugar a escondidas, jugar fútbol y montar bicicleta.

# REFERENTE CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL





## 4. Referente conceptual y contextual

### 4.1. Hábitos y Cultura Alimentaria

Los hábitos y la cultura alimentaria por la complejidad y la diversidad de perspectivas a partir de las cuales se pueden abordar reflejan sus bemoles en las historias de vida de cada hombre y mujer. No se puede negar que los seres humanos somos el producto de las herencias recibidas a lo largo del devenir histórico en los procesos del desarrollo del ciclo vital, en los espacios de socialización y en la educación recibida.

Por ello, cada cultura, cada sociedad y cada individuo determinan lo que es comestible y los patrones de consumo, instaurándose una relación dinámica entre lo que se come, lo que se debe comer y lo que se permite comer. Las regularidades alimentarias pueden cambiar gradualmente a lo largo de la vida, esto se evidencia en las motivaciones para obtener alimentos, inicialmente se conseguían para satisfacer la necesidad biológica, posteriormente, la búsqueda de alimento tuvo otras intencionalidades como los festejos, las ofrendas, la demostración del estatus social y el placer. En la actualidad, los factores económicos, políticos y los religiosos, al igual que la globalización, la publicidad, la afectividad y el estrato socioeconómico, propician nuevas experiencias para la elección de los productos alimenticios.

Así mismo, los hábitos alimentarios en términos generales están determinados por aspectos culturales como las costumbres, las tradiciones, las actitudes, la edad y las formas de comportamiento que asumen las personas ante situaciones concretas de la vida diaria, las cuales conllevan a consolidar pautas de conducta que se mantienen en el tiempo o que pasan de generación a generación y repercuten en el estado de salud y el bienestar de las personas.

En las diferentes poblaciones del mundo, los hábitos alimentarios están determinados por los más diversos factores y expresiones que marcan el comportamiento del ser humano frente a su realidad

alimentaria, la disponibilidad, el medio geográfico, la vocación económica, las prácticas religiosas y las políticas alimentarias entre otros aspectos, instaurando pautas de conducta tanto de orden individual como colectivo, conexas a elementos de orden cultural y social en cuanto al sentido, significado, gustos y rechazos que tienen los seres humanos por los alimentos.

De acuerdo con lo anterior, los hábitos alimentarios son todas aquellas prácticas en las cuales los individuos y los colectivos humanos realizan acciones referentes a su alimentación que responden a las exigencias biológicas, culturales y sociales de la comunidad a la cual pertenecen o se encuentran inmersos, y que de acuerdo a ello, eligen, seleccionan, preparan, consumen y utilizan los alimentos disponibles en sus contextos para el consumo.

En un artículo de Rozin, citado por Gavino 1999, este autor plantea la importancia de la comida en el desarrollo del ser humano, tanto filogenéticamente como ontogenéticamente, desde esta visión establece aspectos significativos en la relación ser humano y comida; al respecto Rozin dice: “la comida tiene un papel central en nuestra vida, ya que influye sobre nuestra trayectoria biológica, psicológica y cultural. El ser humano, a lo largo del tiempo, desarrolla mecanismos de adaptación a diferentes alimentos. . . . La selección de la comida conlleva a resolver problemas, lo que a su vez constituye la base para solucionar problemas en otras áreas de la vida del ser humano, áreas que también son vitales para sobrevivir. . . . La comida constituye un buen modelo para el estudio de la existencia del ser humano. A través de este modelo se pueden estudiar procesos tales como la transmisión de preferencias, valores, conflictos y afectos” (33).

Este autor resalta la importancia de la comida como elemento vital para establecer las interacciones entre los factores que van determinando los comportamientos alimentarios a lo largo de la vida, vincula los hechos biológicos, valores sociales y culturales con las destrezas, habilidades y experiencias de los individuos.

Estudiosos sobre el tema como Contreras y Gracia (23), coinciden en señalar que el “hecho alimentario” es tan complejo como la sociedad misma, y que está determinado por la diversidad sociocultural y económica que se ponen en juego, según circunstancias específicas; dichos autores se atreven a afirmar que: “esta (la alimentación) no es cuestión de hábitos, sino de comportamiento; es decir, no tiene nada que ver con la repetición de actos de una misma naturaleza, más bien, con el conjunto de usos y cualidades que caracterizan el sistema alimentario de los grupos sociales”.

Los hábitos alimentarios revelan rasgos identitarios que se van entretejiendo con otro aspecto importante como es la cultura alimentaria, y para poder relacionarlos y lograr una mejor comprensión, se parte del concepto de cultura esbozado por Morin que se ajusta a la temática. Él asume la cultura como una realidad “constituida por el conjunto de hábitos, costumbres, prácticas, saber - hacer, saberes, reglas, normas, prohibiciones, estrategias, ideas, valores, mitos, que se perpetúa de generación en generación, se reproduce en cada individuo, genera y regenera la complejidad social. . .” (34).

Teniendo en cuenta lo anterior, en todas las culturas según plantea Mintz, se clasifican los alimentos y se les da significados que guían la elección según la ocasión, la edad, el sexo, el prestigio y la imagen corporal, por consiguiente, la cultura alimentaria está condicionada por las creencias religiosas, las tradiciones, las prohibiciones de diferentes tipos, las preparaciones y los tabúes; esto implica entender aspectos globales y locales de las poblaciones.

Cada uno de estos hechos vincula particularidades a pesar de estar estrechamente relacionado e inmersos en la compleja polisemia de la cultura alimentaria. Este tema soporta todas las acciones, experiencias y vivencias de los seres humanos como documento activo y público evidenciados en la comida, “la totalidad acumulada de esquemas y estructuras, no es solo ornamento de la existencia humana, sino que es condición esencial de ella” (33).

## Hábitos y cultura alimentaria de los escolares

Se entiende hábitos alimentarios y cultura alimentaria en los escolares como comportamientos relacionados con los productos que comen los seres humanos, las preparaciones, las cantidades, los gustos, las predilecciones, y el rechazo hacia ciertos alimentos acordes con el contexto social y cultural.

Los escolares están fuertemente influenciados por las experiencias vividas en sus familias, igualmente, no se puede olvidar que los niños adquieren sus hábitos y su cultura alimentaria durante los primeros años de vida, dado que en esta etapa se aprende qué, cuándo y cómo comer (35). En este sentido, las madres juegan un papel importante en la adquisición de las pautas alimentarias de sus hijos, ya que son ellas las que con sus preparaciones despiertan las sensaciones gustativas, olfativas y visuales que invitan a los niños al consumo del alimento y los estímulos sensoriales desempeñan un papel decisivo en el campo de la elección de los alimentos que se desean consumir.

En diferentes estudios sobre los hábitos alimentarios de los escolares se logra evidenciar que el gusto por determinados alimentos se define en las primeras etapas de la vida en el seno familiar, y se afianzan durante la etapa de escolarización primaria.

Actualmente, el niño (a) es bombardeado por la publicidad incitadora y favorecedora del consumo de productos con poco aporte nutricional, se invita al consumo de alimentos haciendo uso de su presentación en envolturas de texturas y colores llamativos, además, de que están disponibles en gran cantidad dentro de la oferta de las tiendas escolares, de las ventas ambulantes y de los espacios publicitarios.

En la etapa escolar, los niños cambian sus hábitos alimentarios por el contacto con otros niños, con la publicidad y con la tienda escolar, la cual les ofrece diversidad de productos empaquetados, bebidas azucaradas, entre otros. Es durante esta etapa, que se encuentra con normas sociales diferentes a las de su casa, su práctica de alimentación cotidiana cambia, la cantidad de alimentos que consume varía, se perfilan nuevos gustos y preferencias y se evidencian rechazos; es en este ciclo, que el escolar empieza a ser más autónomo en cuanto a la elección de lo que quiere consumir y del como manejará su alimentación.

La alimentación influye sobre el desarrollo físico, intelectual y cognitivo de los escolares y en general de los niños, que, como bien se conoce, interviene en el crecimiento corporal de los menores que depende en gran medida de la calidad y la cantidad de la alimentación que reciban. Autores como Werner y Lester han manifestado que: “las deficiencias nutricionales pueden ejercer un fuerte influjo sobre el desarrollo neurológico del niño, llegando a veces a causar trastornos neurológicos graves, que a su vez, influyen sobre su desarrollo conductual, cognitivo y emocional” (33).

En resumen, durante los primeros años de escolaridad se van creando adecuados e inadecuados hábitos alimentarios, cuyo impacto, se refleja en las diferentes problemáticas de salud que se pre-

sentan en la edad adulta. Paradójicamente son las instituciones educativas los espacios ideales para sensibilizar a los educandos sobre buenas prácticas alimentarias, es el espacio idóneo para construir buenos hábitos en salud en unión con la familia y con los medios de comunicación.

## Consumo y gustos alimentarios

En el diccionario de la Real Academia Española, el concepto de consumo viene del latín: “*consumare* que significa gastar energía, acción y efecto de consumir, bien sean productos y otros géneros de vida efímera, o bienes y servicios, entendiéndose por consumir, el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias”.

El consumo de alimentos se relaciona con la capacidad que tienen las personas para seleccionar lo que desean ingerir, transitando por las creencias, las actitudes, las prácticas y preferencias alimentarias; además, el consumo está determinado por la cultura, los hábitos y patrones alimentarios, los gustos, la publicidad, el nivel educativo, el grupo poblacional y la composición de la familia.

Actualmente, los modelos de consumo alimentario están experimentando transformaciones debido a la segmentación progresiva del mercado, no solo en cuanto a variables socioeconómicas tradicionales (edad, poder adquisitivo), sino en aspectos culturales. La exigencia en la calidad del producto es cada vez mayor como consecuencia del aumento de la capacidad adquisitiva y mejor formación de los consumidores. Simultáneamente se está produciendo un solapamiento de dos fenómenos opuestos, globalización y localización (36).

En este sentido los gustos están condicionados por múltiples factores como: la historia y la tradición del entorno, la influencia familiar y de amigos, la economía y los elementos relacionados con la psicología, emociones, sentimientos y motivaciones (35). Además, de que se empiezan a formarse desde el nacimiento y a desarrollarse en la infancia, lo que implica que una vez adquiridos persistirán a lo largo de la vida y será muy difícil modificarlos (35). Estos gustos o preferencias por ciertos alimentos se desarrollan generalmente mediante asociaciones de los atributos de un alimento con las circunstancias y la frecuencia con que se consume, así como con las sensaciones experimentadas tras su ingestión.

De acuerdo con lo anterior, el consumo de alimentos se puede entender como el proceso de ingestión de alimentos con el objetivo de satisfacer las necesidades biológicas de mantenimiento, crecimiento y actividad, siendo un factor determinante no solo para el desarrollo mental y físico, sino para el desarrollo de la personalidad (35).

## Publicidad de alimentos en escolares

La publicidad es uno de los factores que más influye en la elección y consumo de alimentos en las familias e individuos, especialmente en los niños (24). Es un elemento inmerso en las dinámicas alimentarias presentes en la sociedad, la familia y la escuela, que hace parte activa y central en la adquisición de los hábitos de compra y alimentarios.

Los hábitos alimentarios son adquiridos de forma intra e intergeneracional, siendo la cultura un elemento esencial en dicha transmisión, no obstante, en las sociedades globalizadas, se ha instaurado

una nueva forma de transmitir cultura: y la publicidad y los medios masivos de comunicación, los cuales fomentan los hábitos alimentarios a través del moldeamiento de “la conducta del receptor; por lo tanto, la publicidad es un agente socializador; el receptor es interpelado en sus emociones en un ambiente de ocio y relajamiento, lo que provoca que acepte el mensaje sin cuestionarlo” (37).

En la edad escolar, los niños empiezan a elegir y a comprar los productos alimentarios a consumir, y es la tienda escolar la primera instancia donde se presenta dicho acto, es por ello y por la influencia que éstos tienen en la elección de compra de productos alimentarios en las familias, que la publicidad se está enfocando hacia éstos en doble vía, una con el reconocimiento de sus necesidades y gustos y a la vez con la persuasión ejercida hacia dicha franja de población, con el objetivo de que elijan y consuman sus productos alimentarios.

En la publicidad infantil se enmascara la realidad con un mundo de fantasía en el cual el producto promete propiciar un juego con más diversión, desarrollo de habilidades y actitudes competitivas, poderes especiales que el niño puede adquirir y personificar imaginariamente mientras usa el producto, el crecimiento de popularidad entre los suyos, la adquisición de un mayor status o respeto y admiración basados en el coraje (37).

## 4.2 Lineamientos y políticas para la operación de las tiendas escolares en algunas ciudades de Latinoamérica

Las políticas trazadas en tiendas escolares en diferentes naciones del mundo se han orientado a dar solución a la problemática o fenómeno creciente de los excesos de peso en niños y adolescentes, debido al consumo de alimentos calóricos con bajo contenido nutricional y en los inadecuados hábitos alimentarios, lo cual se encuentra ligado a enfermedades crónicas no transmisibles, como diabetes, hipertensión arterial, enfermedades del colón y cáncer.

El soporte legal en las tiendas escolares se deriva de las convenciones y conferencias, que a nivel mundial se han realizado, así como en el establecimiento del soporte legal en los territorios nacionales en las líneas de salud y nutrición. Estas, en su mayoría, se enfocan en propiciar en los espacios escolares el consumo de alimentos bajos en calorías, a realizar controles al consumo de alimentos y al seguimiento del estado nutricional de los escolares.

En la ciudad de Jalapa en **Guatemala** la importancia de la salud y alimentación de la infancia, se basa en los lineamientos de la Organización Mundial de la Salud -OMS-, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del niño y la responsabilidad del Estado sobre esta población; en sus bases políticas se reconoce que la mitad de la infancia padece hambre, desnutrición y condiciones de precariedad, y por ello el Estado se compromete a velar por la salud y la nutrición de la niñez.

En el desarrollo integral del escolar interactúan variados condicionantes: económicos, sociales y culturales, y es la tienda escolar un espacio donde se pueden realizar actividades con enfoques formativos, informativos y económicos; en estos aspectos, su funcionamiento se basa en el marco legal, como un establecimiento público especializado en la preparación y distribución de alimentos; su administración se encuentra a cargo de cada grado escolar por un periodo de dos semanas, en cada tienda se lleva una contabilidad regida por la normatividad legal correspondiente y la compra

de alimentos se realiza con la supervisión del maestro responsable del curso. Entre las condiciones locativas exigidas a las tiendas escolares están la de mantener óptimos estándares higiénicos, amplios espacios y dotación adecuada, permanecer abierto en los tiempos de descanso para el cumplimiento de su objetivo y mantener algunos de los alimentos básicos sugeridos para la venta (productos del maíz: Tamalitos, tortillas, tostadas, productos del trigo: pan con fríjol, con jalea, con verduras, tortillas de harina, empanadas, buñuelos, galletas, pasteles, verduras cocidas, frutas, otros cereales: arroz en leche, galletas, soya y cereales procesados: Incaparina, maicena, y otros) (38).

En **México**, entre los objetivos de las tiendas escolares están: brindar mayor atención a la comunidad escolar mediante la venta de productos alimenticios y entrega de material didáctico, necesario en la práctica educativa, y procurar que el precio de venta de los alimentos sea inferior a los de mercado. La administración de las tiendas escolares opera bajo la modalidad de concesión a particulares; quienes ganan un proceso de convocatoria deben demostrar solvencia económica, experiencia mínima de un año en el manejo de tiendas, no ser socio ni propietario de una empresa comercial y tener conocimientos de las normas sanitarias en el manejo higiénico de una tienda.

El servicio será prestado en exclusividad por el concesionario; y el director del plantel será el responsable de revisar los recibos del concesionario; además el concesionario es el encargado del acondicionamiento del local, de acuerdo con la normatividad existente para el manejo y distribución de alimentos, la cual no tiene ninguna restricción para la selección de los alimentos, y contempla la obtención de una ganancia moderada. Con respecto a la ganancia, el concesionario debe pagar un porcentaje de ella a las instituciones educativas y apoyar las celebraciones escolares, bajo la tutoría del colegio (39).

En **Colombia** el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar - ICBF - emitió los lineamientos técnicos - administrativos y estándares para la asistencia alimentaria al escolar (Programa de Alimentación Escolar), con el objetivo de contribuir a mejorar el desempeño académico, la asistencia regular, y promover la formación de hábitos alimentarios saludables en esta población, con la participación activa de la familia, la comunidad y el Estado, a través de los entes territoriales. También se definieron los criterios para la selección de los contratistas de las tiendas; se plantearon estrategias y pautas para la organización de un solo programa de alimentación escolar a nivel municipal que incluyó estándares de alimentación, infraestructura, recurso humano, equipo y manejo mínimo necesario para la prestación del servicio en los comedores escolares (40).

En la ciudad de **Cali**, se especifica la reglamentación frente a las tiendas escolares en el proyecto de acuerdo 057 de 2009, cuyo fin es contrarrestar las enfermedades crónicas no transmisibles. Para ello, se realiza la sensibilización sobre las responsabilidades en la comunidad educativa y el entorno familiar para la adquisición de estilos de vida saludables promocionando el consumo de frutas y hortalizas y restringiendo la venta de alimentos calóricos y de bajo valor nutricional. En este se exige el aumento de la oferta de alimentos saludables, de alto valor nutricional e inoocuos en las tiendas, kioscos, máquinas expendedoras y restaurantes escolares en todas las instituciones educativas, oficiales y privadas. Este acuerdo también nombra aspectos como la vigilancia de la venta de productos alimentarios, las recomendaciones técnicas de saneamiento e inocuidad alimentaria la implementación de capacitaciones y difusión de mensajes sobre alimentación saludable en el proyecto pedagógico de las instituciones educativas, la procura en cuanto a la facilidad en el acceso y la disponibilidad de

los alimentos, así como la evaluación y seguimiento. La implementación de las anteriores estrategias debe ser responsabilidad de la Secretaría de Educación y el Concejo Municipal (41).

En **Bogotá** la resolución 234 de 2010 resuelve establecer las directrices para la oferta de alimentos en las tiendas escolares de los colegios oficiales y como guía en los colegios privados; en esta se incluye estrategias educativas en el proyecto educativo institucional con la participación de toda la comunidad educativa, en el marco de proyectos de Alimentación Escolar, Salud al Colegio y proyecto Ambiental Escolar (42).

Más recientemente en Bogotá se expidió el proyecto de acuerdo 127 de 2012, apoyado en la Convención de los derechos de los niños, los derechos constitucionales que consagran la vida en un ambiente sano, la ley de infancia y adolescencia, el derecho a una buena salud, los referentes en la responsabilidad de los productores de alimentos y se basa en lineamientos trazados por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y el Ministerio de Salud y Protección Social.

Con este proyecto de acuerdo se busca la adopción de la estrategia de educación alimentaria en los centros educativos, oficiales y privados, para promover una alimentación balanceada y saludable para las niñas, niños y adolescentes, conforme con los lineamientos y guías desarrollados por el Ministerio de Salud y Protección Social y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. De igual forma busca un balance nutricional en las comidas, dado que actualmente no existe un control sobre la preparación y presentación de los alimentos, y el mejoramiento del estado nutricional, mediante el seguimiento de los índices de excesos de peso en la población escolar.

Se procura que las instituciones educativas que suministren el servicio de alimentación de manera directa o a través de terceros, publiciten de manera exacta, estandarizada y comprensible el contenido nutricional de los alimentos que ofrecen, en particular los niveles de calorías, grasas saturadas, azúcar, sal y otras sustancias, con el objeto de prevenir enfermedades relacionadas con su consumo. Así mismo, la secretaría de salud ejercerá el control a los contenidos nutricionales según la Tabla de Composición de Alimentos Colombianos, y hará seguimiento al peso y talla de los alumnos (42).

### 4.3 Ley 1355 de obesidad: importancia de su cumplimiento en los establecimientos educativos oficiales y privados.

Actualmente el sobrepeso y la obesidad son declarados a nivel mundial como problemas de salud pública, y Colombia es uno de los países dónde se han incrementado de manera alarmante estas patologías (43), motivo por el cual los entes gubernamentales establecen la ley 1355 de 2009 o ley de obesidad.

La ley de obesidad fue enunciada el 14 de octubre del 2009 y por medio de esta se *define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención.*(44)

*En el artículo 1* de esta ley se decreta a la obesidad como: una enfermedad crónica de salud pública, la cual es causa directa de enfermedades cardíacas, circulatorias, colesterol alto, estrés, depresión,

hipertensión, cáncer, diabetes, artritis, entre otras, definiendo como ámbito de aplicación a esta ley a las entidades y organizaciones del Estado a nivel nacional y territorial responsables de promover los ambientes sanos, la actividad física, la educación, la producción y la distribución de alimentos; así como a las entidades encargadas de la prestación y la garantía de los servicios de salud y los sectores de transporte, planeamiento y seguridad vial, de tal forma que será beneficiaria de esta ley la población colombiana, en especial los grupos vulnerables (44).

La OMS define la obesidad y el sobrepeso como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud, ambos son factores de riesgo para numerosas enfermedades crónicas, entre las que se incluyen la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer (45).

La OMS informa además, que la obesidad infantil es uno de los problemas mundiales de salud pública más graves del siglo XXI, y está afectando progresivamente a muchos países de bajos y medianos ingresos, sobre todo en el medio urbano y cuya prevalencia ha aumentado a un ritmo alarmante; notifica además que los niños obesos y con sobrepeso tienden a seguir siendo obesos en la edad adulta y tienen más probabilidades de padecer a edades más tempranas enfermedades no transmisibles como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares. El sobrepeso, la obesidad y las enfermedades conexas son en gran medida prevenibles y por consiguiente hay que dar una gran prioridad a la prevención de estas (45).

Peña y Bacallo definen la obesidad como un exceso de grasa corporal que se genera cuando el ingreso energético alimentario es superior al gasto energético, determinado principalmente por la actividad física durante un período suficientemente largo. Este desequilibrio se ve influenciado por la compleja interacción de factores genéticos, conductuales y del ambiente físico y social (46, 47).

En años recientes se han identificado factores genéticos que explican la mayor susceptibilidad de algunos individuos a la obesidad, no obstante, su incremento tan abrupto, ocurrido en las últimas décadas, y su gran extensión obedecen principalmente a cambios importantes en la alimentación de la población, al patrón de actividad física y a otros factores de índole sociocultural (46), enunciados a continuación:

### Cambios presentes en los patrones alimentarios:

- Mayor consumo de alimentos de alta densidad energética y bajo contenido de nutrientes.
- Alto consumo de azúcares y carbohidratos refinados.
- Alto consumo de grasas saturadas, ácidos grasos monoinsaturados, grasas “trans” y colesterol.
- Alto consumo de bebidas alcohólicas.
- Bajo consumo de vegetales y frutas frescas.
- Aumento del tamaño de las raciones de alimentos, especialmente en restaurantes y “cadenas de alimentos rápidos”.

### Motivos de la reducción de la actividad física:

- Reducción del trabajo físico debido a adelantos tecnológicos.

- Uso cada vez mayor del transporte automotor.
- Automatización de los vehículos y reducción del gasto energético en la operación de maquinarias y vehículos (cierres y ventanillas electrónicas, p. ej.)
- Uso de ascensores y escaleras eléctricas.
- Reducción del tiempo dedicado a jugar al aire libre por inseguridad y por preferencia de los juegos electrónicos y la televisión.

Por estas razones la ley de obesidad acuerda en su *artículo 3*, la promoción de ambientes saludables por medio de los diferentes ministerios y entidades, para lo cual plantea varias estrategias con el fin de promover una alimentación saludable y sana, especialmente en los centros educativos públicos y privados. Por lo anterior, se propone que en todos los centros educativos se deberá garantizar la disponibilidad de frutas y verduras, la adopción de un programa de educación alimentaria siguiendo los lineamientos y guías que desarrollen el Ministerio de Salud y Protección Social y el ICBF, que promueva una alimentación balanceada y saludable, de acuerdo con las características culturales de las diferentes regiones de Colombia (44).

Es de conocimiento generalizado, que un adecuado consumo de frutas y verduras al día es un factor protector de enfermedades crónicas no transmisibles y, para obtener, los beneficios anotados, la ingesta debe ser de al menos 400g de frutas y verduras diarios que representan un 8% de la ingesta calórica total por día, en términos de porciones, la recomendación anterior se expresa en un consumo mínimo de cinco porciones al día (dos de frutas y tres de verduras) (48).

El efecto benéfico del consumo de estos alimentos está dado por las siguientes razones:

- El reemplazar el consumo de alimentos altos en calorías, grasas saturadas, grasas trans y sodio, por frutas y verduras cuyo aporte calórico, de grasas y sodio es bajo, además de que carecen de un contenido de grasas trans, los convierte en alimentos benéficos para mantener el peso y la salud, además de su alto aporte en micronutrientes y fibra soluble e insoluble (48).
- El hecho de ser alimentos fuentes de micronutrientes especialmente de vitaminas antioxidantes como la C, E y A y compuestos no nutrientes antioxidantes como los fenoles y polifenoles, los define como alimentos cardioprotectores debido a que actúan contra las especies reactivas del oxígeno (ERO), los cuales son agentes oxidantes que tienen o son fácilmente convertidos en radicales libres, estos son átomos o grupos de átomos inestables de alta energía que poseen uno o más electrones desapareados o libres en sus orbitales exteriores, por lo que son muy reactivos ya que tienden a captar un electrón de moléculas estables con el fin de alcanzar su estabilidad electroquímica. Las ERO, cuyo origen es endógeno y exógeno (contaminación atmosférica, humo de cigarrillos, aceites vegetales hidrogenados y ácidos grasos trans), cuando no son suficientemente neutralizados oxidan macromoléculas fundamentales en las células, como fosfolípidos, proteínas y ADN, lo que causa alteraciones celulares que se pueden expresar en patologías, entre ellas enfermedades cardiovasculares (ECV) y otras enfermedades crónicas no transmisibles (45, 46). El organismo humano cuenta con sistemas antioxidantes endógenos y exógenos; estos últimos provienen de la dieta, especialmente de frutas y hortalizas (49).

En la naturaleza todos los alimentos sintetizan antioxidantes, pero no todos los producen en la misma cantidad y tipo, son las frutas y las verduras quienes los producen en mayor proporción (49).

A nivel mundial, todos los estudios realizados han mostrado que todas las frutas y hortalizas tienen algún grado de actividad antioxidante, unas más que otras y esto depende del tipo de micronutriente del cual son fuente, cabe destacar entre estos alimentos la frambuesa, el tomate, el pepino fruta, el melón tuna, el pimentón, la sandía, la zanahoria y el brócoli (50-53), solo por mencionar algunas frutas de la infinidad que proporciona la naturaleza.

- Con relación al contenido de fibra, las frutas y hortalizas la contiene en buena cantidad, este compuesto no nutriente de este alimento se define como el esqueleto remanente de las células vegetales, resistente a la digestión de las enzimas humanas, al cual se le han descrito varios efectos funcionales como: disminución en el vaciamiento gástrico y aumento de la velocidad del tránsito intestinal, el favorecimiento del crecimiento de bacterias y la producción de ácidos volátiles (54).

Los alimentos ricos en esta fibra requieren mayor tiempo de masticación y mayor liberación de saliva, además disminuyen la velocidad de ingestión de los alimentos, lo que conlleva a la pronta sensación de llenura así como el control de peso y reducción de niveles de glicemia (54).

Los efectos fisiológicos de la fibra dependen del tipo de fibra ingerida (fibra soluble como pectinas, gomas y mucilagos o fibra insoluble como celulosa, hemicelulosa y lignina), de la parte del tracto gastrointestinal afectado y de otros factores (54).

Todos los aspectos ya mencionados fueron considerados por la ley de obesidad, lo que lleva a tomar la decisión de declarar por ella que se disponga de estos alimentos en todos los centros educativos públicos y privados como, una medida para prevenir o tratar el sobrepeso y la obesidad.

Otra estrategia planteada por esta ley es la regulación en el consumo de grasas trans y saturadas (*artículo 7 y 8*), dónde por medio del Ministerio de la Protección Social y del INVIMA se reglamentará y controlará los contenidos y requisitos de estas grasas en todos los alimentos y propone además la promoción de dietas balanceadas y saludables (44).

Para conocer el porqué la ley de obesidad expresa que se debe controlar el consumo de estos nutrientes en todos los alimentos, es necesario entender los efectos que estos tienen en la salud.

Las grasas trans (AGT) son ácidos grasos no saturados, perjudiciales para la salud, su influencia sobre el metabolismo lipídico, produce un aumento del colesterol LDL y de la lipoproteína A, y una disminución del colesterol HDL, efectos asociados a un mayor riesgo cardiovascular. Su efecto sobre el perfil lipoproteico es, al menos, tan desfavorable como el de los ácidos grasos saturados; en la última década, estudios realizados en distintos países han demostrado una clara asociación entre la ingestión de AGT procedentes de grasas parcialmente hidrogenadas y enfermedades coronarias (45-47).

En este sentido, deben restringirse la ingestión de los productos ricos en ácidos grasos trans y su potencial consumo en los infantes debido a su atractiva presentación y palatabilidad (productos de panadería y pastelería industrial, frituras, snacks) y aunque aún no se conoce mucho sobre el impacto de los AGT en la dieta durante la infancia, el consenso general es moderar su consumo debido a sus potenciales efectos adversos (55-57).

El consumo excesivo de las grasas saturadas, tiene un efecto no benéfico para la salud igual al de las grasas trans (58); la legislación colombiana en otros dictámenes, expone, que es de obligatoriedad

declarar el contenido de las grasas saturadas y trans en el etiquetado nutricional, lo anterior se menciona en esta ley y en otras como la ley 333 del 2011 (ley que reglamenta todo lo relacionado con la etiqueta nutricional) (59) y la ley 2508 de 2012 (60).

La ley también plantea una regulación del consumo de alimentos y bebidas en centros educativos, estos deberán ofrecer una diversidad de alimentos que cubran las necesidades nutricionales de su comunidad, siguiendo, entre otras referencias, las guías alimentarias del Ministerio Salud y Protección Social y del ICBF, estas guías son una herramienta educativa que orientan a la población sobre el consumo de alimentos, con el fin de proveer un completo bienestar nutricional y son una forma práctica de alcanzar las metas alimentarias de un país (61).

Las Guías Alimentarias tienen como objetivo: contribuir al fomento de estilos de vida saludable en todos los grupos poblacionales, contribuir al control de las deficiencias o excesos en el consumo de alimentos y reducir el riesgo de las enfermedades relacionadas con la alimentación, es así como en ellas se establecen las bases para una alimentación saludable en la población infantil (mayor de 2 años y menor de 18 años) (61), estas bases alimentarias para la población infantil se enuncian a continuación.

**Tabla 2.** Bases de alimentación para la población infantil colombiana.

GRUPO DE ALIMENTOS	PREESCOLAR/ Número de porciones	ESCOLAR/ Número de porciones	ADOLESCENTES/ Número de porciones
Cereales, raíces, plátanos y tubérculos	6	6	6 a 10
Hortalizas, Verduras, Leguminosas verdes	2	2	2
Frutas	3	4	4
Carne, vísceras, pollo, pescado, huevo, leguminosas secas	1	1 a 2	2
Leche, kumis, yogur, queso	2	2	3
Grasas	6	6	6 a 8
Azúcares y dulces	4	5	5

Fuente: ICBF. Guías Alimentarias para la población mayor de 2 años (61).

Las porciones de estos grupos de alimentos están establecidas en las guías alimentarias, donde se señala la medida de los alimentos que corresponden a una porción. A continuación se mencionaran las porciones de los alimentos más consumidos en la ciudad:

**Tabla 3.** Cantidades recomendadas por grupos de alimentos

Grupo de alimentos	Cantidades equivalentes
Cereales	1/2 pocillo de arroz cocido.
	1 pan o mogolla o arepa o envuelto mediano.
	1 pocillo de pastas alimenticias cocidas.
Raíces	1 plato de sopa de harina de maíz o trigo o cebada o avena.
Tubérculos	2 tajadas medianas de yuca o arracacha.
Plátanos	1 papa grande o 2 medianas
Hortalizas y verduras	2 tajadas de plátano (1/2 plátano mediano)
	1/2 pocillo de auyama cocida.
	1 zanahoria mediana.
Leguminosas verdes	1 pocillo de acelga o espinaca o repollo o brócoli o apio o habichuela o pepino o lechuga o tomate.
	2 cucharadas de arveja o fríjol o habas verdes.
	1 pocillo de ensalada mixta (hortalizas, verduras y leguminosas verdes)
Frutas	1 tajada de papaya o 1/2 de piña.
	1 banano o manzana (pequeña).
	3 ciruelas o granadillas o curubas.
Carnes, vísceras y productos elaborados	2 duraznos o guayabas.
	1 naranja o mandarina mediana o un mango.
	1 pedazo grande delgado de pescado, pollo o res magra.
Huevos	1 pedazo mediano si es cerdo o hígado o morcilla.
	2 cucharadas de atún.
	1 huevo equivale a 1/2 porción de alimentos de este grupo.
Leguminosas secas y mezclas de vegetales	1 pocill bajito de fríjol o arveja o lenteja y o garbanzo o habas secas (cocidas)
	1 pocillo de colada de bienestarina o colombiharina (equivale a 1/2 porción de alimentos de este grupo)
	1 pocillo de leche entera o kumis o yogurt sin dulce.
Leche, kumis o yogurt, queso	1 1/2 pocillos de leche descremada.
	1 tajada grande de queso descremado.
	1 tajada pequeña de queso con crema.
Grasas	1 cucharadita de aceite vegetal o margarina o mantequilla o mayonesa.
	1 tajada pequeña de aguacate.
	1 trozo pequeño de coco.
Azúcares y dulces	2 cucharadas de azúcar o panela.
	1 cucharada de arequipe o miel o mermelada.
	1/2 bocadillo o 1/2 pastilla de chocolate con azúcar.
	3 cucharadas de helado.

Fuente: Tabla modificada: Guías recomendadas por grupos de edad-ICBF (61)

Si los grupos poblacionales siguen estas bases alimentarias cubrirán la cantidad de nutrientes que necesitan para mantener su desarrollo y crecimiento y conservar la salud, por lo tanto, todos los establecimientos educativos deberán velar por brindar capacitación a su población estudiantil respecto a lo que es una alimentación balanceada, a la vez que debe procurar que en sus expendios

de alimentos se venda de todos estos grupos alimentarios, específicamente en el artículo 8 de la presente ley se enuncia: *las instituciones educativas públicas y privadas deberán implementar estrategias tendientes a propiciar ambientes escolares que ofrezcan alimentación balanceada y saludable que permitan a los estudiantes tomar decisiones adecuadas en sus hábitos de vida (44).*

Aunque la ley 1355 no hace mención estricta respecto al consumo de sodio, si se hace referencia a este cuando menciona la necesidad de aplicar las guías alimentarias y en estas se plantea claramente que es necesario controlar el consumo excesivo de sal, dulces y grasas de origen animal, para prevenir enfermedades. El control del consumo de sal debe realizarse de manera estricta debido a que su consumo elevado es un factor de riesgo de enfermedades cardiovasculares y aumenta el riesgo de hipertensión; una forma de reducir su consumo es limitar el consumo de alimentos procesados entre estos los snacks y embutidos (56), lo anterior es indicativo de que la venta de estos productos en establecimientos educativos debe ser controlado.

En el análisis de la presente ley se consideró importante mencionar que en esta se expone que el INVIMA es la entidad encargada de velar por la publicidad y el mercadeo que se le hace a la venta de alimentos y bebidas en todos los medios de comunicación, buscando de esta manera la protección de la salud en los usuarios y en especial de la primera infancia y la adolescencia, teniendo en cuenta lo establecido por la OMS con respecto a la comercialización de alimentos en población infantil, la cual dice que los gobiernos deben prohibir toda comercialización de comida basura en zonas donde se reúnen los menores de edad, tales como escuelas y patios de recreo, y reconoce que en el año 2005 la comercialización de alimentos para la población infantil fue un factor que contribuyó a aumentar los niveles de obesidad y sobrepeso.

Entre las medidas establecidas por la OMS para la comercialización de alimentos a la población infantil están:

- Constituir un grupo de trabajo para definir políticas que regulen la promoción y el mercadeo de alimentos para niños y adolescentes, establecer los objetivos de reducción de su exposición a ellos, y decidir los alimentos, los canales de comunicación y las técnicas de mercadeo que han de ser objeto de regulación, así como las formas de implantar dichas políticas y evaluar su cumplimiento. Esta medida está basada en que numerosas pruebas científicas demuestran que la utilización del mercadeo y la publicidad para promocionar el consumo de alimentos nocivos para la salud influyen indudablemente en las preferencias, demandas y patrones de consumo de alimentos nocivos de los niños y adolescentes, especialmente vulnerables a ellos, sobre todo en los países con escasos mecanismos de regulación implantados. El efecto de la publicidad televisiva en la dieta de los niños es independiente del que ejercen otros factores en ella. Su exposición a esta publicidad aumenta notablemente el riesgo de consumo de alimentos nocivos y, por ende, el de los factores de riesgo cardiovascular asociados con su consumo (62).
- Prohibir en los centros educativos el mercadeo y la venta de bebidas azucaradas y de productos alimentarios con alto contenido en grasas y sodio, así como los de bajo valor nutricional, debido a que distintos estudios e intervenciones han puesto claramente de manifiesto la relación entre el consumo de alimentos nocivos con el sobrepeso y la obesidad (62).

La ley 1355 propone además estrategias de información, educación y comunicación dirigidas a promover una alimentación balanceada y saludable de la población especialmente de niños y adolescentes, haciendo énfasis en la generación de ambientes saludables. Para tales propósitos, el Ministerio

de Salud y Protección Social y el ICBF atenderán los lineamientos de las Organizaciones Mundial y Panamericana de la Salud.

Como propuestas para el cumplimiento de esta ley se plantea:

- La creación de un sistema de interventorias para el control de ventas de alimentos en tiendas escolares.
- La participación de nutricionistas en el control y aplicación de la ley de obesidad.
- La celebración del día contra la obesidad en todas las instituciones educativas públicas y privadas.
- La participación de las universidades con programas de pregrado en nutrición en la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional-CISAN.

## 4.4 Contexto y caracterización de la ciudad de Medellín y de las instituciones educativas de carácter oficial y privado

### Características generales de Medellín

Medellín es la capital del departamento de Antioquia, está situada hacia el noroccidente de la metrópoli nacional, en las estribaciones de la cordillera central, sobre una zona plana que constituye el Valle de Aburrá (63); cuenta con un área total de 380,64 Km<sup>2</sup> de los cuales 110,22 Km<sup>2</sup> son suelo urbano y 270,42 Km<sup>2</sup> son suelo rural (64). Es considerada la segunda ciudad más grande de Colombia con una población total proyectada para el año 2011 de 2.368.282 habitantes, donde el 47,1% son hombres y el 52,9% mujeres (65).

Tabla 4. Zonas y comunas de Medellín

Zona	Comuna
1 Nor Oriental	Comuna 1: Popular
	Comuna 2: Santa Cruz
	Comuna 2: Manrique
	Comuna 4: Aranjuez
	Comuna 5: Castilla
2 Nor Occidental	Comuna 6: 12 de Octubre
	Comuna 7: Robledo
3 Centro Oriental	Comuna 8: Villa Hermosa
	Comuna 9: Buenos Aires
	Comuna 10: La Candelaria
4 Centro Occidental	Comuna 11: Laureles-Estadio
	Comuna 12: La América
	Comuna 13: San Javier
5 Sur Oriental	Comuna 14: El Poblado
6 Sur Occidental	Comuna 15: Guayabal
	Comuna 16: Belén

Fuente: Perfil Alimentario y Nutricional de Medellín 2010. Alcaldía de Medellín

El área urbana de la ciudad se divide en seis zonas y cada zona en comunas que alcanzan un total de 16 (tabla 4) (66). La zona rural se divide en cinco corregimientos (64), los cuales no fueron contemplados en esta investigación.

**Mapa 1.** Zonas y comunas de Medellín, Alcaldía de Medellín, 2008.  
Este mapa lo vamos a cambiar por otro que lo anexamos con el título de mapa de zonas y comunas de Medellín



Fuente: <http://comunicaciones.udea.edu.co/corpuslinguistico/images/mapazonas3.jpg>

Medellín cuenta con diversidad de estratos socioeconómicos, desde el 1 hasta el 6, tal como se presenta en la siguiente tabla.

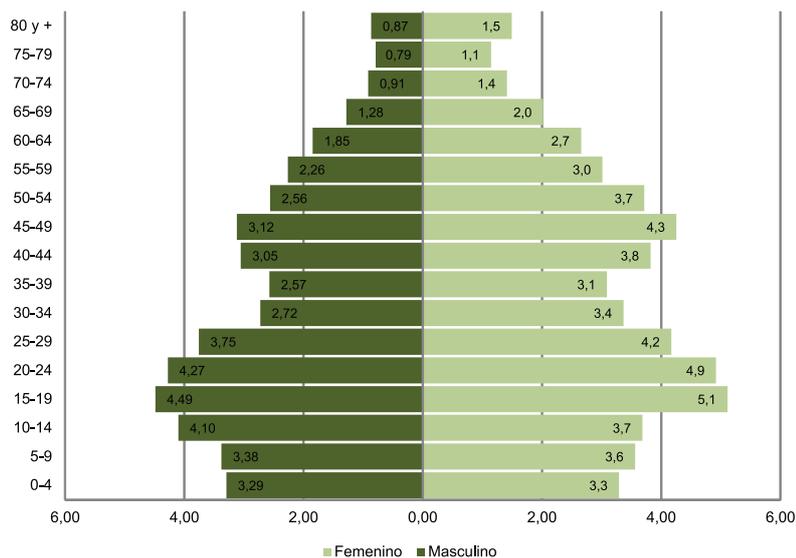
**Tabla 5.** Viviendas según estrato socioeconómico de Medellín, 2009

Estrato socioeconómico	Porcentaje
1. Bajo bajo	11,79%
2. Bajo	35,99%
3. Medio bajo	29,15%
4. Medio	10,83%
5. Medio alto	8,02%
6. Alto	4,23%

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida 2009. Departamento Administrativo de Planeación. Alcaldía de Medellín

## Características sociodemográficas

**Gráfico 1.** Pirámide poblacional según grupos de edad y sexo (quinquenios)



Fuente: Perfil Alimentario y Nutricional de Medellín 2010. Alcaldía de Medellín.

La pirámide poblacional muestra que la población de Medellín ya no presenta una base amplia en los grupos de menor edad, propia del país en las primeras décadas del siglo XX, sino que se ha ido ensanchando en los grupos de mediana edad (19). Aproximadamente el 24,3% de la población de hombres y el 30,4% de la población de mujeres tienen entre 20 y 59 años, el 27,66% de la población total es menor de 19 y el 14,4% es mayor de 60 años (Gráfico 1).

La población entre los 5 y 19 años representa aproximadamente el 24,37% de la población total de la ciudad, y corresponde a la población escolarizada de Medellín.

## Situación nutricional de la población entre los 5 y 18 años de edad

En Medellín, hay clara evidencia de la existencia de desnutrición, la cual es un factor que predispone el riesgo de enfermar o de morir, convirtiéndose en una condición que limita estructural y funcionalmente al organismo; sin embargo, en la actualidad se observa un alto índice de sobrepeso y obesidad, convirtiéndose también en un factor de riesgo para la salud de la población; es decir, existen problemas por deficiencia y por exceso, situación que amerita la implementación de un sistema de monitoreo permanente y la formulación, implementación y seguimiento de estrategias de intervención encaminadas al mejoramiento de las condiciones nutricionales de la población infantil (67).

De acuerdo con los datos registrados por el Perfil Alimentario y Nutricional de Medellín, para el año 2010, el 2,3% de la población menor de 18 años presentaba delgadez, el 10,4% riesgo de delgadez, el 17,9% sobrepeso y el 7,9% obesidad. En el grupo de 5 a 10 años el riesgo de delgadez era de 9,4%, la delgadez de 2,2%, el sobrepeso de 19,4% y la obesidad de 9,8%. En los niños y

jóvenes entre 11 y 18 años el riesgo de delgadez era de 13,4%, la delgadez de 2,6%, el sobrepeso de 15,2% y la obesidad de 5,6% (19). De acuerdo con esto, el 29,2% de la población entre los 5 y 10 años presenta sobrepeso y/u obesidad, igual que el 20,8% de la población entre los 11 y 18 años; es evidente que se trata de un problema de salud pública que requiere de una intervención pronta y adecuada, que minimice los riesgos de salud en la edad adulta.

**Tabla 6.** IMC para la edad en niños y jóvenes menores de 18 años según patrones de crecimiento de la OMS

Grupo de edad	Delgadez	Riesgo de delgadez*	Adecuado para la edad	Sobrepeso	Obesidad
<b>&lt;5 años</b>					
Femenino	1,0%	5,5%	58,8%	23,5%	9,3%
Masculino	2,4%	5,8%	64,0%	17,1%	10,6%
Total	1,7%	5,7%	61,4%	21,2%**	10,0%
<b>5 - 10 años</b>					
Femenino	2,0%	8,7%	63,0%	20,2%	6,1%
Masculino	2,3%	10,1%	55,6%	18,6%	13,4%
Total	2,2%	9,4%	59,3%	19,4%	9,8%
<b>11 - 18 años</b>					
Femenino	2,0%	11,9%	63,0%	17,2%	5,8%
Masculino	3,3%	14,9%	63,3%	13,1%	5,4%
Total	2,6%	13,4%	63,2%	15,2%	5,6%
<b>Total &lt; 18 años</b>					
Femenino	1,8%	9,5%	62,1%	19,9%	6,7%
Masculino	2,8%	11,3%	61,1%	15,8%	9,1%
Total	2,3%	10,4%	61,6%	17,9%	7,9%

\*Según el MPSC, son los niños y jóvenes ubicados entre menos una y menos dos desviaciones estándar utilizando los patrones OMS 2006

\*\*Según el MPSC, son los menores de 5 años ubicados entre una y dos desviaciones estándar utilizando los patrones OMS 2006

Los otros datos se analizaron con los puntos de corte de OMS 2006

Fuente: Perfil alimentario y nutricional de Medellín, 2010. (Modificada).

Además, como sucede en países en vía de desarrollo, los estratos más bajos, son los que se encuentran seriamente afectados por “la paradoja nutricional”, es decir, la coexistencia en la misma población de las deficiencias nutricionales como el bajo peso y la baja talla, con el exceso de peso y la obesidad (67).

## Instituciones educativas y colegios de la ciudad de Medellín

La oferta de instituciones educativas en la ciudad incluye tres modalidades:

- Colegios de carácter oficial: los cuales brindan a los escolares educación y alimentación de manera gratuita dentro de los establecimientos.
- Colegios de cobertura: debido a que el número de estudiantes supera el límite de la capacidad de las plantas físicas oficiales, la Secretaría de Educación estableció la estrategia de contratación de colegios privados, que cumplan con las políticas estipuladas desde el Ministerio de Educación

Nacional, para aumentar cobertura. Dentro de la ciudad se cuenta con dos modalidades: 1) la planta física es privada y atiende un determinado número de estudiantes oficiales y 2) las plantas físicas son propias del municipio, pero los directivos y docentes son personal privado, es decir, no están nombrados por el sistema oficial, pero los estudiantes si están financiados por el Estado (68). Estos colegios de cobertura están dentro del sector de no oficiales, pero prestan servicios en instituciones educativas oficiales.

- Colegios de carácter privado: los cuales exigen el pago de una mensualidad por la prestación del servicio de educación.

## Población matriculada de la ciudad

Según datos de la Secretaría de Educación de Medellín, la población escolarizada para el año 2012 corresponde a 472.224 estudiantes entre colegios oficiales, de cobertura y privados, donde el 84% corresponde a instituciones oficiales y de cobertura y el 16% a colegios privados.

**Tabla 7.** Número total de matriculados por género año 2012.

Año	2012				Total
	Oficial y Cobertura		Privado		
Género	F	M	F	M	
Matrícula	201.875	194.775	38.183	37.391	<b>472.224</b>

Fuente: Subsecretaría de Planeación Educativa, Alcaldía de Medellín, 2012.

# METODOLOGÍA





## 5. Metodología

### Enfoque metodológico del estudio

La investigación se realizó utilizando métodos mixtos, cuantitativos y cualitativos, pues ambos aportan visiones y abordajes para comprender a cabalidad la dinámica de la oferta y las elecciones alimentarias en las tiendas escolares. Los abordajes mixtos permiten una interacción significativa entre los métodos. En estos abordajes, los datos cualitativos pueden proporcionar visiones y dar significados a los patrones y tendencias descritas por la información cuantitativa (69). Partiendo de lo anterior, esta investigación pretendió interpretar y captar nuevas formas de comprensión del fenómeno alimentario, enriquecido por el diálogo entre ambos métodos.

### Perspectivas metodológicas del estudio

El tipo de estudio del componente cuantitativo fue descriptivo y de corte transversal.

La perspectiva metodológica que guió el enfoque cualitativo fue la etnográfica, la cual “va unida al carácter descriptivo de las sociedades humanas, que constituyen el fundamento del conocimiento antropológico” (70) y por la cual permitió describir la realidad de los sujetos y el significado de sus experiencias frente a la disponibilidad y acceso a los alimentos en las tiendas escolares, a partir de las diferentes visiones de los diversos actores sociales (71).

Específicamente, la perspectiva utilizada fue la etnografía enfocada, surgida en el marco de la antropología médica a fin de comprender prácticas y significados atribuidos a las acciones de los sujetos y grupos de población; orientada a una temática particular (72) y caracterizada por disponer de unos trabajos de campo menos intensivos (73).

## Población, muestra y muestreo

La población de estudio de la perspectiva cuantitativa fueron las tiendas escolares de las 530 instituciones educativas ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Medellín, 341 de carácter oficial (64,3%), y 189 de carácter privado (35,7%).

Para identificar las instituciones educativas en las cuales se aplicarían los instrumentos utilizados en el estudio, se calculó una muestra con los siguientes parámetros: una confianza del 95%, un error de muestreo del 5,0%, una probabilidad de éxito del 80% y que fuera estratificada por instituciones oficiales y privadas de Medellín, lo cual dio como resultado los siguientes datos:

- **Muestra:** 169 tiendas escolares
- **Instituciones Educativas Oficiales:** 108
- **Instituciones Educativas Privadas:** 61

La anterior muestra, representó el 32% de las instituciones educativas y colegios de la Ciudad.

Para realizar el trabajo de campo, se realizó un muestreo aleatorio simple con reemplazo, donde, a partir del listado de instituciones educativas oficiales y privadas se escogieron inicialmente 169 colegios de las diferentes zonas, y en caso de que el colegio no cumpliera con las características, como: disponer de tienda escolar y contar con estudiantes en edad escolar y de secundaria, se elegía otra de la misma zona que fuera del mismo carácter, oficial o privado. De acuerdo con lo anterior, se realizó un muestreo por zona, como se indica en la tabla 8.

**Tabla 8.** Establecimientos educativos encuestados de la Ciudad, según zona de la ciudad y carácter de la institución. Medellín, 2012.

Zona	Instituciones Educativas Oficiales				Instituciones Educativas Privadas			
	Total Población	%	Muestra	%	Total Población	%	Muestra	%
1	105	31	32	30	31	16	10	16
2	87	26	27	25	30	16	10	16
3	70	20	23	21	59	32	19	32
4	40	12	13	12	29	15	9	15
5	3	1	1	1	25	13	8	13
6	36	10	12	11	15	8	5	8
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>100</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>189</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>
	<b>64,3</b>		<b>63,9</b>		<b>35,7</b>		<b>36,1</b>	

Las instituciones del estudio y sus características se enuncian a continuación:

- Las instituciones educativas y colegios encuestados estaban distribuidos por las diferentes zonas de la ciudad, el 23% estaban ubicados en la zona 1, el 20,5% en la 2, otro 26,5% en la zona 3, en la 4 el 13,5%, en la 5 el 7% y en la 6 el 9,5%.

**Tabla 9.** Distribución porcentual de los establecimientos educativos encuestados, según nivel educativo de los estudiantes y carácter de la institución. Medellín, 2012.

Nivel Educativo	Carácter				Total por N E	
	Oficial		Privado		n	%
	n	%	n	%		
Primaria	4	3,7	0	0,0	4	2,4
Secundaria	10	9,3	6	9,8	16	9,5
Preescolar, Primaria y Secundaria	58	53,7	48	78,7	106	62,7
Preescolar y Primaria	30	27,8	3	4,9	33	19,5
Prescolar y Secundaria	1	0,9	0	0,0	1	0,6
Primaria y Secundaria	5	4,6	4	6,6	9	5,3
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>169</b>	<b>100</b>

El 62,7% de las instituciones encuestadas tenían en la oferta los tres niveles educativos: preescolar, primaria y secundaria, el 19,5% preescolar y primaria, el 9,5% solo secundaria y el 5,3% primaria y secundaria.

**En el componente cualitativo** participaron un total de 214 escolares, y 16 personas que hacían parte de las directivas y/o administrativos de las instituciones, así:

- 31 escolares en entrevistas individuales
- 10 escolares en entrevistas grupales
- 46 escolares en grupos de discusión
- 16 personas de los directivos de los colegios en entrevistas individuales
- Además, participaron 127 escolares en el diligenciamiento de encuestas.

De esta manera se realizaron un total de 47 entrevistas individuales, 3 entrevistas grupales y 4 grupos de discusión.

Los participantes fueron elegidos asegurando una representatividad tipológica, frente a aspectos como: género, estrato socioeconómico y carácter oficial o privado de la institución.

En cuanto a la realización de entrevistas y grupos de discusión, se contó con la participación de 87 estudiantes pertenecientes a los diferentes estratos de la Ciudad. La población entrevistada era mixta, el 43,7% mujeres y el 56,3% hombres, en rangos de edad comprendidos entre 8 y 11 años pertenecientes a primaria y los pertenecientes a secundaria entre 12 y 15 años de edad.

En la siguiente tabla se pueden identificar las técnicas realizadas, la institución educativa en la cual se aplicó y las características de la institución y de los participantes:

**Tabla 10.** Técnicas de recolección de información cualitativa e institución educativa donde se realizó. Medellín, 2012.

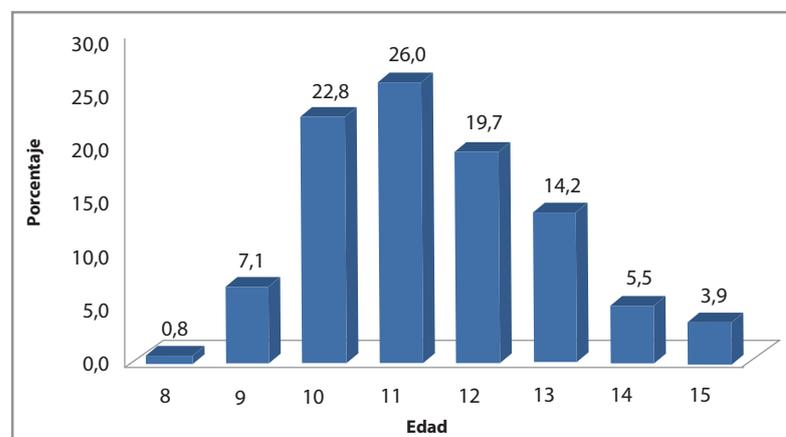
<b>Instrumento</b>	<b>Colegio o Institución Educativa</b>	<b>Zona</b>	<b>Comuna</b>	<b>Estrato</b>	<b>Carácter</b>
Entrevistas dirigidas al personal administrativo y/o directivos de los colegios	*Colegio Cooperativo Cacique Bitagui Sede San Pablo	1	1	2	Privado
	*Institución Educativa San Pablo Sección Escuela Marco Fidel Suárez	1	1	1	Oficial
	*Institución Educativa Asia Ignaciana Sección Escuela Asia Ignaciana	1	2	2	Oficial
	*Escuela José Gregorio Hernández	2	5	2	Oficial
	*Institución Educativa José Asunción	2	5	2	Oficial
	*Institución Educativa Luis Carlos Gálan Sarmiento	3	8	2	Oficial
	*Colegio de la Universidad Pontificia Bolivariana	4	11	4	Privado
	*Institución Educativa Mater Dei	4	11	3	Oficial
	*Colegio Corazonista	4	12	4	Privado
	*Instituto Jorge Robledo	4	11	5	Privado
	*Colegio de la Compañía de María-La Enseñanza	5	14	5	Privado
	*Colegio San José de las Vegas (Femenino)	5	14	6	Privado
	*Colegio Latino	5	14	5	Privado
	*Colegio Mary Mount	5	14	6	Privado
	*Colegio Madre Antonio Cerini	5	14	5	Privado
*Colegio San Gabriel de la Dolorosa	6	15	3	Privado	
Entrevistas individuales dirigidas a estudiantes	*Institución Educativa La Esperanza Sección Escuela San Francisco de Paula	2	6	1y2	Oficial
	*Colegio Corazonista	4	12	4	Privado
	*Colegio Latino	5	14	5	Privado
Entrevistas grupales dirigidas a estudiantes	*Institución Educativa Benjamín Herrera	6	15	3	Oficial
	*Instituto Jorge Robledo	4	11	5	Privado
	*Colegio Latino	5	14	5	Privado
Grupos focales con estudiantes	*Institución Educativa La Esperanza Sección Escuela San Francisco de Paula	2	6	2	Oficial
	*Colegio Eucarístico de la Milagrosa	3	9	3	Privado
	*Instituto Vicarial Jesús Maestro	3	1	3	Privado
	*Instituto Jorge Robledo	4	11	5y6	Privado
	*Institución Educativa Benjamín Herrera	6	15	3	Oficial

Las características de los 127 escolares que participaron en el diligenciamiento de encuestas fueron: el 49,7% eran mujeres y el 50,4% hombres, el 33,1% de los participantes pertenecían al estrato 3, el 26,0% al 2, el 16,5% al 4, el 15,7% al 5, y el 5,5% y el 3,1% al estrato 6 y 1 respectivamente.

**Tabla 11.** Distribución de los estudiantes encuestados según estrato socioeconómico y carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

Estrato de los estudiantes	Carácter				Total	
	Oficial		Privado		n	%
	n	%	n	%		
1	4	6,7	0	0,0	4	3,1
2	26	43,3	7	10,4	33	26,0
3	26	43,3	16	23,9	42	33,1
4	4	6,7	17	25,4	21	16,5
5	0	0,0	20	29,9	20	15,7
6	0	0,0	7	10,4	7	5,5
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

**Gráfico 2.** Distribución porcentual de estudiantes encuestados, según su edad. Medellín, 2012.



Los escolares participantes estaban cursando los grados cuarto, quinto, sexto, séptimo y octavo; el 56,7% estaban ubicados en el rango de edad entre los 8 y 11 años y el 43,3% en el rango de 12 a 15 años.

## Instrumentos y recolección de la información

Para la recolección de información de las tiendas se diseñaron dos encuestas (Anexo A, Anexo B), y un cuestionario de observación (Anexo C) que es aplicado después de haber diligenciado las encuestas anteriores. Las encuestas fueron aplicadas al personal administrativo y al tendero o administrador de la tienda escolar de las 169 instituciones educativas y colegios, con el objetivo de indagar por los lineamientos administrativos en la adjudicación de tiendas y la disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares. El formato para observaciones en la tienda escolar se realizó también en las 169 instituciones educativas, indagando por aspectos como:

- Alimentos ricos en sodio

- Alimentos ricos en grasas saturadas
- Alimentos ricos en grasas trans
- Tipo y variedad de frutas
- Tipo de publicidad de alimentos
- Carteles de educación alimentaria
- Existencia de dispensadores
- Ventas callejeras
- Venta de otros productos

En la recolección de la información cualitativa con escolares y personal administrativo, se diseñó, además una encuesta dirigida a escolares (Anexo D) y se utilizaron técnicas como entrevistas individuales y grupales, grupos focales, con el fin de indagar por los factores que influyen en la elección de alimentos de los escolares en las instituciones educativas, para lo cual se diseñaron dos guías de entrevista, una para utilizar con los escolares (Anexo E), y la otra con el personal administrativo de las instituciones (Anexo F).

La entrevista individual y grupal, es una técnica abierta (semidirectiva), de observación directa, que entraña un contacto vivo y precisa de una interacción de tipo personal entre el investigador y el sujeto o sujetos, es direccionada por una guía de preguntas abiertas. Con la entrevista se obtiene un tipo de información que luego, con el proceso de análisis, permite la identificación de significados y representaciones simbólicas de las prácticas sociales del entrevistado, según el interés y el objetivo que persigue el investigador (74).

La técnica de los grupos focales se define como una reunión con características de entrevista grupal abierta y estructurada, en donde se busca que un grupo de personas seleccionadas previamente por los investigadores, discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática que es objeto de la investigación (75), en este caso, indagar por aspectos de la elección de alimentos en las tiendas escolares de instituciones tanto oficiales como privadas.

## Análisis de los datos

Para analizar la información proveniente de los métodos cuantitativos, se creó una base de datos en el programa Microsoft Office Access 2010. Se calcularon promedios y desviación estándar para las variables cuantitativas y frecuencias absolutas y relativas para las variables cualitativas.

Los datos obtenidos mediante la aplicación de entrevistas individuales y grupales y los grupos focales, se codificaron, es decir, se identificaron unidades con sentido; luego, se procedió a agrupar dichas unidades en cuerpos temáticos o categorías, que fueron las mismas propuestas desde los objetivos del estudio:

- Disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares
- Consumo de alimentos de los escolares y
- Factores que influyen en la elección y compra de alimentos

## Consideraciones éticas

El presente proyecto no presentó riesgo para la población, según lo estipulado por la Resolución 008430 del 1993 del Ministerio de Salud de la República de Colombia. Así mismo, se aseguró un manejo ético de los datos obtenidos.

Frente a los aspectos relacionales, se mantuvieron presentes las situaciones de interacción e intersubjetividad dadas entre las personas participantes y los investigadores. Por lo tanto, se invitó a los sujetos a que participaran en la investigación de manera voluntaria, y se establecieron relaciones horizontales.

De igual manera, a los participantes se les pidió su consentimiento informado (Anexo G) para grabar la conversación realizada con cada uno de ellos, en los grupos focales y en las entrevistas. Se aseguró anonimato y confidencialidad, sustituyendo los nombres de los participantes por códigos y utilizando la información generada sólo con fines académicos e investigativos. Además, se garantizó que el proceso de análisis de la investigación estuviera guiado por la veracidad en la información (70, 76).



# LINEAMIENTOS TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS DE LAS TIENDAS ESCOLARES





## 6. Lineamientos técnicos y administrativos de las tiendas escolares

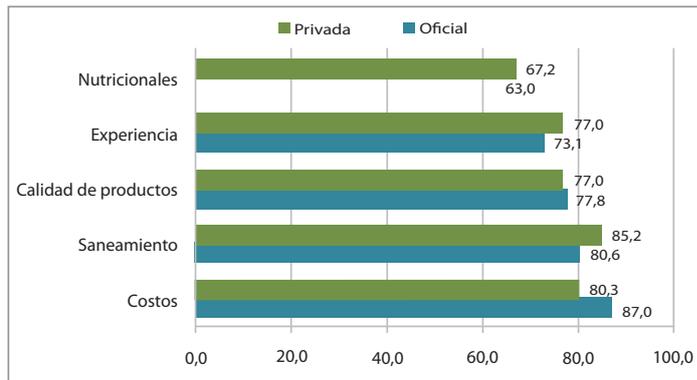
Los lineamientos técnicos y administrativos de las tiendas escolares son todos los aspectos relacionados con las exigencias que se le hacen al tendero o contratista, para adjudicarle la tienda y prestar sus servicios. Esta parte del estudio indaga sobre la forma como son adjudicadas las tiendas escolares, tanto en los establecimientos privados y oficiales, y analiza sobre qué aspectos, desde lo nutricional, conviene sean considerados como lineamientos que se deben exigir al contratista, al momento de adjudicar el contrato.

**Tabla 12.** Modalidades de adjudicación de la tienda escolar, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Modalidad de adjudicación	Carácter				Total	
	Oficial		Privado		n	%
	n	%	n	%		
Licitación	101	93,5	24	39,3	125	74,0
Contratación directa	6	5,6	24	39,3	30	17,8
Propia, la institución la maneja	1	0,9	13	21,3	14	8,3
<b>Total general</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>169</b>	<b>100</b>

Respecto a la forma como se adjudican los establecimientos comercializadores de alimentos en las instituciones educativas, la licitación es la principal forma de realizarlo en los colegios oficiales (93,5%), no obstante en los privados parece haber una distribución similar entre licitación y contratación directa, en ambos casos se da en un 39,3% y el manejo propio por parte de la institución representa el 21,3%.

**Gráfico 3.** Requisitos técnicos tenidos en cuenta para la adjudicación de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

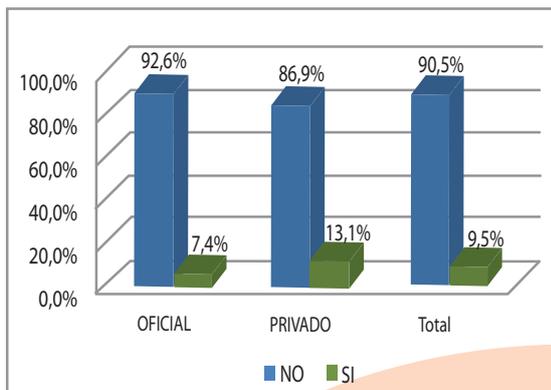


El principal lineamiento que prima en las instituciones de ambos caracteres oficial y privada para adjudicar el contrato es el costo de los productos (87% y 80,3%) y le sigue el saneamiento: (definido como el mantenimiento de condiciones higiénico sanitarias óptimas) con un porcentaje del 85,2% para los privados y del 80,6% para los oficiales; los otros dos lineamientos (calidad y experiencia) son importantes en promedio para el 70% de las instituciones y el aspecto nutricional es el último lineamiento de importancia para la adjudicación del contrato.

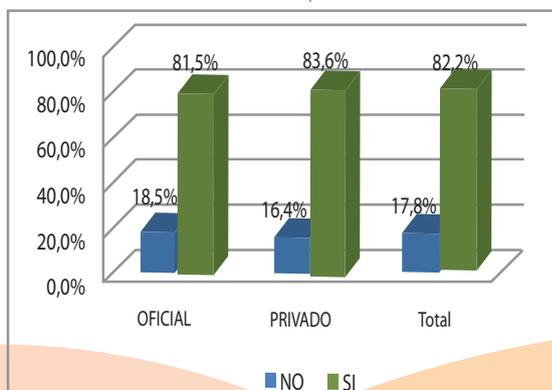
No se deja de reconocer que el costo y el saneamiento son aspectos fundamentales al momento de adjudicar un contrato para la prestación de un servicio alimentario, como es el caso de los sitios para la venta de alimentos en los establecimientos educativos; pero el factor nutricional es en la actualidad, uno de los ejes fundamentales de la salud del individuo, motivo por el cual hoy en día, es una de las razones que está motivando a los entes gubernamentales a generar políticas de carácter público en las áreas de la salud y la educación, lo que lleva a repensar que las instituciones educativas deben considerar este lineamiento como una base para la adjudicación del contrato y que el Estado debe tenerlo como un requisito prioritario al momento de licitar.

## Lineamientos frente a la prohibición y exigencia de alimentos para la venta en las tiendas escolares

**Gráfico 4.** Exigencia en la venta de alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.



**Gráfico 5.** Prohibición en la venta de alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.



El resultado sobre las exigencias en las ventas de alimentos para estudiantes, muestra que el 90,6% de los establecimientos hace algún tipo de exigencia sobre la venta de alimentos y de estos el 56,3% de las instituciones encuestadas dijeron exigir la venta de frutas, pero al corroborar este dato con los resultados obtenidos respecto a la oferta de frutas en establecimientos de cualquier carácter, queda claro que esto es solo una pretensión o una manifestación de interés por parte de las instituciones al momento de hacer la licitación o adjudicación del contrato, pues el cumplimiento de la misma, ni se vigila, ni se hace cumplir. Con relación a las prohibiciones, los resultados reportaron que en el 82,2% de las instituciones se hace algún tipo de prohibición.

## Alimentos exigidos para la venta

Entre los alimentos exigidos por las instituciones que se deben vender en la tienda escolar, están: almuerzo para docentes, fritos tradicionales, lácteos, frutas, ensaladas de frutas, helados con frutas, verduras, menú balanceado variado, panadería, fritos, yogurt, productos frescos hechos en la institución, productos procesados y tradicionales.

**Tabla 13.** Productos alimentarios exigidos en las tiendas escolares, según estrato de los escolares y carácter de la institución educativa. Medellín, 2012

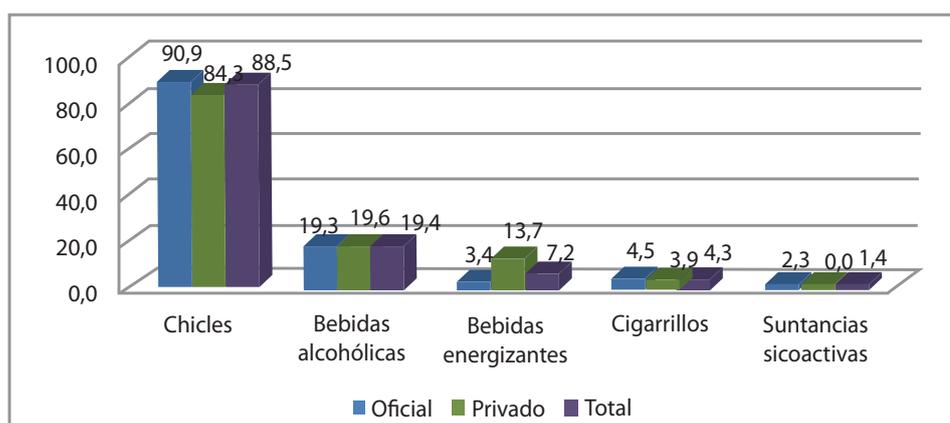
Estrato	Alimentos	Oficial	Privado	General	169 IE	16 IE
<b>Bajo</b>	Almuerzo para docentes	1		1	0,60%	6,30%
	Fritos tradicionales, lácteos	1		1	0,60%	6,30%
	Frutas	4	2	6	3,60%	37,50%
	Productos procesados y tradicionales	1		1	0,60%	6,30%
<b>Medio</b>	Frutas	1		1	0,60%	6,30%
	Lácteos		1	1	0,60%	6,30%
	Menú balanceado variado		2	2	1,20%	12,50%
	Productos frescos, hechos en la institución		1	1	0,60%	6,30%
<b>Alto</b>	Frutas, ensaladas de frutas, helados con frutas		1	1	0,60%	6,30%
	Panadería, fritos, yogurt		1	1	0,60%	6,30%
	Total general	8	8	16	9,5%	100%

Como se observa en la gráfica anterior, solo en el 9,5% de las instituciones educativas se exige la venta de algún alimento en particular. Es de conocimiento general para todas las personas, incluidas los coordinadores de instituciones educativas, que el consumo de frutas es importante para mantener y/o mejorar la salud, no obstante, los datos arrojados, indican que en el estrato bajo solo el 3,6% de los colegios y escuelas exigen la venta de frutas, seguidos por el estrato medio y alto con 0,6% cada uno.

## Alimentos prohibidos para la venta

En las prohibiciones se describieron los siguientes alimentos: chicles, alimentos altos en grasa, en sal y en condimentos; dulces con centro ácido, dulces en forma de cigarrillo, dulces que sean polvo, bombón, hamburguesa, sandwiches, comida chatarra, embutidos. Bebidas como: tintos, coca-cola, maltis, bebidas energizantes, bebidas alcohólicas. Productos nocivos para la salud como: cigarrillos, medicamentos, sustancias psicoactivas. Alimentos mal empacados, o empacados en vidrio, alimentos sin licencia o en mal estado. Y otros productos como: fósforos, encendedores.

**Gráfico 6.** Productos de venta prohibida en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



El principal producto prohibido a vender en las tiendas escolares es el chicle, no obstante el fin de esto por parte de las instituciones, no es de tipo saludable o nutricional, es más bien de índole higiénico para la institución, pues es una forma de evitar que el estudiante los pegue en el escritorio. Otras prohibiciones son: la venta de estimulantes, licor y alucinógenos entre otros, pero estos fueron mencionados principalmente por ser productos legalmente prohibidos en la institución e instituciones sociales en general. Se puede observar también la prohibición de venta de golosinas, bebidas gaseosas y comida chatarra, datos que al corroborar con la disponibilidad de los mismos en los establecimientos es contradictorio.

De los 139 establecimientos educativos que prohíben la venta de algún tipo de alimento específico, se encuentra que el 88,5% manifiestan no permitir la disposición de chicles en las tiendas escolares, el 19,4% prohíben la venta de licor, los energizantes en el 7,2%, en el 4,3% de las instituciones los cigarrillos y el 1,4% prohíben la venta de psicoactivos.

Es de resaltar, que en términos generales, en las instituciones educativas no se prohíbe la venta de ningún alimento solo el chicle pero es para evitar la indisciplina y desaseo en las instituciones. Los demás productos prohibidos no son aptos para menores de edad.

En la pregunta 26 del anexo A se les preguntó a docentes del área administrativa, si en las instituciones realizaban encuestas a los escolares sobre la satisfacción con los productos ofertados en la tienda escolar y con qué frecuencia. Las respuestas a las anteriores preguntas evidencian que esta es una práctica más generalizada entre las instituciones educativas privadas (77,0%) (56,0% en oficiales).

**Tabla 14.** Aplicación de encuestas de satisfacción a los estudiantes sobre la disponibilidad de alimentos en la tienda escolar, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

Carácter de la Institución Educativa	Aplicación de encuestas de satisfacción a los estudiantes	
	SI	NO
Oficial	56%	44%
Privada	77%	23%



# DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS ESCOLARES





## 7. Disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares

### Alimentos ofertados en las tiendas escolares

**Tabla 15.** Alimentos que se venden en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Alimentos que se venden en la tienda	Carácter		Total %
	Oficial %	Privada %	
Snacks	98,2	94,0	96,6
Dulces	97,3	91,0	94,9
Fritos tradicionales	88,2	86,6	87,6
Galletas	89,1	83,6	87,0
Fritos procesados	84,5	79,1	82,5
Helados	82,7	80,6	81,9
Productos de panadería	66,4	82,1	72,3
Comidas rápidas	62,7	82,1	70,1
Cárnicos	62,7	64,2	63,3
Frutas	44,5	55,2	48,6
Almuerzos	31,8	40,3	35,0
Repostería	14,5	32,8	21,5

Entre los principales alimentos que se venden en los establecimientos educativos, tanto oficiales como privados, están los snacks (98,2% de las instituciones oficiales y el 94,0% de las privadas), dulces (en el 97,3% de las oficiales y el 91,0% de las privadas), fritos tradicionales y procesados, galletas y helados en un porcentaje mayor al 80% y en menor porcentaje (<60% de las instituciones tanto oficiales como privadas) consideraron las frutas y los almuerzos.

Los snacks son los alimentos más ofertados en el estrato bajo y medio (98%), seguidos de los dulces con un 97% para el estrato medio y un 96% para el estrato bajo; con respecto al estrato alto, los alimentos más ofertados son los helados, las comidas rápidas y los productos de panadería, cada uno en un 86%.

Las frutas son uno de los alimentos menos ofertados en las instituciones educativas, en el estrato bajo y medio el 34% y 53% respectivamente disponen de este alimento, y en el alto son ofertadas en el 71% de las instituciones.

**Tabla 16.** Alimentos que se venden en las tiendas escolares, según el estrato del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Alimentos que se venden en la tienda	Estrato socioeconómico			Total %
	Bajo %	Medio %	Alto	
Snacks	98,0	98,0	79,0	91,7
Dulces	96,0	97,0	71,0	88,0
Fritos tradicionales	83,0	93,0	71,0	82,3
Galletas	89,0	88,0	71,0	82,7
Fritos procesados	74,0	89,0	71,0	78,0
Helados	91,0	82,0	86,0	86,3
Productos de panadería	62,0	76,0	86,0	74,7
Comidas rápidas	43,0	82,0	86,0	70,3
Cárnicos	51,0	70,0	64,0	61,7
Frutas	34,0	53,0	71,0	52,7
Almuerzos	28,0	35,0	64,0	42,3
Repostería	9,0	24,0	50,0	27,7

**Tabla 17.** Bebidas que se venden en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Bebidas que se venden en la tienda	en	Carácter		Total %
		Oficial %	Privada %	
Bebidas gaseosas		99,1	94,0	96,6
Productos lácteos		90,9	85,1	88,0
Bebidas azucaradas		84,5	89,6	87,1
Agua		74,5	80,6	77,6
Jugos naturales		51,8	49,3	50,6
Otras bebidas		19,1	17,9	18,5

Respecto a las bebidas suministradas en los establecimientos educativos oficiales y privados, las más ofrecidas son: las gaseosas (99,1% - 94,0%), las bebidas lácteas (90,0% - 85,1%) como bebidas fermentadas y avena empacadas en bolsa, siguen las bebidas azucaradas y el agua; entre las menos ofrecidas están los jugos naturales (51,8% en los oficiales - 49,3% en los privados) y otras bebidas (oficiales 19,1% - 17,9% privadas) entiéndase por estas chocolate, café con leche y milo, entre otras.

**Tabla 18.** Bebidas que se venden en las tiendas escolares, según estrato socioeconómico de los estudiantes. Medellín, 2012

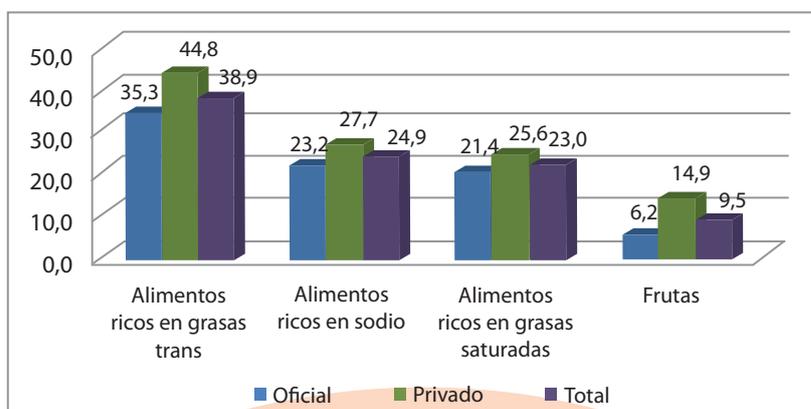
Bebidas que se venden en la tienda	Estrato socioeconómico			Total %
	Bajo %	Medio %	Alto	
Bebidas gaseosas	100,0	97,0	86,0	94,3
Bebidas lácteas	85,0	91,0	86,0	87,3
Bebidas azucaradas	79,0	91,0	79,0	83,0
Agua	68,0	81,0	79,0	76,0
Jugos naturales	51,0	50,0	64,0	55,0
Otras bebidas	13,0	22,0	14,0	16,3

En todos los estratos socioeconómicos (bajo, medio y alto), las bebidas gaseosas manejan el mayor porcentaje de disponibilidad en las tiendas escolares, con el 100%, 97% y 86% respectivamente. Es de anotar, que el estrato alto maneja el mismo porcentaje (86%) para los productos lácteos, como yogurt y bebidas lácteas. Con respecto a los jugos naturales, en promedio el 50,5% del estrato bajo y medio los ofrecen en las tiendas, mientras que el estrato alto los tiene disponibles en un 64%.

Las bebidas procesadas o productos envasados son las principales bebidas ofertadas en las tiendas escolares y las bebidas que implican elaboración dentro del mismo establecimiento, como los jugos naturales y bebidas calientes, tiene una oferta mas limitada. Lo anterior puede afectar de manera directa la situación nutricional de los estudiantes, debido a que la mayoría de estas bebidas procesadas, tienen un alto contenido de azúcares concentrados y calorías vacías, a excepción de los productos lácteos; sin embargo, la encuesta observacional indica que la oferta de productos lácteos es mínima, dónde la cantidad de bebidas lácteas para ofertar no era mayor a 2 unidades por producto y su ubicación dentro del establecimiento, es al interior de un refrigerador.

Al relacionar los resultados de las tablas 15, 16, 17 y 18, se puede aseverar que la oferta de alimentos no es saludable, nutritiva ni balanceada para la población estudiantil en las tiendas escolares; son alimentos altos en azúcares concentrados, en grasa saturadas, grasas trans, sodio y el contenido de micronutrientes es bajo.

**Gráfico 7.** Porcentaje promedio por grupo de alimentos ofrecidos en los establecimientos educativos, según carácter. Medellín, 2012



Con respecto a los alimentos considerados en la ley 1355 de 2009 como prohibidos para vender en los sitios visitado por población infantil (como lo son los estudiantes) y dónde caben por ende las entidades educativas, es de considerar que los resultados reportados en la anterior gráfica muestran que una gran mayoría de las instituciones permiten la venta de alimentos altos en grasas saturadas, grasa trans y sodio, resaltándose especialmente en las privadas, situación que posiblemente va a afectar de manera directa, y en un futuro, la salud de este grupo poblacional. Por el contrario, la oferta de alimentos saludables como las frutas es baja, tanto en establecimientos oficiales (6,2%) como en los privados (el 14,9%), siendo más notorio este factor negativo en las de carácter oficial. Este escenario lleva a considerar la importancia de aprobar, implementar y hacer cumplir de manera rápida esta resolución promovida en el 2009.

## Oferta de frutas en las tiendas escolares

**Tabla 19.** Disponibilidad de frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Disponibilidad de Frutas en la Tienda escolar	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	49	44,5	37	55,2	86	48,6
No	61	55,5	30	44,8	91	51,4
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>177</b>	<b>100</b>

A pesar de que la fruta fue considerada por la mayoría de las instituciones como un alimento nutritivo y prioritario para ofrecer a los estudiantes, se puede decir que en promedio, el 50% (48,6%) de las instituciones la ofrecen, siendo mayor el ofrecimiento en las privadas (55,2%) que en las oficiales (44,5%). En la observación que se hizo sobre la disponibilidad de alimentos, se encontró una baja variedad de frutas, donde se ofrece mango, papaya, piña y sandía, situación incoherente en una región rica en disponibilidad de frutas o donde se encuentra gran variedad de estas, como manzana, naranja, mandarina, fresas, uchuvas, pera, entre otras, la razón por la cual se puede presentar esta situación se describe en las tablas siguientes.

**Tabla 20.** Aspectos por los cuales se ofrecen frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

Aspectos por los cuales se ofrecen frutas en las tiendas escolares	Carácter	
	Oficial %	Privado %
Valor nutricional	63,3	62,2
Preferencia de los estudiantes	57,1	45,9
Costos	16,3	18,9
Exigencias en el contrato	16,3	13,5
Facilidad de abastecimiento	10,2	10,8
Otro	4,1	8,1

**Tabla 21.** Aspectos por los cuales No se ofrecen frutas en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

Aspectos por los cuales NO se ofrecen frutas en las tiendas escolares	Carácter	
	Oficial %	Privado %
Rechazo por los estudiantes	68	70,0
Falta de almacenamiento adecuado	21,3	26,7
Vida útil más corta	18	20,0
Otros	23	10,0
Dificultad de abastecimiento	8,2	10,0
Costos	9,8	3,3

La principal razón por la cual se ofrecen frutas es por su valor nutricional (63,3% oficiales y 62,2% privadas), le sigue como segunda razón la preferencia de los estudiantes (57,1% oficiales y 45,9% privados) y por exigencias del contrato, solo representa en promedio el 14% para ambas instituciones (oficiales y privadas), esta última razón debería ser pensada como prioritaria para todas las instituciones, ya que si su valor nutricional es innegable, toda tienda debería ofrecerlas en mayor cantidad y variedad, de acuerdo a lo reglamentado en la ley 1355 donde se indica que todo lugar donde se reúnen de manera masiva población infantil (pre-escolares, escolares, adolescentes) debe ofrecer alimentos saludables (44).

Al analizar las razones por las cuales las frutas no son ofertadas en las instituciones educativas, la principal y más notoria es el rechazo por los estudiantes (68,9% oficiales y 70,0% privados), circunstancia que al ser comparada con los datos anteriores parece ser opuesta, sin embargo, al mirar las proporciones se puede decir que es en promedio un 50 - 50 de aceptación y de rechazo, cabe entonces preguntarse porque algunos estudiantes las rechazan, más que el porqué las prefieren. Como se evidencia en esta investigación y en muchas otras, algunas de las posibles causas del rechazo son: la poca costumbre de consumo, que no les ha dejado adaptarse a la sensación sensorial que brinda este alimento al paladar, la poca facilidad para consumirlas, el costo de las mismas, la presentación al momento de ofrecerlas, la hora en la cual se ofrecen, causas que deben ser motivo de indagación y no de resignación para no ofrecerlas.

El resto de las razones por las cuales no se ofrece este alimento en las instituciones están más fundamentadas en la facilidad para el tendero (vida útil, falta de espacio para su almacenamiento, costo entre otras), motivos que pueden tener solución rápida por parte de las instituciones educativas y de la administración pública, si realmente se desea brindar este alimento a los estudiantes.

## Máquinas dispensadoras de alimentos en las tiendas escolares

**Tabla 22.** Disponibilidad de máquinas dispensadoras de alimentos en las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Disponibilidad de máquinas dispensadoras de alimentos	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	33	30,0	22	32,8	55	31,1
No	77	70,0	45	67,2	122	68,9
<b>Total general</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>177</b>	<b>100</b>

Otra forma de ofrecer alimentos a los estudiantes es por medio de las máquinas dispensadoras, método que está siendo implementado en el 31,1% de las instituciones (oficiales 30,0% y privadas 32,8%). Analizando esta nueva alternativa de oferta de alimentos, esta puede, según la orientación y disponibilidad de alimentos con que cuente, proporcionar ventajas o desventajas. Una de las ventajas es la facilidad y practicidad en la disponibilidad de alimentos, pero una desventaja es el tipo de alimentos que aquí se expiden, principalmente si son snacks, productos empacados y bebidas azucaradas. Los anteriores son alimentos con alto contenido en grasas trans, grasas saturadas, azúcares

concentrados y sodio, que consumidos en exceso pueden ser o resultar nocivos para la salud. Esta modalidad continuará siendo una forma de oferta de alimentos en las instituciones educativas, por lo cual debería ser reglamentada en lo que respecta al tipo de alimentos que allí se ofertan y al dar cumplimiento a la ley 1355 de 2009.

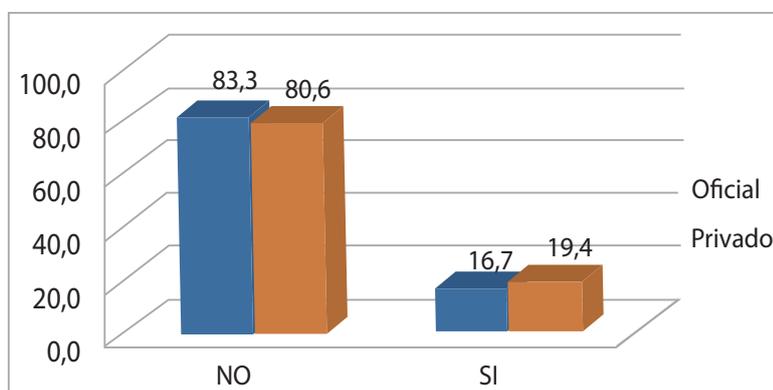
## Oferta de otros productos diferentes a alimentos en las tiendas escolares

**Tabla 23.** Autorización para la venta de otros productos diferentes a alimentos en las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Carácter	Autorización para la venta de otros productos diferentes a alimentos en las tiendas escolares	
	Oficial	Privado
Si (%)	25,0	23,0
No (%)	75,0	77,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Analizando la venta de productos que no son alimentos dentro de las tiendas escolares de las instituciones, se puede observar que tanto en las privadas como en las oficiales no tienen autorización por parte de los directivos para dichas ventas, (77,0% y 75,0% respectivamente), solo un pequeño porcentaje si lo permite (25,0% instituciones oficiales y 23,0% instituciones privadas). Estas ventas están relacionadas con la oferta de toallas higiénicas y protectores para mujeres, considerado una prioridad para algunas instituciones (algunas instituciones no lo ofrecen ya que los baños cuentan con dispensadores de este producto). También se encuentran dentro de estos productos juguetes pequeños y útiles escolares como lápices, lapiceros, borradores y sacapuntas. Por lo general se prohíbe la venta de productos que no son alimentos para evitar la preferencia en la compra de estos por parte de los escolares.

**Gráfico 8.** Distribución porcentual de los estudiantes encuestados que compran otros productos en las tiendas escolares, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.



Según las entrevistas realizadas a estudiantes en las diferentes instituciones tanto oficiales como privadas se encuentra que sólo un 16,7% y 19,4% respectivamente, realizan compras de productos

que no son alimentos, este resultado indica que los estudiantes invierten su dinero por lo general en alimentos.

## Aspectos que consideran los empleados de las tiendas escolares, para realizar la oferta de alimentos

Se indagó a personal administrativo, tenderos y estudiantes por medio de encuestas, sobre los aspectos considerados al momento de ofertar alimentos.

**Tabla 24.** Aspectos que consideran las tiendas escolares para realizar la oferta de alimentos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Aspectos que consideran las tiendas escolares para realizar la oferta de alimentos	Carácter		
	Oficial	Privado	Total
	%	%	%
Nutricionales	70,0	76,1	73,1
Demanda de los estudiantes	73,6	77,6	75,6
Costos	80,9	65,7	73,3
Facilidad en el transporte de alimentos	20,9	35,8	28,4
Facilidad en la preparación de alimentos	29,1	55,2	42,2
Conservación de los alimentos	31,8	47,8	39,8

Los tres aspectos que consideran las tiendas de mayor importancia al realizar una oferta de alimentos son: los costos como el principal, le siguen la demanda de los estudiantes y los aspectos nutricionales, sin embargo, para los establecimientos privados la facilidad en la preparación de los alimentos es también considerado un aspecto importante al momento de ofertar alimentos.

Los aspectos nutricionales son poco evidenciados pues tienen poca relación con los datos encontrados en la encuesta de observación, según lo cual los alimentos ofertados tienen alto contenido de grasas saturadas, trans, azúcares concentrados y sodio, todos de alto riesgo para la población cautiva.

Los aspectos que considera importantes una institución educativa al momento de ofertar alimentos, son clave para tomar la decisión sobre el tipo y calidad del mismo, con estos resultados se puede deducir que los factores principales, o los que priman en las instituciones, buscan que los estudiantes tenga oportunidad de adquirir algún alimentos a un costo asequible, que a la vez satisfaga el gusto y puedan brindar aporte nutricional, este último, más especialmente, en las instituciones de carácter privado.

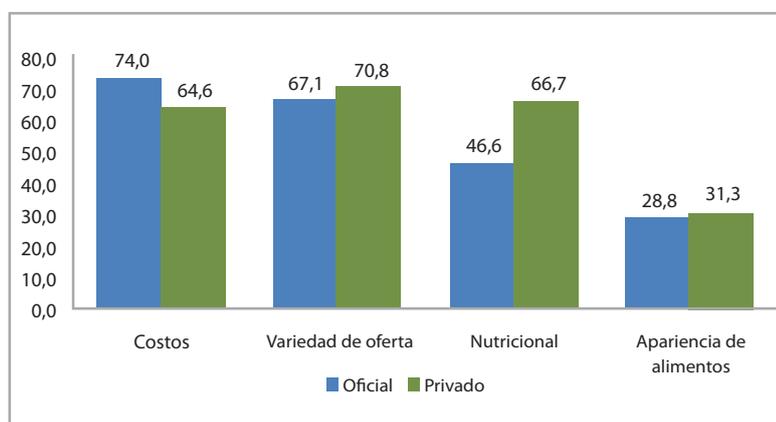
## Cómo consideran los diferentes actores, la oferta de alimentos en las tiendas escolares

La mayoría de las instituciones educativas de carácter oficial (67,6 %) y privado (78,7%) consideran que los alimentos ofertados a la población estudiantil son adecuados (tabla 25).

**Tabla 25.** Percepción de la institución sobre lo adecuado de la disponibilidad de alimentos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Disponibilidad adecuada	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	73	67,6	48	78,7	121	71,6
No	35	32,4	13	21,3	48	8,4
<b>Total general</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>169</b>	<b>100</b>

**Gráfico 9.** Percepción de las instituciones sobre los aspectos en que es adecuada la disponibilidad de alimentos, según carácter de los establecimientos educativos. Medellín, 2012



Entre los aspectos considerados adecuados en su disponibilidad tanto por las instituciones oficiales como privadas, tenemos como principal los costos en el 74,0% de las instituciones oficiales y el 64,6% de las privadas, luego está la variedad de oferta, primordialmente en las instituciones privadas (70,8%); el aspecto nutricional, según los resultados, solo es adecuado en promedio en el 50% de las instituciones tanto oficiales como privadas; por último y en un porcentaje bajo, es considerada la apariencia de los alimentos.

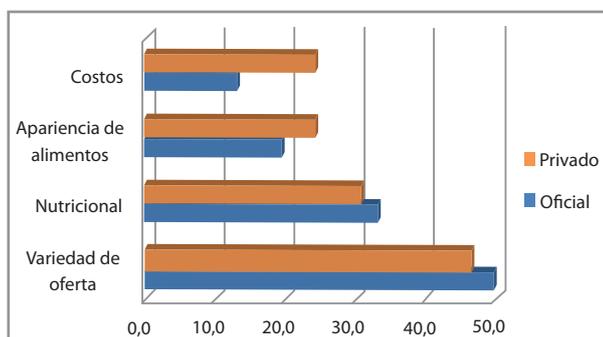
**Tabla 26.** Percepción de los estudiantes encuestados sobre lo adecuado de la disponibilidad alimentaria de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Disponibilidad adecuada	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	30	50,0	22	32,8	52	40,9
No	30	50,0	45	67,2	75	59,1
<b>Total general</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Es mayoritaria la percepción que tienen los estudiantes sobre lo adecuado de la oferta de alimentos, en las instituciones privadas (67,2%) y cuya opinión está distribuida de manera igualitaria (50-50) en los estudiantes de las instituciones oficiales.

Este resultado obedece, posiblemente, a que en las instituciones privadas la variedad de alimentos para la oferta es mucho mayor y esto puede deberse a que las directivas de estas instituciones ejercen un poco más de control en lo que se va a vender a los estudiantes, por el contrario en las instituciones oficiales, aunque el resultado indica que la mitad de los estudiantes expresan tener una oferta de alimentos adecuada, hay que preguntarse por que el otro 50% considera que no. Importante también anotar que es valioso que las instituciones oficiales tengan un mayor control de los alimentos que se ofertan a los estudiantes.

**Gráfico 10.** Aspectos en los cuales los estudiantes encuestados consideran adecuada de la oferta alimentaria de las tiendas escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Tanto en las instituciones de carácter oficial como privado, el principal motivo por el cual se considera la oferta de alimentos como adecuada es la variedad (50% oficiales y 45% en promedio los privados), importante aclarar, que posiblemente los estudiantes no tienen claro que es variedad de oferta y por el contrario pueden entender por variedad de oferta la exhibición de un mismo producto en diferentes sabores, empaques, tamaños, entre otros; es decir, el hecho de que se disponga de una gran cantidad de paquetes empacados y exhibidos en las tiendas puede ser para ellos una evidencia de variedad en la oferta. Le sigue como segunda razón para decir que los alimentos ofertados son adecuados, lo nutricional y luego, la apariencia.

## Alimentos considerados prioritarios para la oferta alimentaria en las tiendas escolares

**Tabla 27.** Percepción del personal administrativo después de percepción de la institución sobre alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Percepción de la institución sobre alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes	Carácter		
	Oficial %	Privado %	Promedio %
Frutas	87,0	85,2	86,1
Productos de panadería	41,7	54,1	47,9
Fritos tradicionales	43,5	34,4	39,0
Helados	37,0	44,3	40,7
Snacks	38,9	37,7	38,3

Percepción de la institución sobre alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes	Carácter		
	Oficial	Privado	Promedio
	%	%	%
Dulces	35,2	41,0	38,1
Almuerzos	30,6	39,3	35,0
Cárnicos	28,7	32,8	30,8
Comidas rápidas	27,8	32,8	30,3
Fritos procesados	24,1	32,8	28,5
Productos de repostería	11,1	18,0	14,6
Otros	2,8	11,5	7,2

La información obtenida en la tabla anterior indica que las frutas son consideradas por las instituciones como los alimentos prioritarios para ofertar a los estudiantes, tanto en los establecimientos oficiales (87,0%) como en los privados (85,2%), estos resultados son corroborados con lo expuestos por los estudiantes de las instituciones oficiales (75,0%) como privadas (46,3%) al exponer que son el alimento prioritario que se les debe ofrecer. Entre los considerados menos prioritarios de ofertar por parte de las instituciones oficiales y privadas, están los productos de repostería, comidas rápidas, cárnicos y otros.

Es de anotar que un alto porcentaje de las instituciones tanto oficiales (27,8%) como privadas (32,8%) consideraron las comidas rápidas como importantes para ser ofrecidas a los estudiantes y en una proporción muy similar, están los fritos procesados; estos alimentos tienen un alto contenido de grasas saturadas e incluso trans, sin embargo el motivo por el cual fueron considerados importantes no fue indagado, pero se puede pensar en razones como la capacidad de saciedad que tienen algunos de estos alimentos.

**Tabla 28.** Percepción de la institución sobre los aspectos prioritarios para la oferta de alimentos a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

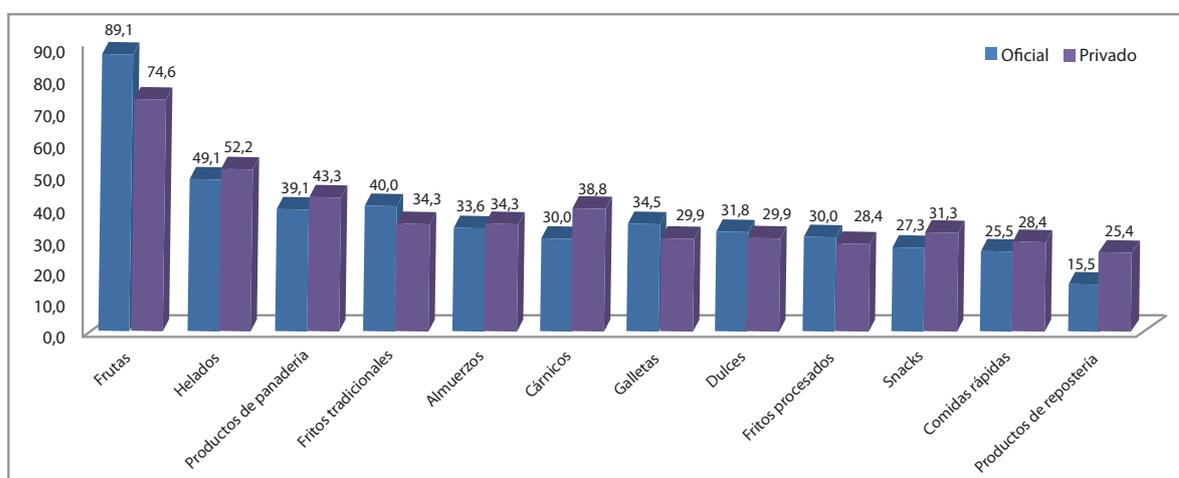
Percepción de la institución sobre los aspectos prioritarios para la oferta de alimentos a los estudiantes	Carácter		
	Oficial	Privado	Promedio
	%	%	%
Nutricionales	87,0	95,1	91,1
Costos	72,2	62,3	67,3
Facilidad de consumo	29,6	39,3	34,4
Facilidad de preparación	20,4	27,9	23,1
Apariencia	16,7	27,9	24,1
Culturales	15,7	23,0	19,3

La tabla 28 muestra como en las tiendas escolares de instituciones oficiales y privadas, especialmente en estas últimas (95,1%) se considera que lo nutricional es el principal aspecto que se debería tener presente al momento de ofertar los alimentos; el 72,2% de las instituciones oficiales y el 62,3% de las privadas consideran que los costos también son un aspecto importante al momento de ofertar los alimentos, y son considerados en menor importancia los aspectos culturales, lo que permite concluir por qué se da en baja proporción la oferta de alimentos tradicionales de alto valor nutricional y bajo costo, como mazamorra con bocadillo, arroz con leche, queso con bocadillo, arepa con queso,

leche con algún dulce, entre otros. Una posible razón para su baja oferta es su compleja preparación por quienes atienden el establecimiento, además de que se ha perdido la costumbre de su consumo en la actualidad.

Otro aspecto poco considerado al momento de ofertar los alimentos es la apariencia, dónde solo el 16,7% de las instituciones oficiales y el 27,9% de las privadas lo consideran importante. La frase cultural: “todo entra por los ojos”, y en especial los alimentos, muestra que este se acepta o rechaza según su apariencia, por lo tanto, esto indica que en muchos casos el rechazo a ciertos alimentos o preparaciones puede estar influenciado por la apariencia del mismo, situación difícil que sucede con los alimentos procesados industrialmente, cuya presentación (empaque) es excelente.

**Gráfico 11.** Percepción del empleado de la tienda sobre los alimentos prioritarios para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



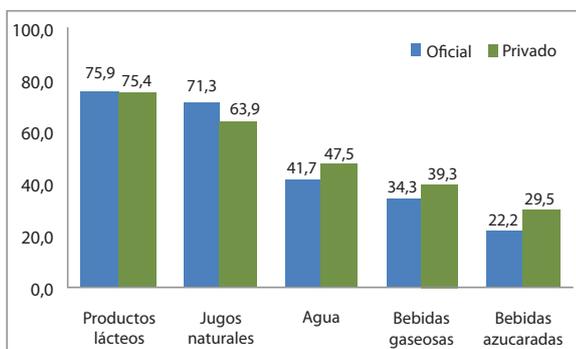
Los tenderos, tanto de establecimientos oficiales (89,1%) como privados (74,6%), consideran las frutas alimentos prioritarios para ofrecer a los estudiantes, le siguen los helados y fritos tradicionales; con relación a los considerados menos importantes para ofertar están los productos de repostería y las comidas rápidas, es de anotar que los productos cárnicos son considerados importantes más especialmente en los establecimientos privados (38,8%) que en los oficiales (30,0%), pero los fritos procesados son un poco más importantes en los establecimientos oficiales (30,0%) que en los privados.

Las derivaciones de este cuadro ponen nuevamente de manifiesto que es por todos reconocido, que las frutas son alimentos básicos en la alimentación de los estudiantes, pero su oferta es demasiado baja, las posibles razones pueden ser: la baja demanda por parte de los estudiantes, y posiblemente el no poseer un lugar apto o propicio para su preparación, conservación y exhibición, que lleve a una presentación más agradable del producto y por ende a su venta. Todo lo anterior debe llevar a repensar los criterios de diseño y distribución de las planta físicas donde se ubican las tiendas, dónde se pueda considerar un lugar para procesar estos alimentos y otros en la cual se puedan exhibir de manera agradable e higiénica.

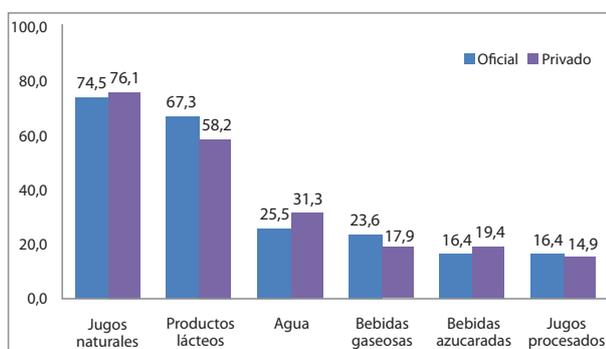
El hecho de que los fritos tradicionales sigan siendo considerados como alimentos importantes de ofertar a los estudiantes, tanto por las instituciones como por los empleados, es una buena oportunidad para continuar promoviendo la cultura alimentaria antioqueña, obviamente se deben seleccionar cuáles de estos alimentos son los mejores (desde lo nutricional) para ofertar; es de apuntar, nuevamente, que la venta de estos productos se ha ido disminuyendo y que una posible razón es que la planta física no cuenta con un espacio adecuado para su preparación y exhibición.

Los helados son un alimento altamente nutritivo, pero muy específicamente el que es preparado 100% leche, es decir el helado de preparación tradicional y no el que actualmente nos brinda la industria de alimentos: a base de aire y con un muy buen contenido de grasas saturadas y trans. Por eso debe hacerse un llamado para que se reglamente con la industria de alimentos el tipo de helados que se va a vender a esta población, (en cuanto a composición nutricional) ya que es uno de los alimentos más apetecidos por la población infantil.

**Gráfico 12.** Percepción de la institución sobre bebidas prioritarias para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



**Gráfico 13.** Percepción del empleado de la tienda sobre bebidas prioritarias para la oferta a los estudiantes, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

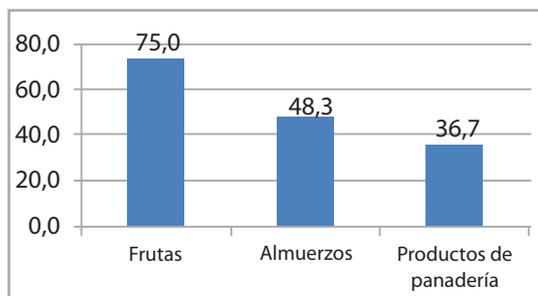


Tanto las instituciones educativas como los tenderos consideran prioritario disponer, dentro de la oferta, de productos lácteos y jugos naturales, esto se ve claramente en el gráfico 12 y 13

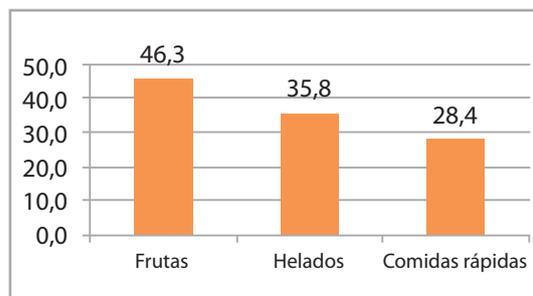
El gráfico 12 enseña claramente la percepción que tienen las instituciones sobre la importancia de vender a los estudiantes productos lácteos tanto en los establecimientos privados (75,4%) como en los oficiales (75,9%), seguidos de los jugos naturales (oficiales 71,3% - privado 63,9%), ambos alimentos requieren de un espacio de preparación, conservación y de exhibición, factores que actualmente no están favoreciendo la oferta de estos productos alimenticios de gran valor nutricional. Es claro también que las bebidas gaseosas y las azucaradas no son pensadas por la mayoría de las instituciones como prioritarias para ofertar.

De acuerdo al gráfico 13, los tenderos opinaron que los jugos naturales (oficiales 74,5% - privados 76,1%) deberían ser la oferta prioritaria de bebidas, seguida de las bebidas lácteas (oficiales 67,3% - privados 58,2%); el agua es admitida como otra bebida importante de ofertar tanto en los establecimientos oficiales como privados, pero principalmente en los oficiales. Otro resultado importante de este gráfico es que las bebidas con alto contenido de azúcares (gaseosas, jugos procesados y bebidas azucaradas) son consideradas prioritarias en un bajo número de instituciones tanto de carácter oficial como privada (bebidas gaseosas: oficiales 23,6% - privados 17,9%)

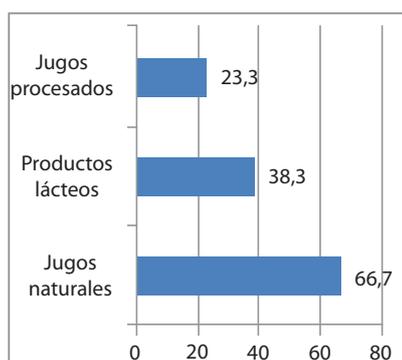
**Gráfico 14.** Percepción de la mejor oferta de alimentos según los estudiantes de las instituciones educativas oficiales. Medellín, 2012



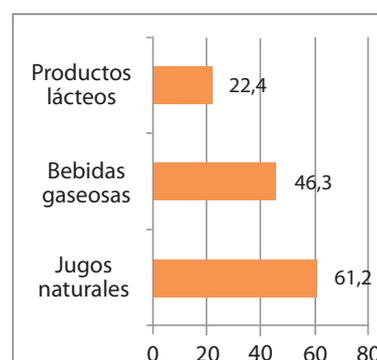
**Gráfico 15.** Percepción de la mejor oferta de alimentos según los estudiantes de las instituciones educativas privadas. Medellín, 2012



**Gráfico 16.** Percepción de lo que consideran los estudiantes debería ser la mejor oferta de bebidas en las instituciones educativas oficiales. Medellín, 2012



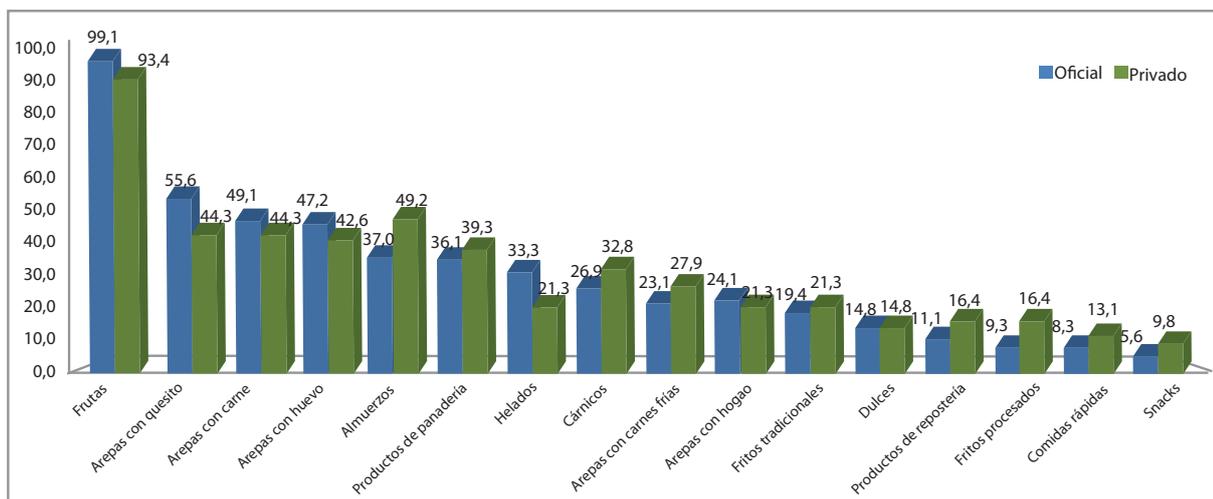
**Gráfico 17.** Percepción de lo que consideran los estudiantes debería ser la mejor oferta de bebidas en las instituciones educativas privadas. Medellín, 2012



Los anteriores gráficos (14, 15, 16 y 17) se analizaron en conjunto y se encontró que para todos los estudiantes, independiente del carácter de la institución, las frutas y los jugos deberían ser las mejores alternativas de alimentos ofertados. Los estudiantes de establecimientos oficiales manifestaron como segunda mejor oferta los almuerzos (48,3%) y las bebidas lácteas (38,3%) pero esta respuesta parece estar dada por los alimentos que la mayoría adquieren en los programas estatales y no por lo que vende la tienda escolar; para los estudiantes de entidades privadas están las gaseosas (46,3%) y los helados (38,5%) como segunda y tercera mejor oferta de alimentos.

## Alimentos considerados adecuados nutricionalmente para la oferta en las tiendas escolares

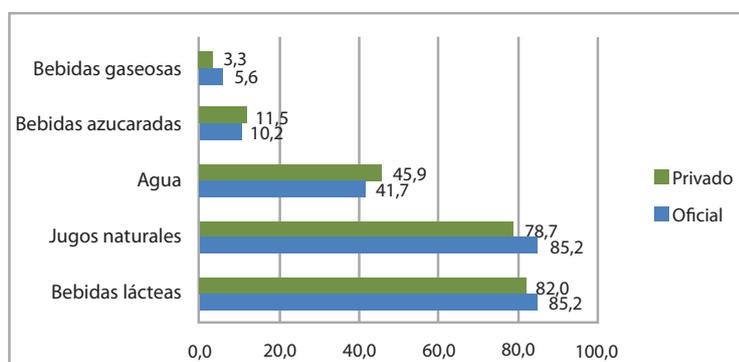
**Gráfico 18.** Percepción de la institución sobre alimentos nutricionalmente más adecuados para los escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Tanto para las instituciones oficiales (99,1%) como para las privadas (93,4%) las frutas son consideradas el alimento más nutritivo; seguido de algunos alimentos más culturales o tradicionales como la arepa acompañada de otro alimento (quesito, carne, huevo), en promedio el 55% de las instituciones oficiales lo consideran así y el 40% de las privadas. Otros alimentos también considerados nutritivos por ambas instituciones son los helados, cárnicos y fritos tradicionales, pero en más baja proporción.

Alimentos como los snacks, dulces, comidas rápidas y fritos procesados son considerados alimentos nutritivos por un bajo porcentaje de instituciones oficiales y privadas, con la salvedad que no sería del todo inválida si estos no excedieran el contenido de algunos nutrientes o componentes perjudiciales para la salud, como lo son las grasas saturadas, trans y el sodio.

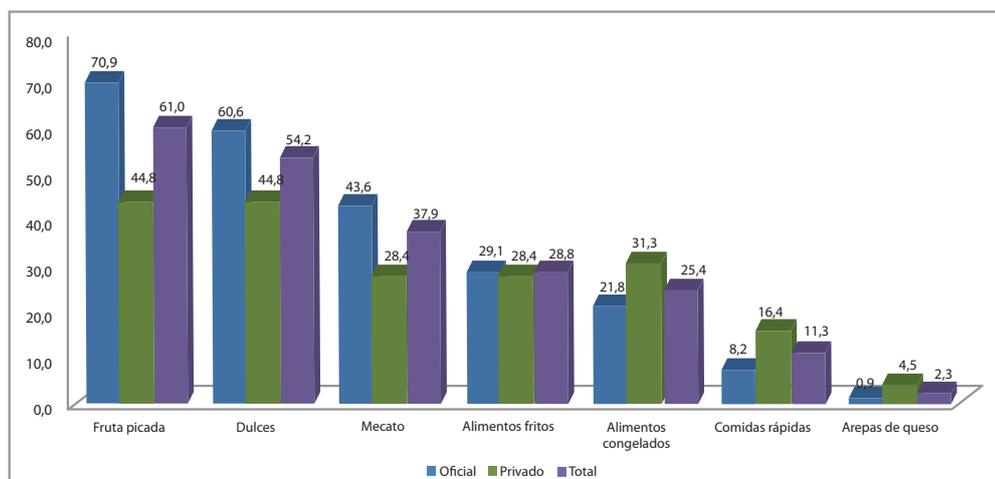
**Gráfico 19.** Percepción de la institución sobre bebidas nutricionalmente más adecuadas para los escolares, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Las bebidas consideradas más nutritivas en las instituciones oficiales (85,2%) y las privadas (82%) son las bebidas lácteas y los jugos naturales (78,7% privado – 85,2% oficiales). Las bebidas azucaradas (11,5% privado – 10,2% oficiales) y especialmente las gaseosas (3,3% privado – 5,6% oficiales) son consideradas poco nutritivas. Es importante resaltar la importancia nutritiva que le dan al agua, una bebida que no aporta nutrientes al organismo pero que obviamente es necesaria para el adecuado funcionamiento de este, no obstante, esta consideración debe ser tomada con mucho cuidado y tenerse muy presente para la alimentación de los escolares, conocer exactamente, cuánto, cuándo, como y quienes deben de consumir agua pues un mal manejo de este líquido puede llevar a problemas de salud.

## Ventas de alimentos en las afueras de las instituciones educativas y colegios

**Gráfico 20.** Alimentos ofrecidos en las afueras de las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



A la salida de las instituciones educativas es tradicional la venta de alimentos como una forma de trabajo informal, escenario que si no es manejado correctamente pone en riesgo la salud de la población estudiantil no solo desde el punto de vista microbiológico sino nutricional, en especial por el consumo de alimentos diferentes a los ofertados en las tiendas escolares.

Actualmente se venden principalmente en las afueras de las escuelas fruta picada (61,0% de las instituciones), específicamente el tradicional mango con mucha sal y sumado a esto la adición de colorante verde; dulces en general (54,2%), mecato (37,9%), alimentos fritos (28,8%), alimentos congelados (25,4%) y se está empezando a incursionar en otro tipo de alimentos como lo son las comidas rápidas y arepas de queso, sin embargo la compra de estos alimentos por parte de los estudiantes es muy baja o casi nula por siguientes las razones: numerosos estudiantes tienen transporte escolar, muchos de estos vehículos entran hasta las instituciones por ellos, lo que disminuye la oportunidad de salir a las afueras y realizar la compra; influye también la cantidad de dinero con que cuentan, pues los estudiantes expresan que a la hora de la salida ya no tienen dinero con que

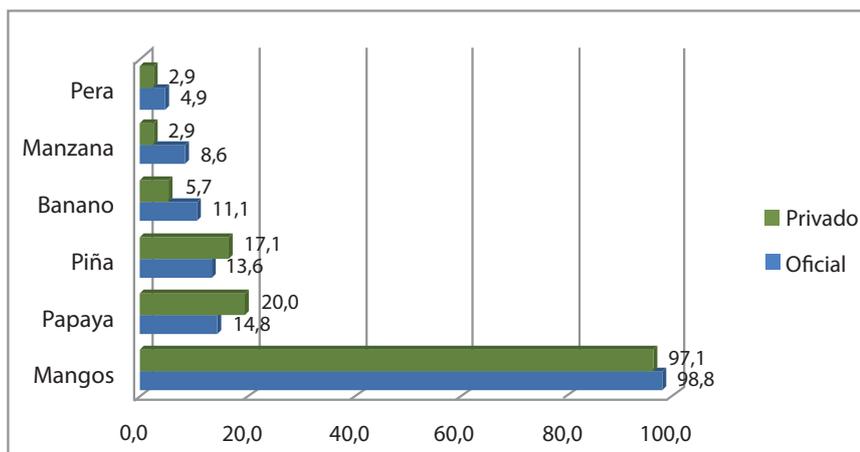
comprar lo que ofrecen en las ventas callejeras. Por lo tanto esta oferta de alimentos callejeros podría considerarse como no riesgosa para la salud de los estudiantes.

**Tabla 29.** Oferta de frutas en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Oferta de frutas en las ventas callejeras	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	81	73,6	35	52,2	116	65,5
No	29	26,4	32	47,8	61	34,5
<b>Total general</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>177</b>	<b>100</b>

La oferta de frutas por fuera de las instituciones educativas es mayor en instituciones de carácter oficial (73,6%) que en las privadas (52,2%), la causa para que se presente más la venta de estas en las instituciones oficiales, puede ser que los estudiantes las compren o accedan más ellas, ya sea por el costo más asequible, la presentación llamativa, variedad en la oferta y la oportunidad para la compra. A su vez estas instituciones están dentro del casco urbano y permiten que los vendedores ambulantes se ubiquen en las afueras.

**Gráfico 21.** Clase de frutas ofertadas en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.



El mango es la fruta más ofertada en las ventas callejeras para los estudiantes (oficiales 98,8% y privadas 97,1%); y, aunque se oferten otras variedades de frutas como papaya, piña, banano, manzana y pera, son pocas las ventas callejeras que disponen de estas, puesto que no se pueden combinar con diferentes sustancias o productos como sal, pimienta, limón y colorantes que las hagan más apetecidas; estas frutas, diferentes al mango, constituyen un consumo más por gusto que por disponibilidad.

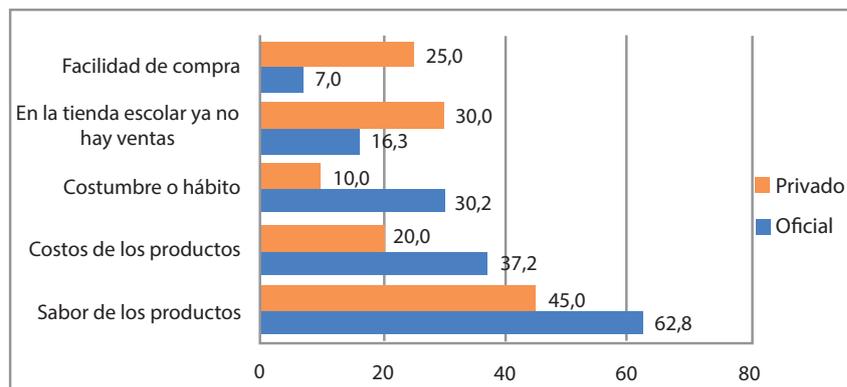
**Tabla 30.** Compra de alimentos en ventas callejeras por parte de los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Compra de alimentos en ventas callejeras por parte de los estudiantes	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	43	71,7	20	29,9	63	49,6
No	17	28,3	47	70,1	64	50,4
<b>Total general</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Como se mencionó anteriormente las ventas callejeras no son la principal forma en la cual los estudiantes adquieren sus alimentos; sin embargo los estudiantes que si lo hacen, en las instituciones oficiales compran más alimentos en las ventas callejeras que los de entidades privadas, esto se corrobora con la tabla 30 donde el 71,7% de los estudiantes de instituciones oficiales adquieren en algún momento alimentos ofrecidos a las fueras de la institución, por el contrario solo 29,9% de los estudiantes de instituciones privadas, compran alimentos callejeros; esto debido en gran parte a que algunos colegios privados no permiten venteros ambulantes a las afueras.

Entre los alimentos que los estudiantes acostumbran adquirir en las ventas callejeras esta el bolis (31,4%), un 13,7 % de las instituciones oficiales compran raspado de nieve y otros producto el 11,8%. En las Instituciones privadas no compran bolis y sólo un 5,3% que hace referencia a una sola persona, compra raspado de nieve y otros productos sólo un 10,5%, siendo en estas Instituciones prioritaria la compra de juguetes.

**Gráfico 22.** Motivos por los cuales los estudiantes compran alimentos en las ventas callejeras, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Son varios los motivos que impulsan a los estudiantes a comprar alimentos por fuera de la institución educativa, el principal motivo es el sabor de los productos, especialmente en los estudiantes de instituciones oficiales (62,8%); el costo del producto también es un motivo de peso para adquirir alimentos de manera callejera y nuevamente se da más en las instituciones oficiales (37,2%), pero llama la atención que en el 30% de los estudiantes de las mismas continúen comprando estos alimentos por costumbre o hábito, con esto se hace más explícito el hecho de que las costumbres o cultura alimentaria tiene un efecto en la decisión de compra de cualquier individuo y por lo tanto en

la alimentación, posibilitando una modificación positiva de los hábitos alimentarios de los estudiantes y de la forma como es vista la venta callejera.

Los estudiantes de las instituciones privadas argumentan comprar alimentos callejeros por: sabor de los alimentos (45%), la tienda de la institución se encuentra cerrada al momento de salir (30,0%) o por la facilidad de compra (25%).

## Disponibilidad y compra de otros productos diferentes a alimentos en las ventas de las afueras de las instituciones educativas

**Tabla 31.** Venta de otros productos que no son alimentos en las afueras de las instituciones, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Venta de otros productos	Carácter		Total
	Oficial	Privado	
	%	%	%
Juguetes	78,6	88,9	82,6
Otros	21,4	11,1	17,4
<b>Total general</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

En la tabla 31 se puede observar claramente que existe más oferta de productos diferentes a los alimentos en las instituciones educativas de carácter oficial. Al observar qué es lo que compran se puede ver que en las instituciones oficiales un 78,6% accede a juguetes y en las privadas un 88,9%. En cuanto a otros productos (afiches, llaveros, carteras, billeteras, cartas, manillas, entre otros) estos se encuentran en 21,4% en las instituciones oficiales y en un 11,1% en la privada.

## Conclusiones

Los principales alimentos que se venden en los establecimientos educativos tanto oficiales como privados son: snacks y fritos tradicionales y procesados, todos ellos ricos en grasa saturada, grasas trans, azúcares concentrados y sodio. Otros alimentos ofertados son: las galletas y los helados, y entre las bebidas, los lácteos, las gaseosas, las bebidas azucaradas y el agua.

Entre los factores considerados por las instituciones y los empleados de mayor importancia al momento de ofertar alimentos a los estudiantes están: los costos, la demanda de los estudiantes y los aspectos nutricionales.

Las frutas son consideradas por las instituciones y los empleados de las tiendas escolares, como alimento prioritario para ofrecer a los estudiantes, les sigue, los productos de panadería y los fritos tradicionales. Otras instituciones consideraron las comidas rápidas y los fritos procesados como importantes para ser ofrecidas a los estudiantes. Las bebidas lácteas y los jugos naturales son considerados prioritarios para alimentar a los estudiantes por su alto valor nutricional, lo contrario opinan de las bebidas gaseosas y las azucaradas.

En promedio, la mitad de las instituciones ofrecen frutas y en poca variedad, siendo las principales en la oferta el mango, la papaya, la piña y la sandía. Las principales razones por las cuales se ofrecen son: su valor nutricional y su preferencia por parte de los estudiantes. Las proporciones entre gusto y rechazo son 50-50, además de que la exigencia de su venta no es un lineamiento técnico en las instituciones al momento de adjudicar el contrato.

Otro grupo de alimentos que es reconocido por las instituciones y los empleados como importantes en la alimentación del niño y de los adolescentes es la leche y los productos lácteos, no obstante su oferta es baja.

Los lineamientos para la adjudicación de la tienda carecen de criterio nutricional, dando más valor a otros aspectos como experiencia y costo.

Las ventas callejeras siguen siendo una alternativa llamativa para que los estudiantes compren alimentos y los dispensadores están entrando a jugar un papel importante como estrategia para ofrecer alimentos a la población estudiantil.



**CONSUMO, GUSTOS Y  
RECHAZOS ALIMENTARIOS  
DE LOS ESCOLARES DE  
INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS OFICIALES Y  
PRIVADAS DE MEDELLÍN**





## 8. Consumo, gustos y rechazos alimentarios de los escolares de instituciones educativas oficiales y privadas de Medellín

### Consumo de alimentos en las instituciones educativas

En los datos obtenidos de los estudiantes entrevistados de las instituciones educativas de carácter oficiales y privadas, hay una tendencia cada vez mayor al consumo de las denominadas comidas procesadas como los panzerotis, los palitos de queso, las comidas rápidas como las hamburguesas, perros y pizzas, fritos como las empanadas, las salchipapas y pasteles, entre otros, que generalmente van acompañados de bebidas frías como gaseosas y jugos procesados; los empaquetados como: de todito, papitas saborizadas y rosquitas, además de dulces y helados; algunos estudiantes manifestaron que dentro de sus consumos en las instituciones educativas incluyen las frutas como el mango, las uvas y la piña, y lácteos como la leche, el kumis y el yogurt esto se evidencia por los testimonios de los estudiantes:

“Lo que más me gusta es la empanada chilena, los choclitos y rosquitas. A mí la pizza y de todito. Las salchipapas, la hamburguesa, las papitas, las rosquitas, me gustan todos. Los choclitos, rosquitas, de todito, torta, palitos de queso, pastelito, panzeroti, empanadas”<sup>1</sup>. “Los alimentos la empanada chilena, la pizza y la salchipapa, las papitas, la hamburguesa y el pandequeso”<sup>2</sup>. “Me gusta el sanduche

1 Entrevista grupal a escolares masculinos de primaria y secundaria, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

2 Entrevista grupal a escolares masculinos de secundaria y primaria, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

cubano, las papitas y el pandebono”<sup>3</sup>. “Me gusta la pizza, el panzeroti y las papitas. A mí el panzeroti, el palito de queso y la coca cola... A mí también me gusta mucho la coca cola, el palito de queso y la salchipapa... A mí los frescos (tutifruti), el palito de queso y la pizza... Me gusta la empanada chilena, el palito de queso y la pizza... A mí también me gusta y me gusta el palito de queso, el panzeroti y la pizza”<sup>4</sup>.

Se observa que las escolares de instituciones educativas privadas son las que mayor variedad de productos consumen, sus ingestas están influenciadas, en mayor medida, por lo que comen sus compañeras. En general, eligen su alimento de acuerdo a la oferta que tienen en las tiendas escolares, estas dicen: “Me gusta mucho la gaseosa, y el Tampico... y el dulce, el trululu, las chocolatinas”<sup>5</sup>, “a nosotros nos gusta los helados, conos y paletas, y las hamburguesas, perros, las pizzas y los panzerotis”<sup>6</sup>, “a nosotras nos gusta las frutas como fresa, manzana, pera, naranja, mandarina, mango, coco, banano y lulo, el salpicón, porque primero tiene fruta y la fruta me gusta mucho (...) y también los lácteos como el quesito, leches saborizadas, kumis y yogurt”<sup>7</sup>.

En las instituciones oficiales el consumo de comida rápida y empaquetada sigue siendo una constante en la ingesta de los estudiantes aunque se presenta algunas variaciones, las escolares expresan que consumen “...la milanesa, la pizza, la papa rellena, salchipapas, papitas fritas, huevito de codorniz”<sup>8</sup> ... “Las papitas, los de toditos, me gusta los boliquesos... Los panzeroti, las empanadas y los pasteles porque ya uno está acostumbrado”<sup>9</sup>

Se observa en las instituciones oficiales que el consumo de alimentos por parte de las escolares es más variado, hay una mayor ingesta de productos fritos, lo cual representa un mayor riesgo de sobrepeso. El consumo de este tipo de productos se asocia con el aumento de las tasas de obesidad en la población escolar femenina, lo que puede generar un problema de salud pública.

En cuanto al consumo de los estudiantes masculinos de instituciones educativas oficiales son frecuentes los fritos y las comidas rápidas que proporcionan un alto aporte calórico. Hay una constante en los comentarios de las entrevistas realizadas a los estudiantes, estos tienden a repetir la información proporcionada por los compañeros; por ejemplo:

“Consumo papitas a la francesa, buñuelos”<sup>10</sup>. “Consumo croissant y la gaseosa”<sup>11</sup>. “Papitas, rosquitas, galletas. Las salchipapas, la gaseosa, la papa, las hamburguesas, los perros”<sup>12</sup>. “Lo mismo que él”<sup>13</sup>.

3 Entrevista grupal a escolares masculinos de secundaria y primaria, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

4 Entrevista grupal a escolares femeninas de secundaria, colegio privado, Medellín, 4 octubre 4 de 2012.

5 Entrevista grupal a escolares masculinos de secundaria, colegio privado, Medellín, 20 septiembre de 2012.

6 Entrevista grupal a escolares mixtos de secundaria, colegio privado, Medellín, 27 septiembre de 2012.

7 Entrevista a escolar femenina de secundaria, colegio privado, Medellín, 25 septiembre de 2012.

8 Entrevista grupal a escolares femeninas de secundaria, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

9 Entrevista grupal a escolares femeninas de secundaria, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

10 Entrevista grupal a escolares femeninas de secundaria, colegio privado, Medellín, 25 septiembre de 2012.

11 Entrevista a escolar masculino de primaria, institución educativa oficial, Medellín, 20 septiembre de 2012.

12 Entrevista a escolar masculino de primaria, institución educativa oficial, Medellín, 20 septiembre de 2012.

13 Entrevista a escolar masculino de primaria, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

Se evidencia el consumo de fritos como empanadas, papas rellenas y comidas rápidas; perros calientes y hamburguesas, las jóvenes manifiestan el gusto por los dulces como chocalatinas. El consumo de alimentos en los jóvenes está relacionado con las costumbres familiares y la influencia de los medios de comunicación con publicidad de nuevos productos, lo que hace que se incorporen nuevos alimentos a sus hábitos de consumo.

## Motivación de compra de los productos ofertados en las tiendas escolares por parte de los estudiantes

La motivación de compra de los consumidores escolares de las instituciones educativas oficiales y privadas esta dada por la decisión de adquirir alimentos para satisfacer deseos o necesidades, la más evidente es el hambre. Los escolares son motivados a comprar los alimentos de la tienda escolar por que tienen sabor agradable, les proporcionan saciedad, son económicos y consideran que los ayuda a crecer sanos y fuertes<sup>14</sup>.

En las instituciones privadas los estudiantes de ambos géneros afirman que los motiva a la compra de alimentos el sabor, la publicidad dada por los medios de comunicación, la sensación de hambre y porque consideran que los alimentos adquiridos en la tienda escolar son saludables y nutritivos, y porque los padres de familia les proporcionan el dinero para la compra de los mismos.

## Preferencias y gustos alimentarios de los escolares de las instituciones privadas y oficiales

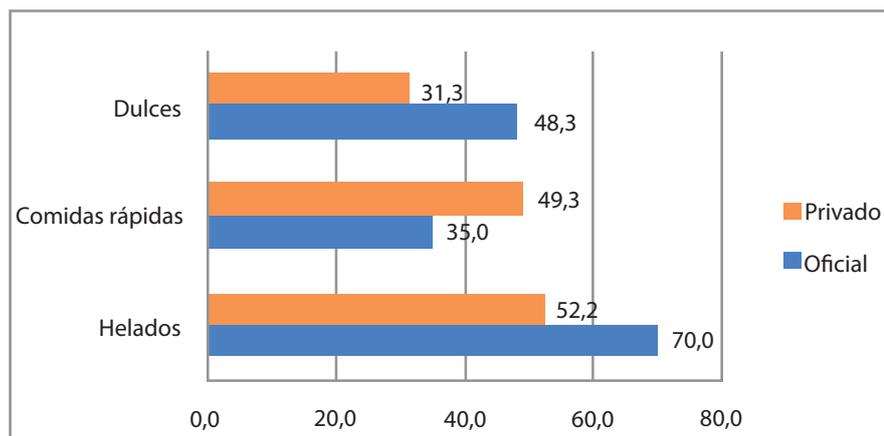
Teniendo presente que la alimentación es un acto complejo, las preferencias y gustos por determinados alimentos, están arraigados en el medio socio cultural y no son ajenos a las miradas de quienes comparten espacios en las instituciones educativas, por ello los coordinadores han ido tejiendo sus propias percepciones frente a los alimentos que más le gusta a los estudiantes, no es raro escucharles decir que: “a los estudiantes les gusta consumir muchos fritos, como papas y prefieren cosas que los llenen, porque durante la jornada de clase les da mucha hambre”<sup>15</sup>.

A pesar de la percepción de algunos coordinadores, los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes muestran que tanto en las instituciones oficiales como privadas se evidencia que existen tres clases de alimentos que son preferidos por los estudiantes: los dulces, las comidas rápidas y los helados, como se puede apreciar en el gráfico 23.

14 Entrevista grupal a escolares mixtos de secundaria, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

15 Entrevista a coordinador, colegio privado, Medellín, 18 septiembre de 2012.

**Gráfico 23.** Distribución porcentual de los tres alimentos preferidos por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



En la encuesta realizada a escolares de instituciones oficiales se pudo identificar que los helados son los alimentos de mayor preferencia (70,0%), le sigue los dulces con un 48,3% y en tercer lugar las comidas rápidas con un 35,0%. En las instituciones privadas al igual que en las oficiales, los helados ocupan el primer lugar en preferencias con un 52,2%, en segundo lugar están las comidas rápidas con un 49,3% y en último lugar los dulces con un 31,3%.

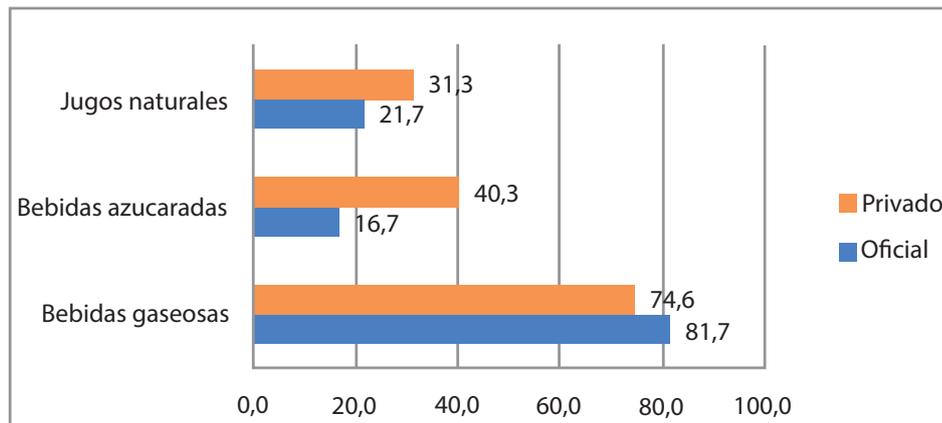
En las entrevistas se identificaron preferencias muy marcadas por las comidas rápidas, seguidas por los alimentos empaquetados y finalmente, en menor proporción, los lácteos y las frutas. Es de resaltar que hay una predilección muy marcada por el consumo de alimentos del grupo de cereales, que se consumen con aderezos como las salsas y las mermeladas, adicionando calorías a las preparaciones; por ejemplo los estudiantes comentaron que: los panzerotis, los palitos de queso se acompañan con salsa de piña, mora u otras salsas dulces y la papitas las acompañadas de salsa de tomate, rosada y tártara.

Los escolares aducen los motivos por los cuales les gustan los alimentos fritos y las comidas rápidas así: “porque, van acompañados de dulce de piña, de mora, lechera en el caso del palito de queso”; otras de las razones que dan sobre el gusto por los alimentos fritos son: “el pastel de pollo, por el pollo que tiene, y las salchipapas por su sabor y por las salsa que le dan ese sabor tan bueno, las papitas fritas, el choricito y las empanadas porque tiene carne”<sup>16</sup>. Se observó la influencia que ejercen los compañeros o pares generacionales en los gustos y preferencias de los escolares por los alimentos: “...preferimos papitas, fruta natural, agua, pizza, gaseosa, pastel de arequipe, arepa con queso derretido y lecherita. La quesadilla, la hamburguesa. Los dulces, pizzas y los helados. El salpicón, porque primero tiene fruta y la fruta me gusta mucho. Me gustan todos los dulces, y me gustan mucho las comidas rápidas. A mí me gustan las paletas de la fresita. Me gusta el palito de queso, el pastel de arequipe. Me gusta el granizado, el pastel de arequipe. A mí me gustan mucho los dulces, la hamburguesa, el perro. me gusta mucho por ejemplo la avena de canela y el kumis. Me gusta mucho las frutas y los yogures. Me gusta más los productos Coca-Cola. Amo la leche me gusta mucho”<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Entrevista grupal a escolares masculinos, colegio privado, Medellín, 20 septiembre de 2012.

<sup>17</sup> Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, 27 septiembre de 2012.

**Gráfico 24.** Distribución porcentual de las tres bebidas preferidas por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Las bebidas gaseosas es uno de los grupo de alimentos con mayor preferencia de los estudiantes en las instituciones educativas tanto de carácter oficial como de carácter privado, con porcentajes de 81,7% y 74,6% respectivamente. En las instituciones oficiales los jugos naturales están en segundo lugar de preferencia con un 21,7% por encima de las bebidas azucaradas que obtuvieron un 16,7%. En las instituciones privadas las bebidas azucaradas se encuentran en segundo lugar de preferencia con un 40,3% y los jugos naturales ocupan en tercer lugar en los gustos y preferencias de los estudiantes con un 31,3%.

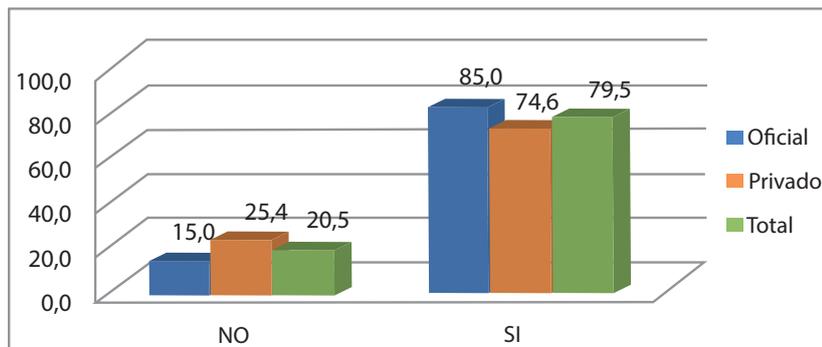
Aunque también manifestaron el gusto por el consumo de frutas, en algunos de los estudiantes está determinado por los problemas de salud y por recomendaciones médicas incluidas en su dieta cotidiana, un pequeño grupo manifestó consumir este grupo de alimentos porque se encuentra dentro de su práctica alimentaria.

Haciendo una lectura de la alimentación hoy vemos que esta tiene más que nunca, una importante raíz social y está íntimamente relacionada con la modernización de las sociedades en ámbitos de la vida, que no sólo tienen que ver con los alimentos, sino también con la insuficiencia del enfoque exclusivamente médico para comprender y abordar los nuevos problemas aparecidos alrededor de la alimentación (77).

## Preferencia y consumo de frutas en los escolares de las instituciones educativas privadas y oficiales

El consumo de frutas en la alimentación de los seres humanos es importante por su contenido nutricional y por la gran variedad de características sensoriales que presentan. El efecto protector del consumo de Frutas se atribuye al contenido de fibra dietaria y antioxidantes como vitamina C, betacarotenos, carotenoides y flavonoides (78). El siguiente gráfico presenta la preferencia de los escolares de la Ciudad por las frutas.

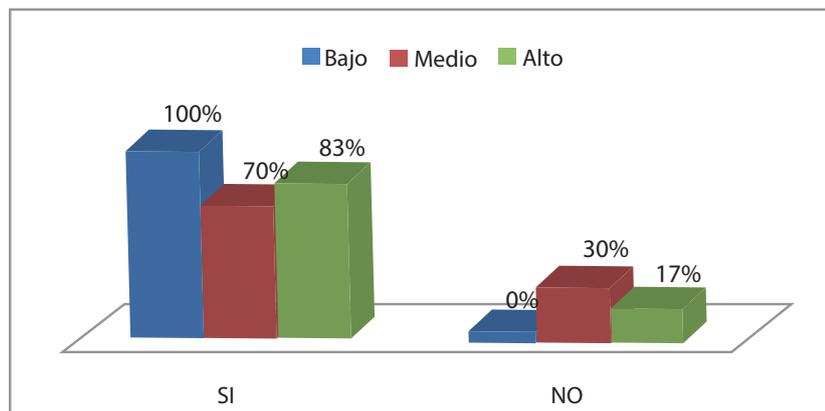
**Gráfico 25.** Preferencia de frutas en el refrigerio por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Un gran porcentaje (79,5%) de escolares encuestados afirmaron su preferencia por las frutas durante su estadía en las instituciones educativas. El 85,0% de los estudiantes de instituciones oficiales prefieren las frutas en el refrigerio y lo mismo afirma el 74,6% de los estudiantes de instituciones privadas.

Con respecto al consumo de frutas de los escolares según su estrato socioeconómico, se tiene que el 30,0% de los estudiantes de estrato medio y el 17,0% de estrato alto no presentan preferencia por las frutas como alimento para consumir durante la jornada escolar, mientras que el 100% de los escolares de estrato bajo las prefieren en el refrigerio.

**Gráfico 26.** Preferencia de frutas en el refrigerio por los estudiantes encuestados, según su estrato socioeconómico. Medellín, 2012



## Consumo de frutas de los estudiantes de instituciones educativas privadas

El consumo de frutas en las instituciones educativas privadas está relacionado con el sabor, con la variedad, con los aportes nutricionales, con los gustos y con los beneficios para la salud. "A ver a mi me diagnosticaron hipoglucemia. Yo antes traía paquetes así de esos de papitas, entonces desde

que mi mamá y yo dejamos de comprar eso para traer al colegio; ella me compra frutas, mango, manzana. Y entonces desde eso mi mamá y yo comenzamos a ver una mejoría. Porque ya no me dolía tanto la cabeza, no me mareaba frecuentemente; entonces notamos una mejoría”<sup>18</sup>.

En los escolares de género masculino se manifestó preferencia por el consumo de frutas como: manzana, mandarina, y sandía.

Las estudiantes de género femenino de las instituciones educativas privadas expresan que consumen frutas por sus propiedades organolépticas: sabor, aroma, textura, porque las consideran benéficas para la salud, además el consumo durante las jornadas de estudio, está determinado por la variedad que encuentran en las tiendas escolares que, a decir verdad, es muy poca, (ver ítem 5.4. Disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares). “Me gusta la manzana, el banano, el mango por el sabor, porque son muy ricas, porque son nutritivas y nos ayudan a crecer”<sup>19</sup>.

Las percepciones psicológicas son determinantes en la aceptación y preferencia por un alimento u otro. “No es porque uno se engorda ni eso, sino porque eso es malo y además sabe maluco, ... por ser muy grasosa cambia el sabor. No es porque engorde, si no que ella va cogiendo un saborcito maluco... No daban servilletas y a uno le tocaba recibir las cosas en la mano”<sup>20</sup>.

Los coordinadores coinciden en afirmar que las frutas son el producto que menos prefieren los estudiantes y por lo tanto tienen poca demanda: “las frutas casi no las consumen”, “la fruta no es lo que más les atrae”<sup>21</sup>. Los colegios privados de estrato 6 disponen de programas alimentarios en los cuales se promueve el consumo de frutas (Ver ítem 8.2. Contextos y dinámicas de la información y educación alimentaria y nutricional en instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad de Medellín)

## Consumo de frutas de los estudiantes de instituciones educativas oficiales

Los estudiantes manifiestan consumir frutas en la institución, lo cual puede tener relación con las aportadas en los programas de complementación alimentaria que tiene el municipio de Medellín para los escolares, ya que la mayoría dijo que en las tiendas no venden frutas o su disponibilidad es mínima. Manifestaron que consumían frutas como: banano, granadilla, manzana, mandarina, naranja y mango<sup>22</sup>.

Las apreciaciones de algunos de los coordinadores frente al consumo de frutas por los estudiantes es la siguiente: “El pelao de ahora no consume frutas, debido a que desde el hogar no se enseña a consumir frutas”<sup>23</sup>, además, que el bajo consumo de frutas de los estudiantes se debe a la cultura

18 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, 25 septiembre de 2012.

19 Entrevista a escolar femenino, colegio privado, Medellín, 25 septiembre de 2012.

20 Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, 27 septiembre de 2012

21 Entrevista a coordinador, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

22 Entrevista a escolar masculino, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

23 Entrevista a coordinador, institución educativa oficial, Medellín, 19 septiembre de 2012.

actual del ideal estético corporal: “Las niñas de los grados superiores consumen frutas por cuidado corporal, más no por nutrición”<sup>24</sup>.

En suma, se identificó la predilección de las escolares por el consumo de frutas pero con escasa variedad: “mangos, manzana y mandarina, granadilla y naranja”<sup>25</sup>. Las escolares consumen más cantidad de fruta que los escolares a pesar de que ellos mencionan una mayor variedad en el consumo.

## Consumo de lácteos de los estudiantes en las instituciones educativas privadas y oficiales

La leche proporciona calcio, proteínas y otros nutrientes necesarios para la formación de huesos y se debe consumir especialmente en la infancia y adolescencia por que ayuda al crecimiento y desarrollo de este grupo poblacional.

Dentro del consumo de lácteos de los estudiantes durante las jornadas escolares, se encontró que el 70,0% de los estudiantes de los colegios oficiales y el 49,3% de los privados prefieren los productos lácteos como refrigerio.

**Tabla 32.** Distribución porcentual de estudiantes encuestados, según su consumo de productos lácteos, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Consumo de leche y productos lácteos por parte de los escolares	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	42	70,0	33	49,3	75	59,1
No	18	30,0	34	50,7	52	40,9
<b>Total general</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Cuando se observa esta preferencia por estrato socioeconómico del estudiante, se tiene que los estudiantes de estrato alto son los que menos prefieren los lácteos en los refrigerios (57%), seguidos del estrato bajo (50%) y el estrato medio (26%).

**Tabla 33.** Consumo de productos lácteos en escolares, según el estrato socioeconómico. Medellín, 2012.

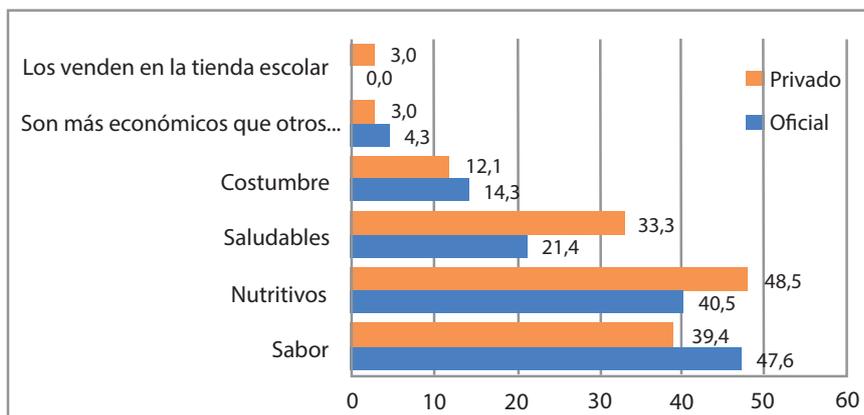
Consumo de leche y productos lácteos por parte de los escolares	Estrato		
	Bajo	Medio	Alto
	%	%	%
Si	50	74	43
No	50	26	57
<b>Total general</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

24 Entrevista a coordinador, institución educativa oficial, Medellín, 20 septiembre de 2012.

25 Entrevista a escolar femenino, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

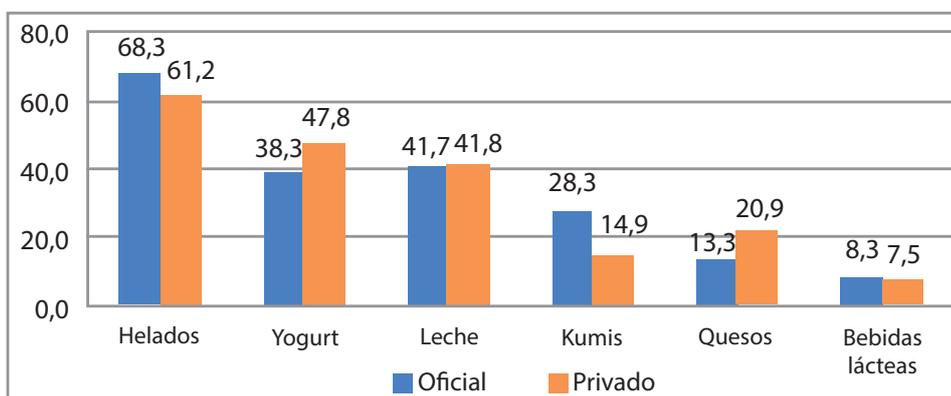
Los escolares de las instituciones educativas privadas afirman que los motivos para consumir lácteos en el refrigerio son los nutricionales (48,5%), seguidos del sabor (39,4%) y de lo saludable (33,3%). En cuanto a los estudiantes de colegios oficiales estos aseguran consumir productos lácteos por el sabor (47,6%), por ser nutritivos (40,5%) y por considerarlos saludables (21,4%).

**Gráfico 27.** Motivos por los cuales los estudiantes encuestados consumen productos lácteos en el refrigerio, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



El consumo de lácteos en los estudiantes de género femenino y masculino es muy similar y está dado por la facilidad en la adquisición y la manipulación tanto en la institución educativa como en el hogar, por los sabores y porque se puede combinar con dulces, cereales y sirve de base para la preparación de jugos, milo y avena. En términos generales prefieren la leche, el kumis y el yogurt y los derivados como el queso y el quesito.

**Gráfico 28.** Productos lácteos preferidos por los estudiantes encuestados, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Los helados son el principal producto lácteo que prefieren los estudiantes tanto en las instituciones de carácter oficial como en las instituciones de carácter privado, con porcentajes del 68,3% y 61,2% respectivamente. El yogurt es más preferido en las instituciones privadas con un 47,7% mientras que en las oficiales es la leche (41,7%); esta última es preferido por los escolares de instituciones privadas

en la misma proporción que en los oficiales. El kumis presentó una preferencia un poco más baja, de 28,3% en oficiales y 14,9% en las privadas.

## Consumo de fritos por parte de los estudiantes de las instituciones educativas privadas y oficiales

Dentro de los métodos de cocción, freír los alimentos puede considerarse una de las formas más rápidas y sabrosas de cocinar, pero no la más saludable.

La investigación evidencia claramente que los alimentos fritos son los preferidos por la mayoría de los jóvenes de ambos sexos, pues se ha visto claramente desde el inicio del capítulo, que los alimentos fritos marcan las pautas alimentarias de los estudiantes de las instituciones educativas oficiales y privadas. Es repetitivo escuchar entre sus preferencias: palitos de queso, panzerotis, pastel de pollo y empanadas. Así mismo estos alimentos son consumidos porque les brinda saciedad y son agradables al paladar, las escolares hacen referencia a otros productos fritos: el buñuelo y los embutidos como longaniza y salchicha.

Los entrevistados de las instituciones oficiales anexan otros productos a la larga lista dada por los de instituciones privadas; la variedad aumenta con el consumo de alimentos fritos como: papitas a la francesa, papas rellenas, igualmente ellos también prefieren los palitos de queso, empanadas, panzerotis.

Los coordinadores corroboran la preferencia por los fritos en la alimentación de los estudiantes afirmando: “ellos consumen muchos fritos, papas, palo de queso, salchipapas, pasteles y panzerotis”<sup>26</sup>, les ofrecen lo que a ellos les gusta y les provoca comer, igualmente cuando traen de sus hogares les empaquetan los alimentos de su preferencia afirmación, dada por uno de los coordinadores de las instituciones oficiales.

## Consumo de alimentos empaquetados en instituciones educativas privadas y oficiales

Los alimentos empaquetados son aquellos que vienen protegidos por una envoltura aplicada desde un proceso tecnológico para preservar los productos durante su distribución, almacenamiento y manipulación, sirve a la vez como identificación y promoción del producto e información para su uso.

Es evidente el gusto por empaquetados en especial aquellos que son saborizados, como papitas sabor a limón, a pollo o tomate, cheestrix, de todito, rosquitas e incluso los boliqueso. A las escolares les gusta más los sabores dulces y los alimentos de sabores suaves, mientras que los escolares prefieren alimentos con sabores ácidos y fuertes. Con relación a estos alimentos Fischler, quien utiliza el término “picoteo” para nombrar este tipo de alimentación, expresa que las golosinas son consumos

---

<sup>26</sup> Entrevista a coordinador, institución educativa oficial, Medellín, 20 septiembre de 2012.

en expansión debido a su gran mercadeo y publicidad, y la comida más estructurada y elaborada ha retrocedido frente a la presencia de los alimentos utilizados en el “picoteo” (59).

Uno de los coordinadores de las instituciones privadas manifestó que los estudiantes no tienen conductas alimentarias adecuadas y los productos que les gusta no son nutritivos, es decir, sus hábitos de consumo están determinados por la costumbre, si en la casa no les enseñan a comer sano y tampoco lo hacen en los colegios. Si bien es cierto que los hábitos alimentarios son parte de la cultura de los grupos poblacionales, también es cierto que hay otros aspectos de orden económico, social que influyen en lo que consumen los jóvenes como, los horarios de ingesta, y el desconocimiento de los aportes nutricionales.

## Rechazos alimentarios de los estudiantes en instituciones educativas privadas y oficiales

Los rechazos alimentarios son evidenciados en las actitudes negativas que sienten las personas por las características de algunos alimentos. Hay conductas de los padres o mayores que inducen a una persona a sentir aversión por determinados comestibles, especialmente cuando se obliga a comer lo que no le gusta o apetece y cuando se fuerza a comer porque no come bien, pero también estos se pueden asociar con trastornos emocionales, afectivos, psicológicos y a la anorexia.

Existen otras razones por las cuales los participantes rechazan el consumo de algunos alimentos: los métodos de cocción o preparación, ya que se convierten en alimentos no deseables para ser consumidos, como es el caso de los fritos por su acumulación de grasa; sin embargo este rechazo no se encuentra asociado al hecho de que los jóvenes tengan conciencia de que son nocivos para la salud o de ayuda a fomentar la obesidad, simplemente les repugna la grasa; además la combinación de sabores y olores que no son propios de cada alimento.

Algunos expresan rechazos por preparaciones fritas como la empanada chilena por su alta contenido de grasa y por alguna de las ensaladas que hacen parte de los aderezos o ingrediente de comidas rápidas o por el tamaño del alimento, como lo afirmó una de las alumnas de secundaria de una institución privada.

A mí tampoco me gusta ni la empanada chilena, ni el perro, ni la hamburguesa, porque la empanada chilena cuando uno la muerde sale pura grasa, entonces no me gusta, y el perro no me gusta por la ensalada y la hamburguesa porque es muy grande<sup>27</sup>

Se encontró entre los estudiantes un rechazo generalizado por las ensaladas, lo cual es posible relacionar con el bajo consumo de estas preparaciones en los hogares; los escolares manifiestan desagrado por el sabor, el olor y las texturas de estas preparaciones.

<sup>27</sup> Entrevista grupal a escolares femeninas, colegio privado, Medellín, 4 octubre de 2012.

Los estudiantes de las instituciones oficiales manifiestan rechazo hacia las inadecuadas prácticas de aseo, limpieza y manipulación de alimentos en la tienda escolar.

## Conclusiones

Los gustos y rechazos alimentarios presentes en estudiantes de instituciones educativas oficiales y privadas de la ciudad de Medellín, con relación a los alimentos que les venden en las tiendas escolares, permitió entender la complejidad del tema alimentario por la influencia de variedad de factores en la elección y consumo de alimentos; y a la vez identificar la homogeneidad en cuanto a la predilección por determinados alimentos como los fritos, los empaquetados, las gaseosas, y lácteos.

Las instituciones educativas tienen un papel importante en la formación de hábitos alimentarios saludables, ya que allí confluyen factores como: la libertad de elección, la variada oferta de alimentos, la opinión de los compañeros y la difusión de los medios de comunicación para elegir alimentos.

# FACTORES SOCIALES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN Y COMPRA DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS ESCOLARES





# 9. Factores sociales que influyen en la elección y compra de alimentos en las tiendas escolares

## 9.1 Influencia de la publicidad de alimentos en los escolares

En este capítulo se aborda, grosso modo el aspecto de la influencia de la publicidad en las decisiones de compra de los escolares, inicia con la descripción de la forma en que se presenta la publicidad de alimentos en las tiendas escolares, la influencia que tiene sobre los escolares, las formas de persuasión en los escolares y sus modalidades en las instituciones educativas, reconocidas por los estudiantes.

### Publicidad de alimentos en las instituciones educativas y colegios

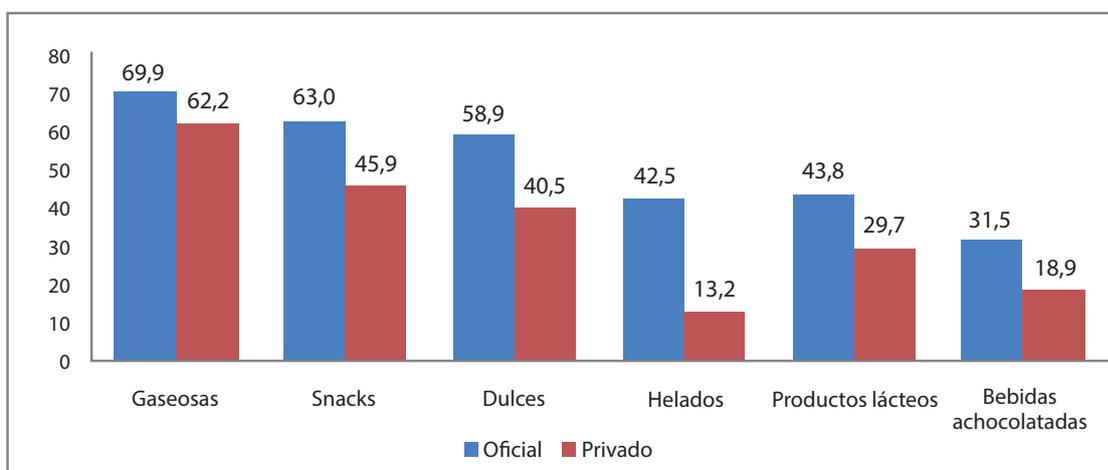
Las instituciones educativas y específicamente la tienda escolar, se han constituido en un escenario prioritario e importante para dirigir la publicidad y reforzar la realiza masivamente, que le llega por igual a todos los menores de las sociedades modernas sin distinción, lo cual es corroborado por el personal administrativo o docentes de las instituciones educativas, con los siguientes resultados: en el 65,1% de los colegios e instituciones educativas de la ciudad se permite la publicidad de alimentos en las tiendas escolares, presentándose en mayor proporción en las instituciones educativas oficiales con un 67,6% y en las privadas en un 60,7%; aunque también se resalta que para ser una sociedad globalizada, la proporción de instituciones que la prohíben es alta, un 34,9%; mirado por carácter de la institución, en las privadas se presenta una proporción de 39,3% y en las oficiales en un 32,4%. En la tabla 35 se presenta la proporción de instituciones que permiten y las que prohíben la publicidad de alimentos de acuerdo al carácter oficial o privado:

**Tabla 34.** Autorización de la institución educativa para permitir publicidad en la tienda, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012.

Se permite publicidad en la tienda escolar	Carácter				Total	
	Oficial		Privada			
	n	%	n	%	n	%
Si	73	67,6	37	60,7	110	65,1
No	35	32,4	24	39,3	59	34,9
<b>Total general</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Los alimentos más publicitados son los industrializados con bajo contenido de nutrientes como las bebidas gaseosas, los snacks o alimentos empacados y los dulces, también son publicitados otros alimentos procesados con mayor contenido de nutrientes como los helados; y las bebidas lácteas y achocolatadas, como se ilustra en el gráfico 29.

**Gráfico 29.** Alimentos publicitados en las instalaciones de los establecimientos educativos, según los directivos, de acuerdo a su carácter. Medellín, 2012



Las bebidas gaseosas, son publicitadas en el 69,9% de las instituciones educativas oficiales y en el 62,2% de los colegios privados; los escolares dijeron que sus preferidas eran: la Fanta y la Coca-cola.

El segundo tipo de alimentos publicitados en las instituciones educativas fueron los snacks, que se presentaron en un 63,0% de las instituciones oficiales y en un 45,9% de las instituciones de carácter privado; de acuerdo a lo reportado por los escolares, los snacks de sus preferencias son las papitas, los detodito, las rosquitas y los chitos. Cabe anotar que la mayoría de alimentos empacados contienen, cantidades elevadas de sodio, grasas, preservantes y colorantes.

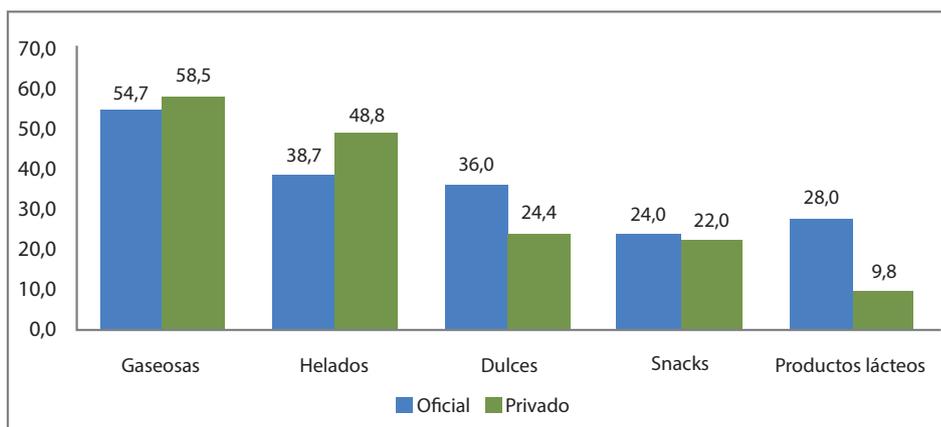
El tercer y cuarto grupo de alimentos más publicitados en las tiendas de las instituciones educativas oficiales son los dulces en un 58,9% y los helados en un 42,5%, y en las de carácter privado son los dulces y productos lácteos, presentando prevalencias de 40,5 y 29,7 respectivamente.

En el quinto lugar se encuentran las bebidas lácteas presentando con un 43,8% en las instituciones de carácter oficial y 29,7% en las de carácter privado, y en el sexto lugar, las bebidas achocolatadas presentes en el 31,5% y 18,9% de las instituciones de carácter oficial y privado respectivamente.

En términos generales, se identificó mayor proporción de instituciones que permiten publicidad de alimentos en las de carácter oficial, principalmente en alimentos como snacks, dulces y bebidas lácteas y achocolatadas; en las gaseosas la proporción de publicidad fue muy similar y en la de los helados fue mayor para las de carácter privado.

La publicidad observada en las instituciones educativas coincidió con la anterior, que era la reportada por el personal administrativo de las instituciones educativas, de esta manera la publicidad de gaseosa fue la que ocupó el primer lugar, presente en un 54,7% y 58,5% de las instituciones de carácter oficial y privado respectivamente. La publicidad de helados se observa en mayor proporción en las instituciones de carácter privado, 48,8%, en las oficiales la proporción es de 38,7%; en tercer lugar se ubica la publicidad de dulces, presente en mayor proporción en las instituciones de carácter oficial (36,0%), y en las privadas en un 24,4%; el cuarto lugar, presente en el 28% de las instituciones educativas oficiales lo ocuparon los productos lácteos, y en el 22,0% de las privadas los snacks; y en el quinto lugar, en el 24,0% de las instituciones oficiales se pudo observar publicidad de snacks, y en el 9,8% de las privadas los lácteos (Gráfico 30).

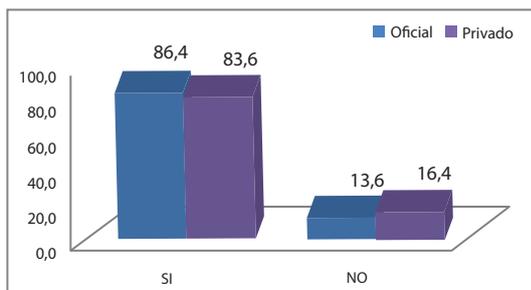
**Gráfico 30.** Observación de Alimentos publicitados en las instalaciones de los establecimientos educativos, según su carácter. Medellín, 2012



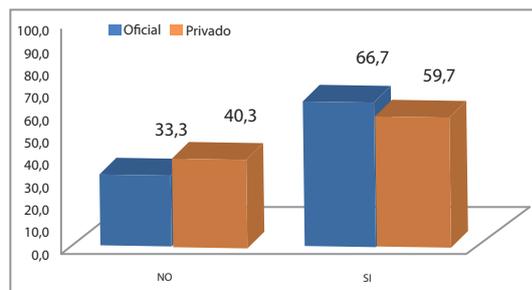
## Influencia en los escolares

La publicidad influye en la elección de alimentos de los estudiantes al motivar y provocar su consumo alimentario, pues el solo hecho de comprar para probar ya es una provocación y se constituye en una influencia; es claro que la continuidad en el consumo está influenciada por otros factores como el sabor y el gusto alimentario. Sin embargo, lograr que los sujetos se interesen por probar un alimento ya es un primer paso de enganche con el producto, porque si les gusta y tienen la oportunidad de comprarlo lo siguen comprando y consumiendo. Los mismos datos fueron encontrados en la investigación sobre imaginarios del consumo alimentario realizado en Medellín con escolares de 10° y 11° grado, donde los estudiantes aseguraban que ellos probaban los alimentos publicitados pero si no les gustaba, no los volvían a comprar (24).

**Gráfico 31.** Influencia de la publicidad de alimentos en las elecciones alimentarias de los escolares según el tendero.

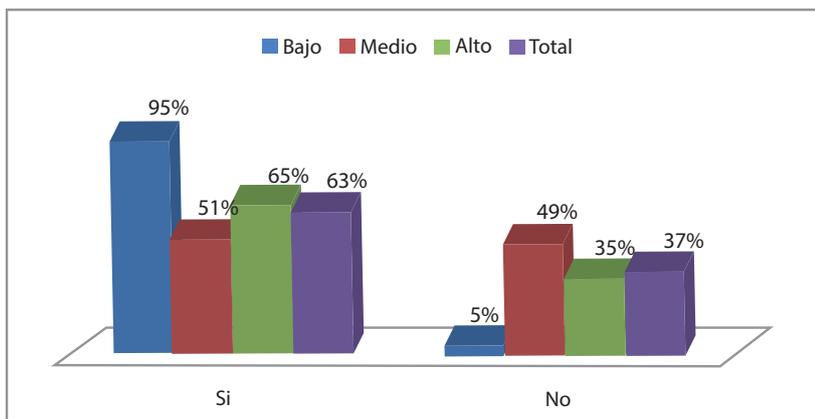


**Gráfico 32.** Influencia de la publicidad de alimentos en las elecciones alimentarias de los escolares, según los escolares



La aceptación de la influencia de la publicidad sobre la preferencia, la compra y el consumo de alimentos es generalizada, por ejemplo una gran proporción de los tenderos de instituciones de carácter oficial y privado consideran que la publicidad de alimentos influye en la elección de los alimentos de los escolares, el 86,4% y 83,6% respectivamente. No obstante, la percepción que tienen los escolares de esta influencia se presenta en menor proporción, pues el 66,7% de escolares de instituciones de carácter oficial y el 59,7% de carácter privado consideran positiva dicha influencia. Es de resaltar que la proporción de escolares que no le dan cabida a tal influencia es alta, en instituciones de carácter privado es de 40,3%, y en las oficiales de 33,3%.

**Gráfico 33.** Influencia de la publicidad de alimentos en las tiendas escolares sobre la elección en los estudiantes encuestados, según su estrato socioeconómico. Medellín, 2012



Analizado por el estrato de los escolares, las diferencias son considerables, mientras el 95% de los estudiantes de estrato bajo consideran que la publicidad influye en ellos, tan solo el 51% de los de estrato medio y 65% de los de alto.

La coordinadora de un instituto mixto de carácter privado de la ciudad le da gran relevancia a este aspecto en la conformación de hábitos alimentarios y en la elección y consumo de los alimentos. Dicha docente asegura que los escolares consumen poco las frutas porque son alimentos que no son publicitados por ningún medio masivo, por eso afirma que para realizar programas efectivos dirigidos a escolares se deberían utilizar los medios masivos, y utilizar los videos en las aulas de clase

para impactarlos de dos maneras: una es para que los escolares identifiquen los productos alimentarios que son más nutritivos como por ejemplo las frutas, y la otra manera es para que conozcan las consecuencias o beneficios futuros luego de consumir o dejar de consumir un producto alimentario.

Se pudo identificar el impacto que tiene la información sobre el contenido nutricional y los beneficios de los alimentos para la salud en la adopción de adecuados hábitos alimentarios:

Por ejemplo, en el éxito hay unas tarjetas que son de tomate o de otros alimentos, entonces yo cogí una de guayaba que decía como la guayaba te ayuda a no tener enfermedades, y la volteé y decía que 1 de cada 10 niños tiene enfermedades por no comer guayaba, y yo siempre como guayaba y por eso es que no me enfermo tanto. Hay mucha gente que por no comer frutas, sino que comen mucha chatarra, cuando comen frutas por primera vez les daña el estómago porque están acostumbrados a otras cosas<sup>28</sup>.

La publicidad establece una dinámica social alimentaria, pues propone y casi que impone los alimentos que deben ser consumidos en las diferentes situaciones y circunstancias sociales, insta una gramática de la alimentación e indica a los escolares, los alimentos que deben ser consumidos en los descansos en las instituciones educativas. Otra de las coordinadoras entrevistadas de una institución educativa femenina, se refería al asunto aduciendo que a los escolares poco les apetece los alimentos tradicionales que no gozan de publicidad, y prefieren otro tipo de alimentos como los fritos modernos, las comidas rápidas y los empacados, que tienen alta recordación por parte de los escolares pues gozan de una alta publicidad en los medios masivos y en otros medios, como los supermercados, presentándose en la institución la disyuntiva entre lo que se debe ofrecer y lo que en realidad se ofrece y lo que se demanda por parte del grupo de estudiantes:

...les ofrecen limonada natural, leche y mazamorra y no la compran...también les ofrecen plátano asado y se burlan, "entonces ¿uno que hace?" darles lo que les gusta, qué hace uno...porque a ellos les gusta son los panzerotis...en el segundo descanso van poniendo las condiciones de venta, ellos piden hamburguesas, perros, salchipapas, pizza, pasteles, sandwiches...les hacemos salpicón y no se lo comen; solo se lo comen cuando se los combinamos con helado<sup>29</sup>.

Es de anotar, que en las instituciones educativas se sienten obligados a ofrecer lo que les gusta a los escolares, es una dinámica que se va instaurando en la mayoría de las instituciones, independiente de su carácter oficial o privado, aunque es de anotar que en los colegios privados de estrato más alto, la institución impone su visión y controla dicha situación, ofreciéndole a los estudiantes la alimentación durante toda la jornada escolar, la cual se basa en referentes nutricionales de alimentación balanceada y de comida internacional como un servicio, a veces obligado, que se cobra en la pensión mensual y donde se ofrece servicio atendido a la mesa.

28 Entrevista a escolar masculino de secundaria, colegio privado, Medellín, 20 septiembre de 2012.

29 Entrevista a coordinadora, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

## Persuasión que ejerce sobre los escolares

La publicidad persuade de manera diferente y en diferente intensidad a los escolares del estudio. Hay algunos que dicen que la publicidad de alimentos poco influye en ellos y poco los motiva a comprar o probar los alimentos, otros dicen que mejor esperan a que algún compañero pruebe la nueva oferta alimentaria para comprobar si es de su gusto o no; hay otros que desconfían de los comerciales o propagandas que hacen de alimentos: “pues a mí, pocas veces me dan ganas como de comprar [los alimentos publicitados], porque de pronto lo pueden estafar a uno en esas propagandas”<sup>30</sup>. Y hay otra franja de estudiantes, la mayor, que reconocen que la publicidad de alimentos sí influye en ellos, en sus elecciones y compra.

Hay publicidad que no logra cautivar a los estudiantes pues sus campañas se vuelven contraproducentes logrando que los escolares vean con desgano y desagrado dichos alimentos: “por allí abajo hay una cosa de comidas rápidas, entonces en la publicidad aparece un perro caliente así con todo, y se ve hasta desagradable de tantas cosas que tiene”<sup>31</sup>.

Sin embargo, la mayoría de los escolares refirieron que la publicidad de alimentos sí influye en ellos, y uno de los motivos es que les causa curiosidad conocer el sabor de un nuevo producto alimentario, sobre todo cuando son productos de los alimentos preferidos por ellos: “si yo veo algún mecato nuevo, lo quiero probar para saber cómo sabe”<sup>32</sup>.

La curiosidad los impulsa a comprar productos alimentarios nuevos en el mercado, pero tienen la claridad que si ese producto nuevo no es de su agrado, no lo vuelven a comprar: “claro, porque por ejemplo uno ve unas papitas, entonces a uno le da pues la curiosidad de probarlas, entonces uno las prueba y si le gusta, las sigue comprando, si no, no las sigue comprando”<sup>33</sup>.

La mayoría de los escolares se muestran curiosos con la publicidad de alimentos que ven en la televisión y en otros medios, e incluso utilizan la publicidad de alimentos para estar enterados de los nuevos productos alimentarios del mercado, porque les gusta y les place probar nuevos productos alimentarios: “claro porque a uno las propagandas son las que le avisan que van a salir cosas... claro para uno probar cosas nuevas”<sup>34</sup>, “si, si influye porque por ejemplo sacan la Mountain Dew entonces uno al otro día la quiere probar, ya quiere venir a la tienda a probarla o sacan por decirlo así una nueva Coca-Cola, entonces uno ya quiere esa Coca-Cola”<sup>35</sup>, “pues porque uno sabe que es lo que va a llegar al mercado”<sup>36</sup>.

Otros escolares, específicamente de género femenino y de secundaria, aunque reconocen que se dejan influenciar por la publicidad, se informan del contenido nutricional y de los beneficios o perjuicios que pueden tener para la salud y para el estado nutricional antes de comprar dichos alimentos, en especial se informan de la cantidad de calorías que contienen los nuevos productos y

30 Entrevista a escolar masculino de secundaria, institución educativa oficial, Medellín, 21 septiembre de 2012.

31 Entrevista a escolar masculino de primaria, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

32 Entrevista a escolar masculino de primaria, institución educativa oficial, Medellín, septiembre de 2012.

33 Entrevista a escolar femenino de primaria, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

34 Entrevista a escolar masculino de primaria, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

35 Entrevista a escolar masculino de primaria, colegio privado, Medellín, 21 septiembre de 2012.

36 Entrevista a escolar masculino de primaria, institución educativa oficial, Medellín, 20 septiembre de 2012.

su contribución con el aumento de peso: “sí, porque uno cuando ve la Televisión, se da cuenta, se interesa por el producto y lo consume, pero entonces ahí viene a juzgar si es bueno o malo, uno se tiene que fijar a la hora de comprarlo si le va a servir, o si lo va a engordar, o si le va a hacer daño”<sup>37</sup>.

Se evidencia un aspecto muy importante, y es el aprovechamiento que está haciendo la industria alimentaria, a través de la publicidad, de la gran influencia que tienen los niños en la compra de alimentos en sus hogares: “por ejemplo en estos días salieron unos brownies nuevos y yo le dije a mi mamá que me los comprara y cuando mercamos ella me los compró, para mí sí influye mucho”<sup>38</sup>

La influencia de las estrategias empleadas por la publicidad es tan eficiente, que aunque a un niño no le guste un alimento lo compra, sea para obtener los regalos que traen los alimentos o para estar informados o para encajar en su grupo generacional.

### Modalidades de publicidad de alimentos reconocidas por los estudiantes

La publicidad utiliza diversidad de estrategias y modalidades para publicitar sus productos alimentarios, una de las modalidades de publicidad identificada en las tiendas escolares es el ofrecimiento de regalos por la compra de alimentos, dicha modalidad es muy utilizada por la compra de bebidas azucaradas y gaseosas como la Pony Malta y la Fanta, inclusive un niño refería que compraba productos alimentarios así no le gustaran, motivado por los regalos que traían.

Por ejemplo, por la compra de una Fanta les dan a los estudiantes otra bebida igual o una Fanta de mayor contenido por el mismo precio de la de tamaño normal; y por la compra de una Pony Malta, les dan un buñuelo para que acompañen dicha bebida o les dan un balón de fútbol.

También se identificó la modalidad en la que presentan, de diferente forma, el mismo producto alimentario, de esta manera la curiosidad por probar dichos productos con la nueva presentación, los lleva a comprarlos o se antojan al ver a sus compañeros consumirlos, una estudiante se refería a este asunto de la siguiente manera: “sí, porque a veces los niños somos muy curiosos, por ejemplo, que salieron esas galletas de Milo, o sea, son las mismas galletas pero uno les mete el dedo por el centro; mi primito [me dijo], mira las nuevas galletas, entonces se mantiene comprando de esas galletas porque son las nuevas, y eran las mismas galletas, pero con un huequito”<sup>39</sup>.

La modalidad de poner a un personaje conocido de la televisión a consumir los productos alimentarios, fue otra modalidad identificada, la cual se pudo evidenciar con la bebida Vive 100 que muestra a Pirry consumiendo dicha bebida en una propaganda de televisión, invitando a su consumo por medio del relato de los beneficios que esta le ha traído a su vida, motivando así su consumo en los escolares; y la modalidad clásica de publicidad que consiste en exagerar las características visuales de un producto alimentario, haciéndolo más apetecible es el caso de los helados como: la paleta Polet y el cono Bocatto, y lo mismo sucede con las propagandas de comidas rápidas como las hamburguesas.

37 Entrevista a escolar femenino de secundaria, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

38 Entrevista a escolar masculino de secundaria, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

39 Entrevista a escolar femenino de secundaria, institución educativa oficial, Medellín, 4 octubre de 2012.

## Discusión

Los estilos de vida en general y los hábitos alimentarios en particular, adoptados por los grupos poblacionales, dependen de múltiples factores, tanto sociales, como culturales y económicos (24). Según Lalonde, en la adopción de los adecuados estilos de vida están imbricados la voluntad del individuo, la genética y los entornos, siendo este último al que más peso le atribuye (80).

La publicidad de alimentos es un fenómeno social, que permanece colado en el entorno de los individuos y de los grupos sociales, es uno de los factores del entorno, que cada vez está adquiriendo mayor peso en la adopción de hábitos de vida de la población. Entre la publicidad, los medios masivos de comunicación son los más efectivos, y entre éstos, la televisión, que según Montero, es el medio más potente para lograr la consecución de los fines propuestos, es el que más poder tiene sobre la población, es el medio más persuasivo, y el que está instaurando nuevas normas, valores y expectativas de conducta (81).

Según Sartori, citado por Manzano, la publicidad en los medios masivos de comunicación, está manipulando la información y hasta la opinión pública, tanto por lo que eligen decir como por lo que ocultan. Lo anterior lleva a pensar en las dinámicas de la sociedad, y en la identificación de los aspectos y áreas irrumpidas por la publicidad, que requieren una inspección por parte del Estado (82).

Para proteger la población en general y en especial los niños y jóvenes de los mecanismos de seducción empleados por la publicidad de alimentos, porque son población vulnerable. Dicha protección se puede instaurar por medio de la implementación de diferentes mecanismos y políticas públicas de protección y de control por parte de los diferentes niveles administrativos del gobierno, en especial porque “el poder del discurso televisivo aumenta con la concentración de su control en pocos grupos de enorme poder” (37).

Por eso la instauración de la amplia y adecuada información sobre las bondades, beneficios, limitaciones y daños potenciales de los alimentos se hace indispensable como una medida para brindarles a la sociedad mecanismos de protección, el control del tipo, número de veces y productos que se publiciten por la televisión y por otros medios y ratificación de la veracidad de la publicidad.

Lo anterior se hace más imperioso por la dinámica social actual, en la que el factor tiempo disponible de los sujetos es cada vez más limitado, conllevando a que los niños estén cada vez más solos y expuestos a la televisión, que los moldea, les crea necesidades y les forja los gustos. En una investigación realizada en la ciudad de Medellín con jóvenes escolarizados se evidenció que el 40% de estos, realizan acciones vistas en la televisión, así como el deseo que se apodera de ellos de probar los alimentos que son publicitados en la televisión (24).

Las necesidades cambiantes de los grupos sociales en materia de alimentación, debido a factores sociales de diferente índole, son satisfechas por la industria de alimentos; quien identifica y caracteriza cada grupo poblacional, enfocándose en el conocimiento de los gustos, expectativas y necesidades de los diferentes segmentos poblacionales, para luego ofrecerles los productos por medio de la publicidad, la cual no siempre es completa, ni veraz, y que además impone nuevas necesidades y demandas sociales.

Con respecto a la población escolar, esta es blanco de amplia y variada publicidad de alimentos a través de los medios masivos de comunicación, que luego es reforzada por la publicidad en cada tienda escolar como una manera de recordarle a este grupo los nuevos productos alimentarios existentes en el mercado, o la promoción que tiene un alimento, influyendo de esta manera en su elección y consumo alimentario.

## Conclusiones

Una gran proporción de instituciones educativas y colegios de la ciudad permiten que coloquen publicidad de alimentos en las zonas aledañas a la tienda escolar. Los alimentos más publicitados son las gaseosas, los snacks y los dulces.

La publicidad de alimentos tiene influencia sobre la mayoría de los estudiantes, quienes compran los alimentos por curiosidad y para estar enterados de las nuevas ofertas alimentarias del mercado, con diferencia marcada por estratos.

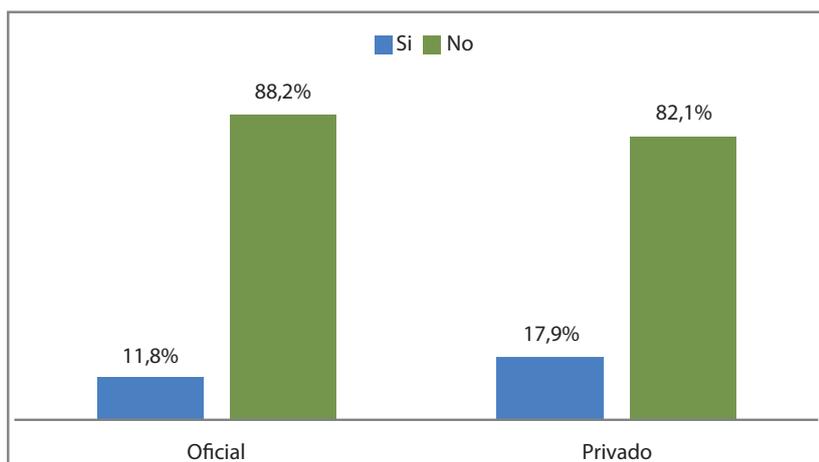
## 9.2 Contextos y dinámicas de la información y educación alimentaria y nutricional en instituciones educativas oficiales y privadas

Las instituciones sociales que más contribuyen en la educación y socialización de comportamientos, normas y valores en los menores son: la escuela, la familia y los medios masivos de comunicación, en especial la televisión (24). Los conocimientos que adquieren en la escuela, son por medio del proceso de enseñanza aprendizaje de aspectos culturales y de avances teóricos, tecnológicos y sociales en las diferentes temáticas. La familia son adquiridos en la convivencia por imitación, no es una enseñanza estructurada, sino transferida de generación en generación, por medios prácticos y cotidianos; y la televisión se ha constituido en la nueva forma de transmitir cultura (81).

### Información temas alimentarios en carteles y carteleras en las instituciones educativas

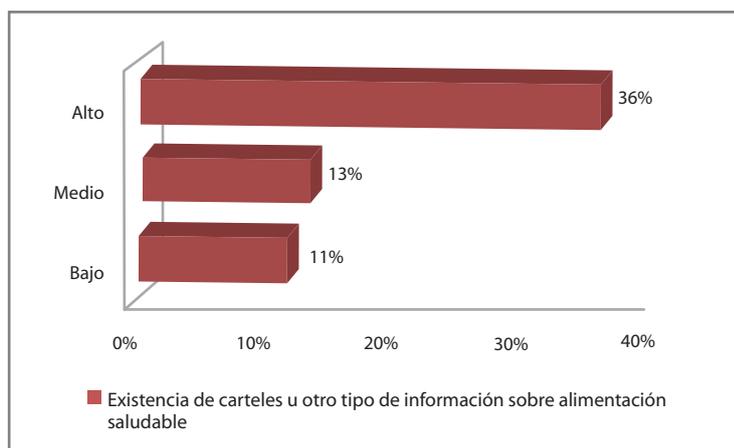
La información, educación y comunicación sobre temas alimentarios y nutricionales en las instituciones educativas, se constituyen en estrategias relevantes para que los escolares adquieran conocimientos y dispongan de elementos y juicios de elección de sus alimentos y en la adopción de hábitos alimentarios saludables. No obstante, dichas estrategias han de realizarse acorde a las características de la población y del contexto en el cual se brindan, de lo contrario su impacto sería muy bajo.

**Gráfico 34.** Existencia de carteles o información sobre alimentación saludable según carácter de la institución educativa. Medellín, 2012



En la observación realizada en las instituciones educativas y colegios de la Ciudad, se pudo identificar que, en promedio, el 85,2% de las instituciones educativas no disponían de información sobre temas de alimentación en las carteleras, presentes en proporciones para instituciones de carácter público y privado de 88,2% y 82,1% respectivamente; desaprovechando sus entornos institucionales como escenarios de información, comunicación y educación en temas tan importantes como la alimentación.

**Gráfico 35.** Existencia de carteles u otro tipo de información sobre alimentación saludable, según estrato socioeconómico de los estudiantes. Medellín, 2012.



Mirado por estrato, es mayor la proporción de instituciones educativas con escolares de más alto estrato, que disponen de carteles o carteleras informativas sobre alimentación saludable (36%), y con menor publicidad de alimentos (50%). Las instituciones educativas de estratos medios y bajos presentaron una situación opuesta a la anterior; es decir, es menor la proporción de las que disponen de carteles o carteleras informativas sobre alimentación saludable (13% y 11% para instituciones con estudiantes de estrato medio y bajo respectivamente), y mayor las que presentaron carteles

publicitando alimentos poco nutritivos (68% y 66% respectivamente); aspecto que lleva a concluir que la situación en el entorno escolar, es más favorable para los escolares de estratos más altos, pues disponen, en mayor proporción, de una adecuada información sobre alimentación saludable, y están menos influenciados por la publicidad de alimentos.

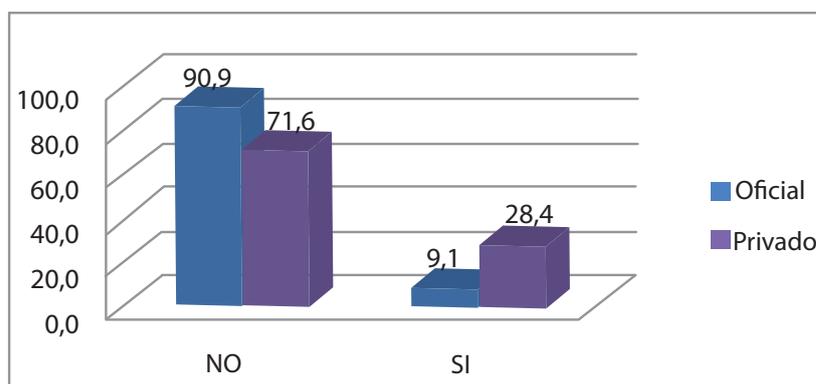
## Capacitación en temas alimentarios y nutricionales a tenderos y coordinadores de instituciones educativas

**Gráfico 36.** Capacitación en alimentos y nutrición infantil a tenderos, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

Capacitación en alimentos y nutrición infantil a tenderos	Carácter				Total	
	Oficial		Privada		n	%
	n	%	n	%		
Si	49	44,5	38	56,7	90	50,8
No	61	55,5	29	43,3	87	49,2
<b>Total general</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>177</b>	<b>100</b>

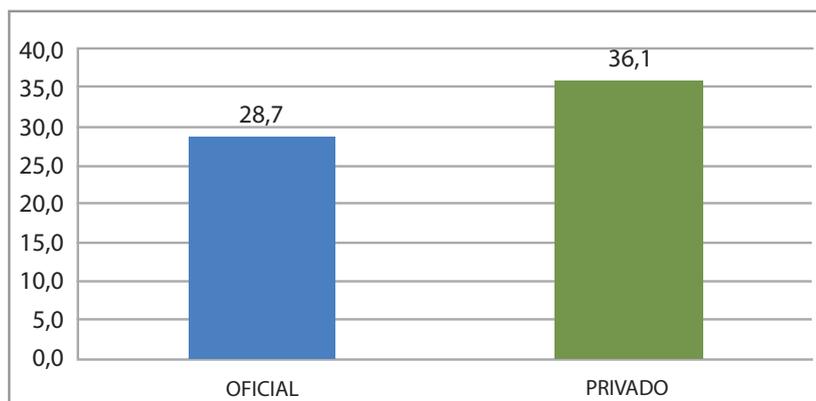
A la pregunta sobre capacitación en temas de alimentación y nutrición en la infancia, recibida por los diferentes actores de las instituciones educativas, las respuestas de los tenderos mostraron que, en promedio, el 49,4% de estos actores, no había recibido capacitación en temas de alimentación infantil. Mirado por carácter oficial o privado, las proporciones varían, mostrando que el 55,5% de los tenderos de las oficiales y el 43,3% de las privadas no han recibido capacitación en temas de alimentación infantil.

**Gráfico 37.** Conocimiento de la Ley 1355 de obesidad por parte de los encargados de la tienda, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Sobre el conocimiento que tienen de la ley de obesidad 1355 de 2009, en promedio, tan solo el 18,8% de los tenderos dijeron conocerla, presentándose grandes diferencias según el carácter oficial o privado de las instituciones, mientras el 9,1% de los tenderos de instituciones educativas oficiales dijeron conocerla, el 28,4% de las instituciones privadas, indicaron lo mismo.

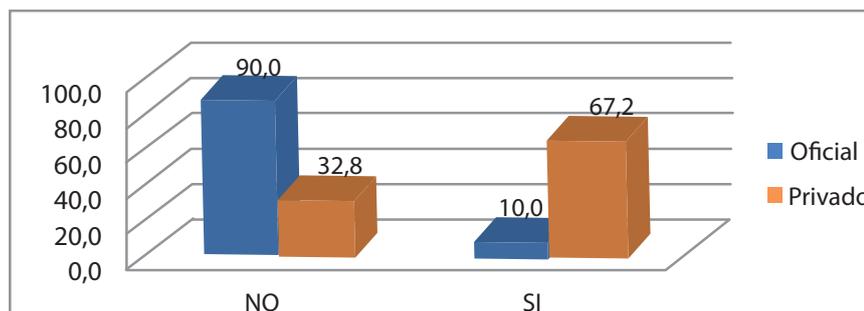
**Gráfico 38.** Conocimiento de la Ley 1355 por parte de los directivos de la institución, según carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



Lo propio sucedió con los coordinadores de las instituciones educativas, pero en una relación menos desproporcionada entre instituciones oficiales y no oficiales, donde el 28,7% de las instituciones oficiales y el 36,1% de las no oficiales manifestaron conocer la ley de obesidad. Lo anterior es preocupante pues en dicha ley se trazan los lineamientos de los alimentos que deben ser restringidos y ofertados a los escolares por las características de su contenido nutricional y por la protección que les brinda frente a la aparición de enfermedades crónicas tempranamente.

## Educación y capacitación a escolares en temas alimentarios

**Gráfico 39.** Capacitación de escolares sobre alimentación saludable, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012

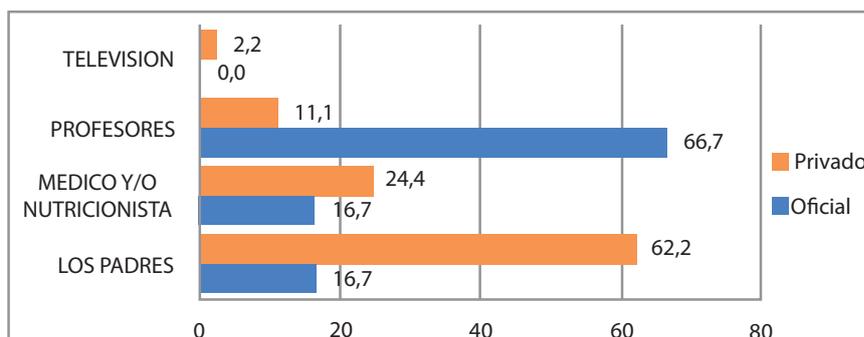


Respecto a la capacitación recibida por escolares sobre alimentación saludable, se presentaron grandes diferencias según el carácter oficial o privado de la institución educativa así: el 10% de los escolares de instituciones oficiales, y el 67,2% de instituciones privadas respondieron haber recibido capacitación sobre dicho tema.

Sobre la institución o persona que brinda capacitación o información sobre alimentación saludable a los escolares, se presentó una situación muy dicente, pues el 66,7% de los escolares de instituciones oficiales dicen que los docentes son quienes les brindan dicha información, y el 62,2% de los escolares de instituciones de carácter privado dicen que fueron sus padres, especialmente la madre.

Lo anterior es de resaltar, pues es alta la influencia que tienen los padres de escolares de instituciones privadas, en aspectos alimentarios de sus hijos.

**Gráfico 40.** Instituciones y personas que brindan capacitación a los estudiantes sobre alimentación saludable, por carácter del establecimiento educativo. Medellín, 2012



El segundo lugar en el ofrecimiento de proporción que brinda capacitación en el tema a los escolares de instituciones privadas, lo ocupan el médico o nutricionista (24,4%), y en tercer lugar están los docentes o institución educativa en un 11,1%. La segunda proporción para los escolares de instituciones oficiales, es compartida por el personal del área de la salud y los padres, 16,7% cada uno. También es de anotar, la poca contribución que tiene la televisión brindando información y educación en temas alimentarios a los escolares (2,2% de los escolares de instituciones privadas, 0% de instituciones oficiales).

### Testimonios de los escolares respecto a la educación nutricional

En las entrevistas y grupos focales con los estudiantes, estos dicen que han aprendido aspectos de alimentación adecuada, provenientes de sus madres: “pues mi mamá [me ha dicho] que uno debe comer de todo, que la carne, la ensalada, pero sin exagerar”<sup>40</sup>.

Otros dicen que en el colegio no les han enseñado sobre temas de alimentación saludable, mientras otros afirman lo contrario, pero en lo que si coincidieron todos es que en sus casas las mamás o los padres les han hablado sobre la temática: “bueno a mí en mi casa también me han hablado de una buena alimentación mis papas, y acá en el colegio cuando estábamos viendo el sistema digestivo entonces la profe nos habló un poco”<sup>41</sup>, “bueno acá en el colegio no me han hablado sobre la importancia de una buena alimentación, pues en la casa sí”<sup>42</sup>.

También dicen que se han informado sobre la temática en las visitas al personal de área de la salud, quienes les hablan sobre alimentos saludables y que previenen la aparición de la obesidad:

40 Grupo de discusión a escolares masculinos, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

41 Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, septiembre de 2012.

42 Grupo de discusión a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, octubre de 2012.

Entrevistador: ¿De dónde sabes todo lo nutricional, lo de las frutas? ¿Quién te enseña eso?

Entrevistado: a veces cuando yo voy donde los doctores me hablan de eso, para que yo tenga un cuerpo sano y para que no me vuelva obeso<sup>43</sup>.

## Enseñanza en temas alimentarios en las instituciones educativas

Algunos de los estudiantes entrevistados de las diferentes instituciones educativas de carácter oficial y privado, dijeron que les habían enseñado temas sobre alimentación saludable en las aulas de clase, mientras que otros no recuerdan haber abordado dichos temas. Incluso se presentaron casos de estudiantes de la misma institución educativa donde algunos dijeron haber recibido dichos temas, y otros que dijeron no haberlos abordado.

Participante 2: No, acá no me enseñan nada de eso

Participante 4: bueno, acá en el colegio cuando estábamos viendo el sistema digestivo, entonces la profe nos habló un poco<sup>44</sup>.

Se presenta otro ejemplo estudiantes de la misma institución educativa:

Entrevistador: En alguna clase les han hablado sobre la importancia de la alimentación?

Entrevistado 1: Si sobre alimentación balanceada, saludable

Entrevistado 2: No<sup>45</sup>.

Los cursos que mencionan los escolares de las diferentes instituciones educativas tanto de carácter oficial como privado, en los que les han enseñado temas alimentarios son principalmente: Biología y Ciencias naturales, y algunos también mencionaron el curso de Ciencias Sociales.

Los temas brindados en los cursos son diversos, por ejemplo, los estudiantes de un colegio oficial hicieron mención de dichos temas como recomendaciones para la vida, así: “comer es importante porque permite tener suficiente energía para realizar las actividades diarias y para crecer sanos y fuertes” “no se debe comer en exceso, ya que esto puede traer problemas cardiovasculares”<sup>46</sup>.

En otros colegios oficiales, les han hablado sobre los alimentos más saludables, otros se refirieron a los nutrientes contenidos en los alimentos: “nos han contado sobre la grasa, y cuanta cantidad pueden tener los alimentos; (...) también nos enseñaron cuánto contenido de agua tiene cada alimento que nos comemos, qué es lo más saludable para comer”<sup>47</sup>.

Otros estudiantes de colegio privado masculino, dicen que en los cursos les han hablado de nutrición pero no de alimentación ni de las características de una alimentación saludable, es decir que los

43 Grupo de discusión con escolares, colegio privado, Medellín, octubre de 2012.

44 Grupo de discusión con escolares de primaria y secundaria, colegio privado, Medellín, octubre de 2012

45 Grupo de discusión con escolares de primaria y secundaria, colegio privado, Medellín, octubre de 2012

46 Grupo de discusión con escolares de primaria femeninas, institución educativa oficial, Medellín, octubre 2012.

47 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

temas impartidos son muy teóricos y fisiológicos: “Yo recuerdo que me han hablado de nutrición, pero no los alimentos que debemos comer”<sup>48</sup>.

Los estudiantes de una institución oficial de la comuna 6 y de un colegio de carácter privado de la comuna 14, refirieron que sí les han hablado sobre la importancia de la alimentación balanceada y saludable, sobre la importancia del consumo de las frutas y verduras y sobre los alimentos que contribuyen a aumentar de peso, además refieren que ponen en práctica los aspectos alimentarios discutidos en los cursos: “en biología sobre la cadena alimenticia, y que uno debe de comer moderado porque si no, ahí es cuando uno se engorda, y que debe comer lo suficiente para llenar el estomago”<sup>49</sup>; “a mí me han contado que las frutas y las verduras son muy buenas para la alimentación y para la salud”<sup>50</sup>.

Otro estudiante de colegio privado de la zona 4, refiere los temas que le han enseñado acerca de alimentación y nutrición, los cuales tienen relación con los alimentos que se deben consumir para mantener un buen estado nutricional, y con el contenido nutricional de los alimentos, entre otros: “sí, en estos momentos en ciencias naturales estamos hablando de la nutrición, que cuáles alimentos se deben comer en mayor cantidad, cuales traen vitaminas, que salió una nueva pirámide nutricional”<sup>51</sup>.

Otros estudiantes, expresan que abordaron el tema de alimentación balanceada en el curso de ciencias y realizaron prácticas individuales como el de evaluar sus consumos alimentarios. “sí, en ciencias naturales; ese es el tema que estamos viendo, la dieta balanceada, pues las vitaminas, minerales... el profesor nos pone a clasificar los alimentos que consumimos...”

En varios colegios de carácter particular han instaurado campañas de alimentación saludable y les brindan conferencias a los estudiantes sobre la importancia del consumo de las frutas y verduras para la salud, en el colegio se inculca la cultura del consumo de alimentos como las frutas y las ensaladas, y de alimentos como las carnes y la leche por su alto contenido nutricional. “Aquí nos han hablado sobre lo que no debemos consumir tanto, y lo que sí es bueno, nos inculcan esa cultura de comer ensalada, frutas, pues como para una buena alimentación, hacen conferencias, o los mismos profesores le hablan a uno en todas las materias, puede ser por ejemplo, la de sociales nos aconseja mucho, el mismo profesor de ética, religión, como eso del medio ambiente, la de ciencias naturales...”<sup>52</sup>.

Además, otros estudiantes de una institución oficial refieren que les han hablado sobre temas de alimentación saludable en ciencias naturales, tales como: la importancia del consumo de frutas, y sobre la importancia de consumir alimentos para evitar la anorexia (desorden alimentario muy común entre los adolescentes)<sup>53</sup>.

48 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

49 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

50 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

51 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

52 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

53 Entrevista a escolar, institución educativa oficial, Medellín, octubre 2012.

## Programas alimentarios instaurados en algunas instituciones educativas

En varias instituciones educativas, en especial las de carácter privado, tienen instauradas estrategias para que los estudiantes tengan un mejor consumo alimentario durante las horas que se encuentran en el colegio. Una de las coordinadoras de un instituto privado mixto de la zona 4 dice que en el colegio hacen muchas campañas sobre el consumo de adecuados alimentos, se les ofrece frutas en la cafetería: “uno de los mejores aciertos en el colegio es el consumo de frutas, lo cual fue detectado por los padres e hicieron una solicitud que ofrecieran frutas, Tienen muy buena aceptación, y se les ofrece con lecherita y helado. En ambas jornadas las consumen”<sup>54</sup>. Arguye además, que la caseta de frutas está muy bien ubicada, y tiene unos precios muy módicos que facilitan el acceso a este grupo de alimentos: “se ubicó en la mitad del patio, y eso se fue pegando, el mango con pimienta, sal y limón, fresas, y ya hay gran variedad de frutas”<sup>55</sup>.

El coordinador de una institución educativa oficial, dice que al inicio del año se hacen reuniones para conformar la escuela de padres, capacitando a los padres de los estudiantes de primaria en loncheras saludables, y a los padres de estudiantes de secundaria se les hace saber de la existencia de la tienda. Además hay una cartelera de hábitos de vida saludables, con temas nutricionales, cuya responsabilidad es de los docentes, quienes consideran que su efectividad es alta. La principal estrategia que utilizan es la de educar a los padres de familia, porque “el pelao de ahora no consume frutas debido a que desde el hogar no se enseña a consumirlas, pues el consumo en el hogar, de la mayoría de los estudiantes de la institución educativa es: salchichón, arroz, huevo y pan”<sup>56</sup>.

Los colegios privados de más alto estrato, cuentan con programas de promoción de la alimentación saludable, en uno de estos, el proyecto se llama: “Hacia una alimentación saludable” que cuenta con estrategias educativas incluidas en el área de ciencias naturales. Cuentan, además, con cartelera informativa sobre alimentación en el pasillo de ciencias naturales, también hay un buzón de sugerencias en la tienda escolar, el cual es utilizado por las estudiantes periódicamente<sup>57</sup>.

Otro colegio femenino de la zona 6, también tiene instaurado el proyecto “Alimentar es educar” donde se hacen diferentes actividades encaminadas a fomentar los hábitos de vida saludable, una de estas es la actividad de países invitados, donde se realiza comida típica de diferentes países, junto con el servicios de alimentación. Al coordinador de la institución le parece este proyecto, “una iniciativa loable y excelente”, además indica que los servicios de alimentación de los colegios, necesitan control y vigilancia<sup>58</sup>.

## Concepción de alimentos y alimentación saludable: la visión de los escolares

Los escolares tienen diferente concepción sobre los alimentos y la alimentación saludable, en términos generales se aproximan a dicha concepción desde tres perspectivas: la primera, es la que

54 Entrevista a coordinadora, colegio privado mixto, Medellín, octubre de 2012.

55 Entrevista a coordinadora, colegio privado mixto, Medellín, octubre de 2012.

56 Entrevista a coordinador, institución educativa oficial, Medellín, septiembre de 2012.

57 Entrevista a coordinadora, colegio privado femenino, Medellín, octubre 2012.

58 Entrevista a coordinador, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

considera la alimentación en términos nutricionales y fisiológicos, por eso los estudiantes identifican los alimentos con mayor contenido de macro y micronutrientes y los que brindan bienestar al organismo. La segunda perspectiva se asocia a prácticas alimentarias más generales como el consumo de alimentos en horarios, tipo y cantidades adecuados, y la tercera perspectiva, asociada a una concepción más hedonista de la alimentación.

Sobre la primera concepción, que fue la más generalizada, algunos escolares respondieron que los alimentos y alimentación saludable tenían relación con el consumo de algunos alimentos considerados más nutritivos para el organismo, dándole una gran importancia al consumo de frutas y de verduras: “las frutas, porque si uno las come le va a dar a uno mucha nutrición”<sup>59</sup> “las verduras y las frutas para crecer sano y fuerte”<sup>60</sup> “Las frutas son muy nutritivas, porque tienen lo natural, tiene lo que el cuerpo necesita”<sup>61</sup>, “Algo como ensalada, algo que tenga nutrientes”<sup>62</sup>.

En esta primera concepción de la alimentación y alimentos saludables, asocian los alimentos nutritivos con aquellos que contengan macro-nutrientes como las grasas y las proteínas, y micronutrientes como las vitaminas y los minerales: “que tenga proteína, vitaminas, las grasas obviamente”<sup>63</sup>. También está, la que hace referencia a los alimentos que le proporcionan bienestar al organismo, es decir, aquellos alimentos que aportan energía y que evitan enfermedades posteriores: “lo que yo creo que es un alimento nutritivo, es una cosa que contiene vitaminas, minerales y todas esas cosas que lo ayudan a uno como a estar bien, pues que uno se encuentre bien y tenga su estado físico normal y todo”<sup>64</sup>, “es un alimento que nutre nuestro organismo para beneficios futuros, para las energías del cuerpo”<sup>65</sup>, “que le haga bien al organismo, que le sirva a uno, que le de energía”<sup>66</sup>.

La segunda concepción, tiene una perspectiva más amplia, relacionada con las prácticas alimentarias, como el establecimiento de horarios para el consumo de alimentos, comer acorde a unas pautas dietéticas, lo que incluye un bajo consumo de grasas: “comer lo que se debe a las horas que se debe”<sup>67</sup>, “alimentarse de lo mejor que puede y comerse las comidas a la hora que es y la comida adecuada”<sup>68</sup>.

Y la tercera concepción se aleja de las anteriores, que se enmarcaban en aspectos nutricionales y de salud, y se relaciona con aspectos hedonistas de la alimentación, y con la buena comida: “que sepa bueno, que la preparación, pues, no lo prepare cualquier persona, sino alguien pues ya experimentado que lo sepa hacer”<sup>69</sup>.

---

59 Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

60 Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

61 Entrevista a escolar masculino, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

62 Entrevista grupal a escolares mixtos, colegio privado, Medellín, octubre 2012.

63 Entrevista a escolar, institución educativa oficial, Medellín, octubre de 2012.

64 Entrevista a escolar masculino, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

65 Entrevista a escolar masculino, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

66 Entrevista a escolar, institución educativa oficial, Medellín, octubre de 2012.

67 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

68 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

69 Entrevista a escolar, colegio privado, Medellín, septiembre 2012.

Los escolares, en términos generales, tienen conocimientos básicos sobre temas nutricionales más que alimentarios, que poco han incidido en sus prácticas, pues dichos conocimientos los ven alejados de sus entornos, cotidianidades y vidas.

### 9.3 Relación y dinámica entre la disponibilidad y el consumo de alimentos en las instituciones educativas

La concepción de disponibilidad de alimentos en la política nacional de SAN está dada en términos de producción de alimentos a nivel nacional para que las poblaciones puedan acceder a estos, no obstante, en un contexto institucional como el de los colegios esta disponibilidad hace referencia a los alimentos, exhibidos o no, que están a la venta en las tiendas, cafeterías o restaurantes de las instituciones educativas de carácter oficial o privado, es decir, es la oferta de alimentos existente para todo el estudiantado en las tiendas escolares.

De esta manera, queda establecida una relación de dependencia del estudiante frente a la disponibilidad de productos en la tienda, teniendo en cuenta que en su jornada escolar solo puede acceder a los alimentos ofertados en la tienda, a no ser que haga parte de un programa social del Estado que le suministre alimentos en la jornada o que lleve lonchera de su casa.

Lo anterior, lleva a pensar en el consumo, que según la Política Nacional de SAN, “se refiere a los alimentos que comen las personas y está relacionado con la selección de los mismos, las creencias, las actitudes y las prácticas” (83), pero que en este caso, está más relacionado con la disponibilidad de alimentos en la tienda escolar que con las creencias y prácticas; de esta manera los estudiantes están confinados a elegir de acuerdo a la oferta disponible, la cual, en las instituciones educativas de la Ciudad se basa principalmente en snacks, dulces, fritos tradicionales y procesados, galletas, helados, gaseosas, bebidas lácteas, bebidas azucaradas y agua; y en menor proporción en frutas, almuerzos, jugos naturales y bebidas calientes.

Como puede apreciarse, la mayor disponibilidad hace referencia a alimentos con alta densidad calórica, ricos en grasas trans y saturadas, azúcares y sodio, que además de tener un bajo aporte de nutrientes, contribuyen a aumentar la prevalencia de problemas de sobrepeso, obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles a más temprana edad. No obstante, las frutas que es uno de los grupos de alimentos más recomendados para consumir en sitios con aglomeración de población, sobretodo infantil, por su alto contenido en vitaminas y minerales y por considerarse un grupo de alimentos protector de enfermedades crónicas, es ofertado en las instituciones educativas en menor cantidad, presentándose una tensión entre la oferta y demanda de este grupo de alimentos en los colegios, pues mientras los tenderos, empleados de las tiendas y personal administrativo o docente dicen que es un alimento poco demandado por los estudiantes, estos a la vez opinan que la oferta es muy baja, que no están exhibidos adecuadamente o que son de baja calidad.

Los siguientes porcentajes encontrados en la investigación, muestran que en la mitad de las instituciones educativas no disponen de frutas para la venta a escolares, debido a la falta de espacio adecuado para almacenar y a la poca demanda por parte de los estudiantes. Y los que si las ofertan, aducen motivos relacionados con la salud de los escolares y con su alto contenido nutricional.

La disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares es un factor importante en el consumo de alimentos pero no es el único determinante, pues hay otros factores que tienen que ver con la cultura, los patrones y los hábitos alimentarios que también inciden en la elección y consumo de alimentos de este grupo poblacional, como los hábitos alimentarios, pues si un niño no está habituado a consumir ciertos alimentos en su hogar, difícilmente va a optar por estos en la oferta de la tienda escolar.

Los niños y niñas de bachillerato y de primaria de las instituciones educativas manifestaron gustos específicos por productos propios de la tienda como: snacks, fritos tradicionales como los pasteles de pollo; pastelería y comidas rápidas principalmente salchipapas y pizzas y gaseosas, esta última se consolidó como la bebida predilecta de los escolares.

El sabor, olor y textura “crocanticos”, fueron los principales motivos reportados por los cuales los estudiantes prefieren o gustan de dichos alimentos, y porque les genera sensación de saciedad, pues son alimentos con alta densidad calórica, y este es un atributo que los escolares consideran de importancia debido a las largas jornadas de estudio y por la edad en que se encuentran, sus organismos demandan gran cantidad de energía rápida. Dicho aspecto puede ser uno de los motivos por los cuales las frutas cuentan con una baja preferencia.

Un aspecto cultural muy importante, que se relaciona con la elección de alimentos en la jornada escolar, es el relacionado con con el horario en el cual gustan más las frutas, que es en el horario de la tarde.

Sobre los alimentos que les gustaría consumir a los escolares, la mayoría hacen referencia a alimentos nutritivos, como las frutas y los lácteos, no obstante, dicha aseveración se relaciona más con el conocimiento que con la práctica real, porque muchas de sus elecciones están influenciadas más, que por el conocimiento en temas de alimentación y nutrición, por la publicidad; aspecto reportado en una investigación realizada en Medellín con escolares de décimo y undécimo grado, que mostró que aunque los estudiantes referían su preferencia por preparaciones nutritivas y tradicionales, en los momentos de elección de su alimentación, se inclinaban por alimentos publicitados en la televisión, lo cual se constituía en el factor determinante de esa elección (24).

La información y educación en alimentación y nutrición es otro factor relevante en la elección y consumo de los alimentos, pues si los estudiantes fueran más conscientes de las consecuencias que puede tener para su salud y bienestar, el consumo de alimentos con alta densidad calórica, grasas trans, sodio, azúcares y conservantes, tendrían más criterio a la hora de elegir sus alimentos, de esta manera, la elección de alimentos no se basaría solo por recordación y promesas de la publicidad, ni de manera inconsciente, sino por unos referentes de salud muy claros. Por lo anterior, dicha información y educación alimentaria y nutricional debería realizarse de una manera participativa y reflexiva, para que los escolares se piensen, e identifiquen sus actitudes y hábitos alimentarios, y para que parta de ellos mismos el deseo de replantearse sus prácticas alimentarias. De esta manera, la educación nutricional no se constituye tan solo en un compendio de temas alimentarios poco significativos en la vida cotidiana de estos sujetos.

De acuerdo con lo anterior, se establece una relación compleja entre la disponibilidad y el consumo de alimentos, porque son varios los factores, y de diferente índole, que están incidiendo en la elección de alimentos de este grupo poblacional. Por un lado están los factores que operan de manera más inconsciente y hedonista, como el significado que los escolares tienen de los alimentos, la idea

que se les vendió con la publicidad y los alimentos de prestigio entre los pares generacionales, que constituyen aspectos sociales relevantes a la hora de elegir los alimentos; y por otro lado, están los aspectos más conscientes, racionales y de conocimientos en temas alimentarios y nutricionales, los cuales deben ser fortalecidos periódicamente y por las diferentes instituciones de socialización como son: la familia, la escuela y hasta los medios masivos de comunicación, por medio de estrategias educativas y comunicativas adecuadas al contexto y al grupo poblacional, y reflexivas para que los escolares tengan los elementos suficientes para realizar sus elecciones alimentarias y para que opten por lo saludable.

## Conclusiones

Una gran proporción de instituciones educativas de la ciudad, no disponen de información sobre temas alimentarios en sus instalaciones, pero se disponen de gran cantidad de publicidad de alimentos, especialmente de gaseosas, helados y dulces.

Un alto porcentaje de tenderos y personal administrativo y docente de las instituciones educativas de la Ciudad, no han recibido capacitación en temas alimentarios, ni conocen la ley de obesidad 1355 de 2009.

Una alta proporción de estudiantes de instituciones de carácter oficial (90%) dijeron no haber recibido información sobre temas de alimentación saludable en las instituciones educativas, y lo mismo ocurrió con una tercera parte de los escolares de instituciones privadas.

Dos terceras partes de los estudiantes de colegios privados dicen que han recibido información en temas alimentarios provenientes de sus padres. La misma proporción de escolares de instituciones educativas oficiales, aducen que la información que han recibido en temas alimentarios proviene de los profesores.

Los escolares tienen diferente concepción sobre alimentos y alimentación saludable, en términos generales se aproximan a dicha concepción desde tres perspectivas: la primera, es la que considera la alimentación en términos nutricionales y fisiológicos; la segunda se asocia a prácticas alimentarias más generales como el consumo de alimentos en horarios, tipo y cantidades adecuadas, y la tercera perspectiva, se configura desde una concepción hedonista de la alimentación.

**PROPUESTA DE  
LINEAMIENTOS TÉCNICOS,  
ADMINISTRATIVOS Y  
EDUCATIVOS PARA EL  
FUNCIONAMIENTO DE LAS  
TIENDAS ESCOLARES**





## 10. Propuesta de lineamientos técnicos, administrativos y educativos para el funcionamiento de las tiendas escolares

Es evidente la función e importancia que tienen las tiendas escolares en la alimentación preescolar y escolar, pues las largas jornadas de estudio exigen el consumo de mínimo dos comidas. Por consiguiente, si se pretende que estas sea nutricionalmente balanceadas y adecuados se requiere que la disponibilidad de alimentos tenga estas mismas características. Es por esto, que se debe asegurar dicha disponibilidad en el total de las tiendas escolares, lo cual se logra solo a través de la instauración de unos lineamientos de exigibilidad y prohibición de algunos alimentos, acompañados de programas permanentes de educación y comunicación en temas alimentarios y nutricionales en las instituciones educativas, enmarcados en la ley de obesidad.

Uno de los parámetros de la ley de obesidad (*Artículo 3*) es la promoción de ambientes saludables, que tiene como una de sus estrategias promover una alimentación saludable y sana, especialmente en los centros educativos y determina que (44):

- Todos los centros educativos deberán garantizar la disponibilidad de frutas y verduras, además deberán adoptar un programa de educación alimentaria siguiendo los lineamientos y guías que desarrollen el Ministerio de Salud y Protección Social y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), para promover una alimentación balanceada y saludable, de acuerdo con las características culturales de las diferentes regiones de Colombia.
- Otro parámetro de la ley 1355 es la regulación en el consumo de grasas trans y saturadas (*artículo 7 y 8*), propone además la promoción de dietas balanceadas y saludables; en este sentido, debe restringirse la alta ingestión de productos ricos en ácidos grasos trans (AGT) y grasas saturadas y su potencial consumo en infantes, como son los productos de panadería y pastelería industrial, frituras, snacks, entre otros, y aunque aún no se conoce mucho sobre el impacto de los AGT en la dieta durante la infancia, el consenso general es moderar su consumo debido a sus potenciales efectos adversos (51).

- Esta ley también plantea que se debe regular el consumo de alimentos y bebidas en centros educativos, estos deberán ofrecer una diversidad de alimentos que cubran las necesidades nutricionales de su comunidad, siguiendo, entre otras referencias, las guías alimentarias del Ministerio de Salud y Protección Social y del ICBF (61).

Estas disposiciones deben ser considerada como lineamientos al momento de adjudicar las tiendas escolares tanto en los centros educativos oficiales como en los privados, lo que se convierte en una medida que posibilita una alimentación saludable para los escolares.

En el estudio realizado por Hernández y Martínez en México (84), es claro que se pueden dictaminar lineamientos por parte del estado para la venta de alimentos a la población escolar, es así como el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria (ANSA) de México, planteó y dictaminó los lineamientos que deben tener tres componentes básicos de la salud, los cuales se mencionan a continuación pero se hace énfasis para este contexto en el de acceso y disponibilidad de alimentos:

1. Promoción y educación para la salud (alfabetismo nutricional).
2. Fomento de la activación física regular en el contexto escolar.
3. Acceso y disponibilidad de alimentos y bebidas saludables que faciliten una alimentación correcta. Para este componente se estableció desde el inicio la necesidad de emitir una regulación que definiera las características de los alimentos y las bebidas que podrían distribuirse en las escuelas.

Atendiendo a lo anterior, la propuesta de lineamientos se enmarca en tres líneas de intervención en las tiendas escolares e instituciones educativas, las cuales se esbozan a continuación.

## Línea 1: Exigencia y prohibición de la venta de alimentos en las tiendas escolares

Esta línea, apunta a una política de prohibición de los alimentos con alta densidad calórica, ricos en grasas trans, sodio y azúcares concentrados, y a la exigencia de la venta de alimentos ricos en proteínas, vitaminas y minerales como productos lácteos y frutas.

La institución educativa será la encargada de reglamentar la venta de alimentos saludables y nutritivos para el escolar, exigiendo que se oferten dichos alimentos en la adjudicación de las tiendas escolares.

La institución educativa exigirá la venta de:

- Alimentos ricos en vitaminas y minerales, como las frutas; las cuales se ofertarán en diferentes preparaciones y de acuerdo al gusto de los escolares, como salpicón, ensaladas con helado, jugos naturales, fresas con crema, entre otras.
- Alimentos ricos en proteínas, como bebidas y productos lácteos, tales como: yogures, kumis, avena, quesitos y quesos, en preparaciones como: arepas, hamburguesas, productos de panadería, entre otras.

Opcional, esta otro grupo de alimentos ricos en proteínas, como son los cárnicos. Este grupo de alimentos se puede ofertar en variedad de preparaciones como: empanadas con carne, tortas de carne con arepa, hamburguesas, perros, entre otros.

- Alimentos tradicionales con los cuales se hacen preparaciones más nutritivas, además, estos alimentos contienen menos aditivos y preservantes, es decir, son alimentos menos procesados. Estas preparaciones contienen lácteos y cárnicos, algunas de estas son: arepa con queso, mazorra con leche y bocadillo, arroz con leche, bocadillo con queso, buñuelos, empanadas, entre otros.

### Aspectos técnicos que se deben considerar:

Para ofrecer de una manera inocua y atractiva dichos alimentos, la institución educativa deberá contar con la infraestructura suficiente, adecuada y adaptada según el caso y la reglamentación, que permita realizar el procesamiento y almacenamiento de alimentos en forma segura.

A pesar de que en los programas educativos acá propuestos se contempla como un actor a los tenderos, se les debería exigir que se capaciten constantemente en temas de manipulación e inocuidad de alimentos y en temas sobre alimentación y nutrición infantil.

Reglamentar el tamaño de porción por producto. Todo alimento que se expenda a la población estudiantil deberá cumplir con un tamaño de porción que no exceda la cantidad necesaria de calorías, grasas trans, saturadas y sodio.

Procurar que la grasa utilizada para fritura de las preparaciones sea vegetal controlando su uso excesivo.

Exhibir adecuadamente los alimentos exigidos para ser ofertados a los estudiantes, de tal manera que sean las primeras opciones y las más visibles cuando vayan a comprar en la tienda.

Los alimentos y preparaciones ofertadas en tiendas escolares, deberán ser presentados en forma creativa y atractiva, con el fin de que los estudiantes se sientan motivados a comprarlos, además, se debe reforzar su consumo a través de programas educativos.

Cabe resaltar, que las comidas rápidas son preparaciones que no alteraran la salud y el estado nutricional si se considera el tipo de grasa con el cual se preparan, la cantidad de salsas que se le adicionan y la marca de las carnes procesadas, por consiguiente, son preparaciones nutritivas y de gran aceptación por parte de los escolares.

### La institución educativa prohibirá la venta de:

- Alimentos con alto contenido de grasas saturadas y grasas trans, como algunos snacks y fritos.
- Alimentos con alto contenido de sodio, tales como: algunos snacks salados y algunos alimentos procesados.

- Alimentos con alto contenido de azúcares concentrados, como: dulces, bebidas gaseosas y azucaradas.

### Aspectos técnicos que se deben considerar:

La exhibición y cantidad de los anteriores alimentos deberá ser limitada y restringida.

### Reglamentación de las ventas callejeras de las instituciones educativas:

Las ventas callejeras son una realidad innegable e irrestricta sobre la cual se tiene poco control, principalmente sobre las ubicadas en las afueras de las instituciones educativas oficiales. Mirado desde lo sociológico, estas ventas se constituyen en una fuente de sustento y de empleo informal para muchos hogares de la ciudad.

No obstante, se hace necesario la formalización y reglamentación de estas ventas, para lo cual se requiere la creación de un organismo encargado de organizarlas y de regular los alimentos que expenden a la población estudiantil.

Por consiguiente, se hace necesario su capacitación en buenas prácticas de manipulación, características nutricionales de los grupos de alimentos y alimentación infantil. Lo cual podría lograrse por intermedio de las instituciones educativas para que aprovechando la alfabetización de los estudiantes sean ellos los que realicen su trabajo comunitario con los venteros.

La carnetización y ubicación fija de estos es otra estrategia importante para controlar el tipo y cantidad de alimentos ofertados a los escolares.

## Línea 2: educación alimentaria y nutricional dirigida a los diferentes actores de la comunidad educativa

Estrategia dirigida a los diferentes actores de la comunidad educativa involucrados en la disponibilidad y el consumo de alimentos dentro de las instituciones educativas de la ciudad; entre estos están, los estudiantes de todos los grados, docentes, padres y madres de familia, tenderos o administradores de las tiendas escolares y venteros ambulantes.

### Escolares

#### Núcleo temático dentro del PEI

Una de las estrategias educativas dirigida a los escolares, que es central, es la instauración de una línea de promoción de la alimentación saludable dentro del Programa Educativo Institucional – PEI –, que contemple un curso de alimentación y nutrición en cada grado escolar, iniciando en el preescolar. Dicha estrategia debe diseñarse de acuerdo a unos referentes pedagógicos y de desarrollo cognitivo de niños y jóvenes.

La anterior deberá ser parte de una metodología aplicada y sobretodo reflexiva, con la cual el escolar piense sobre sus hábitos alimentarios y sobre los factores que influyen en su alimentación cotidiana.

Esta metodología estará reforzada con capacitaciones, talleres y ferias con el fin de promover el consumo de alimentos saludables como frutas y productos lácteos.

Igualmente se incentivará la actividad física en todas las edades, aspecto que también hará parte del núcleo temático de alimentación del PEI.

## Programa de promoción de la alimentación saludable

Se diseñará toda una propuesta de promoción de la alimentación saludable que refuerce los conocimientos adquiridos en el núcleo de alimentación y nutrición dentro del PEI.

Dentro de las actividades y estrategias puntuales a realizar en este programa de promoción, están:

- Empezar una estrategia para conocer la historia de la producción de algunos alimentos; involucrando a la empresa privada productora de alimentos, donde además, den a conocer sus productos.
- Realizar festivales de frutas.
- Promoción de frutas (2 x 1)
- Dar a conocer los programas de la Central Mayorista de Antioquia dentro de las instituciones educativas.
- Estipular el día de la No gaseosa.
- Utilizar un descanso o recreo para alimentarse y otro para recrearse (donde se brinden solo bebidas).
- Estipular la semana de la alimentación saludable.

## Capacitación y educación nutricional a los otros actores

La capacitación y educación alimentaria y nutricional se realizará anualmente y estará dirigida a los docentes, a los padres y madres de familia, a los tenderos y a los venteros ambulantes, con la que se busca que estos actores sean coparticipes en la promoción de hábitos de vida saludable de los escolares.

Por medio de la formación o capacitación dirigida a profesores y padres y madres de familia se pretenderá crear un grupo de vigilancia para que controle la venta y orienten la compra de alimentos de los escolares en las instituciones educativas.

### Línea 3: Campañas publicitarias y de comunicación alimentaria y nutricional.

Los programas de educación y capacitación se fortalecerán constantemente por medio de campañas masivas de comunicación, donde se involucren a todos los actores y se discuta la importancia de unos saludables hábitos de vida. Se utilizarán con frecuencia para sensibilizar a los escolares sobre la importancia de mantener unos hábitos alimentarios saludables.

Dicha campaña, utilizará diferentes medios masivos, como: carteleras, perifoneos, periódico estudiantil; además, las instituciones educativas podrán ingeniar estrategias didácticas para incentivar el consumo de alimentos saludables en los escolares, tales como: frases repetitivas (jingles), concursos, juegos y retos, entre otros.

Así mismo, las instituciones educativas se encargarán de controlar la publicidad de alimentos en las tiendas escolares, permitiendo solo la de alimentos más nutritivos.

#### Política que soporta los lineamientos

Es de resaltar la importancia en la participación de un ente rector y de autoridad que soporte todos los lineamientos y estrategias propuestas, pues solo así, podrán ser acatadas y llevadas a cabo en el total de las instituciones educativas de la Ciudad.

La Secretaría de Salud de Medellín, podría constituirse en dicho ente rector y reglamentar dichos lineamientos y estrategias para que sean acatados por las instituciones educativas.

Además de abanderar los lineamientos antes propuestos, sería de vital importancia que instituyera y diseñara una atractiva publicidad de alimentos, en la que se incentive el consumo de productos saludables y naturales, mostrándolos como productos innovadores y con características diferenciadoras frente a los productos artificiales.

Por último, la implementación de la ley 1355 de 2009 o ley de obesidad se convierte en una forma de controlar todo lo anteriormente mencionado. El cumplimiento de esta, debe ser vigilado por el mismo ente, para lo cual contará con un grupo de profesionales encargados de vigilar y controlar dichas iniciativas en las instituciones educativas tanto de carácter oficial como privado.

# BIBLIOGRAFÍA

1. Silveira Rodríguez M, Monereo Megías S y Molina Baena B. Alimentos funcionales y nutrición óptima. ¿cerca o lejos? [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1135-57272003000300003&script=sci\\_arttext](http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1135-57272003000300003&script=sci_arttext)
2. Alimentos precocinados. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://www.publicaciones-isp.org/productos/t063.pdf>
3. Los alimentos fritos y la salud. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://www.dietas.com/articulos/los-alimentos-fritos-y-la-salud.asp>.
4. Jennifer L. Harris, Marlene B. Schwartz, Kelly D. Brownell. Evaluando la Nutrición y el Mercadeo de las Bebidas Azucaradas hacia los Jóvenes. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.sugarydrinkfacts.org/resources/sugarydrinkfacts\\_reportssummary\\_spanish.pdf](http://www.sugarydrinkfacts.org/resources/sugarydrinkfacts_reportssummary_spanish.pdf)
5. Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos. Las bebidas calientes: más saludables de lo que parecen. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://www.acta.org.co/PublicacionesBoletin032.php>.
6. Mas López A. Efecto erosivo valorado a través de la microdureza, superficial del esmalte dentario, producido por tres bebidas industrializadas de alto consumo de la Ciudad de Lima. Estudio In Vitro. [Tesis pregrado] Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de odontología; 2002. Disponible en: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/salud/mas\\_l\\_a/t\\_completo.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/salud/mas_l_a/t_completo.pdf).
7. Informe de productos. Sopas y caldos. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/conservas/productos/SopasCaldos\\_2011\\_06Jun.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/conservas/productos/SopasCaldos_2011_06Jun.pdf).
8. Comida rápida y toxicidad hepática. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://www.gastromerida.com/pdf/gastro/pacientes/comida%20rapida.pdf>.
9. Barrado E, Mayo M, Tesedo A, Romero H y De la Rosa F. Composición grasa de diversos alimentos servidos en establecimientos de “comida rápida”. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112008000200012&script=sci\\_arttext](http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112008000200012&script=sci_arttext).

10. Figueroa Pedraza D. Disponibilidad de alimentos como factor determinante de la Seguridad Alimentaria y Nutricional y sus representaciones en Brasil. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732005000100012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732005000100012&script=sci_arttext).
11. Norma Técnica Colombiana. NTC 5468. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/50565071/NTC5468>.
12. Valdivia G, Morán R, Quintanilla E, Valderrama M, Cardini A, Hidalgo M. Punto Saludable, manual del kiosco y lonchera escolar saludable. [Internet]. [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.miraflores.gob.pe/Manual\\_del\\_kiosco\\_y\\_lonchera\\_saludable.pdf](http://www.miraflores.gob.pe/Manual_del_kiosco_y_lonchera_saludable.pdf)
13. Lezcano E. Análisis del producto, Productos panificados. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/ProductosPanificados\\_2011\\_04Abr.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/ProductosPanificados_2011_04Abr.pdf).
14. Sociedad Argentina de Nutrición. Lácteos y derivados. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://sanutricion.org.ar/charla\\_lacteosyderivados.pdf](http://sanutricion.org.ar/charla_lacteosyderivados.pdf).
15. Colorado Carcamo A, Montes Arango M. Vendedores ambulantes como parte de la sociedad. [Proyecto final]. Pereira; Risaralda: Corporación Instituto de Administración y Finanzas – CIAF. Negocio Internacionales. 2009. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: [http://www.ciaf.edu.co/ciem/proyectos/los\\_vendedores\\_ambulantes\\_como\\_parte\\_de\\_la\\_sociedad.pdf](http://www.ciaf.edu.co/ciem/proyectos/los_vendedores_ambulantes_como_parte_de_la_sociedad.pdf)
16. Revista Salud Pública Medellín. Vol 5 N° 1. Enero-junio de 2012. Plan de Salud Municipal 2012-2015. “Medellín, ciudad saludable”. Alcaldía de Medellín.
17. Organización Panamericana de la Salud. Internet]. [Consultado 2013 Ene 01]. Disponible en: [http://ais.paho.org/phil/viz/mort\\_causasprincipales\\_lt\\_oms.asp](http://ais.paho.org/phil/viz/mort_causasprincipales_lt_oms.asp).
18. Organización Mundial de la Salud - OMS [Internet]. [Consultado 2012 May 12]. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
19. Perfil Alimentario y nutricional de Medellín 2010. Secretaria de Bienestar Social. Medellín: Alcaldía de Medellín; 2010.
20. Di Cesare M. El perfil epidemiológico de América Latina y el Caribe: desafíos, límites y acciones. Documento de proyecto. [Internet]. [Consultado 2013 Ene 01]. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/44309/cw395.pdf>
21. Ramírez V. ¿Qué es un servicio de alimentación? [Internet]. [Consultado 2012 Dic 02 2012]. Disponible en: <http://afomsalud.com/index.php/2007/01/12/que-es-un-servicio-de-alimentacion/>
22. Ministerio de Salud y Protección Social. [Internet]. [Consultado 2013 Ene 01]. Disponible en: <http://www.minsalud.gov.co/plandecenal/Paginas/Plan%20Decenal%20de%20Salud%20Publica.aspx>
23. Contreras Hernández J. Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres. Barcelona: Universitat de Barcelona; 1995.
24. Arboleda Montoya L. Dimensión salud: salud, estilos de vida y televisión. En: Ruiz Marín E, Montoya Cano G, Benjumea Pérez M, Correa Gil E, Urrego Tobón Á et al. Los imaginarios de la cultura somática que construyen los jóvenes escolarizados de Medellín, a partir de las representaciones que trasmite la televisión que ellos consumen. Medellín: Politécnico Jaime Isaza Cadavid y Universidad de Antioquia; 2008. p.212 -271.
25. Municipio de Medellín, Secretaria de Bienestar Social, Dirección de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Proyecto de Restaurantes Escolares para la infancia y la adolescencia y Vaso de Leche Escolar. Medellín. 2010.

26. Asociación hortofrutícola de Colombia – Asohofrucol. [Internet]. [Consultado 2012 May 12]. Disponible en: <http://www.asohofrucol.com.co/archivos/Revista/Revista8.pdf>
27. M. Castells Cuixart, C. Capdevila Pritn, T. Girbau Sola y C. Rodríguez Caba. Estudio del comportamiento alimentario en escolares de 11 a 13 años de Barcelona. [Internet]. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112006000700010&script=sci\\_arttext](http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112006000700010&script=sci_arttext)
28. Bustos N, Kain J, Leyton B, Olivares S, Vio F. Colaciones habitualmente consumidas por niños de escuelas municipalizadas: motivaciones para su elección. *Rev Chil Nutr.* 2010. 37(2): 178-183.
29. Bustos N, Concha F, Kain J, Vio F. Cambios en el patrón de consumo de alimentos en escolares Chilenos con la implementación de un Kiosco saludable. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición.* 2011. 63(3); 302-307.
30. Piaggio L, Concilio C, Rolón M, Macedra G, Dupraz S. Alimentación infantil en el ámbito escolar: entre patios, aulas y comedores. *Salud Colectiva, Buenos Aires.* 2011. 7(2); 199-213.
31. Velandia N, Cárdenas L, Agudelo N. ¿Qué ofrecen las tiendas escolares y que consumen los estudiantes durante el descanso? *Tunja. Hacia la promoción de la salud.* 2011. 16(1); 99-109.
32. Hernández G. Prevalencia de sobrepeso y obesidad, y factores de riesgo, en niños de 7-12 años, en una escuela pública de Cartagena septiembre- octubre de 2010. [Tesis para optar el título de Magíster en Salud Pública]. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de medicina, Programa de Maestría en Salud Pública; 2011.
33. Gavino, A y López, A. Los comportamientos alimentarios en las etapas de la vida. *Anuario de Psicología.* 1999; 30(2):7-23.
34. Morin E. La identidad humana. 1 ed [Internet]. Barcelona: ediciones cátedra; 2003 [Consultado 2012 Oct 27]. Disponible en: <http://fidp.net/contenido/edgar-morin-la-identidad-humana>.
35. González Rodríguez L. Situación Nutricional de Escolares de la comunidad de Madrid. Condicionantes familiares [Tesis Doctoral]. Madrid. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Farmacia; 2010.
36. Britz, J. Consumo y seguridad alimentaria: evolución y tendencias: [Internet]. [Consultado 2012 Nov 22]. Disponible en: [http://oa.upm.es/4947/1/INVE\\_MEM\\_2008\\_61210.pdf](http://oa.upm.es/4947/1/INVE_MEM_2008_61210.pdf)
37. Sotomayor Baca A. Influencia de los anuncios televisivos en el consumo de alimentos publicitarios dirigidos al público escolar del distrito de Huánuco. [Tesis Doctoral]. Madrid. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información; 2012.
38. Godoy López, César. Biblioteca Central de la Universidad San Carlos de Guatemala. Noviembre de 2005.
39. Secretaría de Educación del Estado de México. Portal del Gobierno del Estado de México. 14 de enero de 2009.
40. Villamil Barrios, Aida; Santamaría; Angie Julieth; Marín, Claudia Paola; Escolar Mahecha, María Patricia. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. 31 de diciembre de 2007.
41. Concejo Municipal de Santiago de Cali, Comisión Plan y Tierras. URL Sociedad Colombiana de Pediatría, Regional de Valle del Cauca. Abril de 2009.
42. Secretaria de Educación de Bogotá. [Internet]. [Consultado 2012 May 02]. Disponible en: <http://www.sedbogota.edu.co>
43. ICBF. Resumen ejecutivo ENSIN 2010. [Internet]. [Consultado 2012 Ago 21]. Disponible en: <http://www.bogotamasactiva.gov.co/files/Resumen%20Ejecutivo%20ENSIN%202010.pdf>

44. Colombia. Ministerios de Salud. Ley 1355 de 2009. Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención. Bogotá: Congreso de la República. 2009.
45. Organización Mundial de la Salud – OMS. Obesidad. [Internet]. [Consultado 2012 Oct 24]. Disponible en: <http://www.who.int/topics/obesity/es/>
46. Peña M, Bacallao J. La obesidad y sus tendencias en la región. *Revista Panamericana de Salud Pública*. 2001;10(2):75-8.
47. Beltrán GLF, Beltrán G. Obesidad infantil un problema de salud pública comunicado breve. *Revista electrónica Medicina, Salud y Sociedad*. 2011;2(1):1-9.
48. Jacoby E, Keller I. La promoción del consumo de frutas y verduras en América latina: buena oportunidad de acción intersectorial por una alimentación saludable. *Rev chil nutr*. 2006;3(1):226-31.
49. Palomo GI, et al. Efecto antioxidante de frutas y hortalizas de la zona central de Chile. *Rev chil nutr*. 2009;36(2):152-8.
50. Wu X, Gu L, Holden J, Haytowitz D, Gebhardt S, Beecher G, et al. Development of a database for total antioxidant capacity in foods: a preliminary study. *J Food Composition Analysis*. 2004;17:407-22.
51. Wang SY, Chen CT, Sciarappa W, Wang C, Camp M. Fruit quality, antioxidant capacity, and flavonoid content of organically and conventionally grown blueberries. *J Agric Food Chem*. 2008;56:5788-94.
52. Araya HC, Herrera C. Capacidad antioxidante de frutas y verduras cultivados en Chile. *Arch Lati-noam Nutr*. 2006;56:361-5.
53. Speisky H. Frutas y verduras como fuentes de antioxidantes naturales: Su importancia para la salud humana. Santiago; 2008 Contract No.: Document Number
54. Ladino ML, Velasco B. Papel de la fibra dietaria en pediatría. *Rev Perú pediatr*. 2010;63(1):24-33.
55. Orozco A. Ácidos grasos trans, cocs y lops: evidencia actual de su influencia sobre la salud infantil. *Acta Pediatr Esp*. 2005;63:22-6.
56. Griguol V, Camacho ML, Vicario I. Revisión de los niveles de ácidos grasos trans encontrados en distintos tipos de alimentos. *GRASAS Y ACEITES*. 2007;58(1):87-98.
57. Valenzuela B. Ácidos grasos con isomería trans i: su origen y los efectos en la salud humana. *Rev chil nutr*. 2008;35(3):162-71.
58. Owen R. *Química de los Alimentos*. 2 ed. Zaragoza: Acribia; 2000.
59. Colombia. Ministerio de la protección social. Resolución 333 de 2011. Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano. Bogotá: El Ministerio; 2011.
60. Colombia. Ministerio de la protección social. Resolución 2508 de 2012. Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los alimentos envasados que contengan grasas trans y/o grasas saturadas. Bogotá: El Ministerio; 2012.
61. ICBF. Guías alimentarias para la población mayor de 2 años. [Internet]. [Consultado 2012 Oct 27]. Disponible en: <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/GUIAPOBLACIONDE2A%C3%91OS.pdf>.
62. Organización Mundial de la Salud – OMS. Sobrepeso y obesidad infantiles. [Internet]. [Consultado 2012 Nov 14]. Disponible en: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/es/>
63. Off2Colombia. [Internet] [Consultado 2012 Jun 13]. Disponible en: <http://off2colombia.com.co/medellin-geografia-historia>.
64. Wikipedia. Datos generales de Medellín. [Internet] [Consultado 2012 Dic 02]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Medell%C3%ADn>

65. Antioquia. Secretaria de Salud. Indicadores básicos de Salud, 2011. Medellín. Alcaldía de Medellín; 2011.
66. Historia de Antioquia, Guía Cultural y turística de Medellín. [Internet] [Consultado 2012 Jun 13]. Disponible en: <http://www.historiadeantioquia.info/turismo/historia-de-medellin.html>
67. Revista Salud Pública Medellín Vol 5. Enero-junio de 2011
68. Portal educativo de Medellín. Colegios de cobertura. [Internet] [Consultado 2012 Dic 05]. Disponible en: [http://www.medellin.edu.co/sites/Educativo/Directivos/Noticias/Paginas/ED37\\_AE\\_ColegiosdeCobertura.aspx](http://www.medellin.edu.co/sites/Educativo/Directivos/Noticias/Paginas/ED37_AE_ColegiosdeCobertura.aspx)
69. Himmelgreen, D. A., & Crooks, D. L. (2005). Nutritional Anthropology and Its Application to Nutritional Issues and Problems. In Kedia, S. & van Willigen, J. (Eds.), Applied Anthropology: Domains of Application (pp. 149-188). Westport, CT: Praeger Publishers
70. Vallés, M. Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid: Síntesis; 1997.
71. Aguirre P. Seguridad alimentaria. Una visión desde la antropología alimentaria. [Sitio en internet]. Disponible en: <http://www.suteba.org.ar/files/registros/8333.pdf>. Consultado: 7 enero de 2010.
72. Muecke M.A. Sobre la evaluación de las etnografías. En: Morse, J. (Ed) Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín: 2003. p. 218-243
73. Morse J. Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa. Medellín: Universidad de Antioquia; 1998
74. Valero García Alfonso. 2005. Usos y perspectivas sociológicas de la entrevista como técnica de investigación social. Saberes Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales Volumen 3 Año 2005 Separata. Universidad Alfonso X El Sabio Facultad de Estudios Sociales Villa Nueva de la Cañada. Madrid España.
75. Morgan DL, Krueger RA. The Focus Group Kit. Boxed ed. Thousand Oaks, CA. U.S.: Sage Publications Inc. 1998.
76. Galeano, M. E. Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada. Medellín: La Carreta; 2004.
77. Aranceta, J. Alimentación, consumo y salud. Colección estudios Sociales. Internet]. [Consultado 2012 Nov 22]. Disponible en: <http://www.laCaixa.es/ObraSocial>.
78. GE, Dubeibe-Blanco LY, Herrán OF, Herrera-Anaya M. Evaluación del impacto de un ensayo comunitario sobre el consumo de frutas y verduras en Colombia. Salud Pública Mex 2007; 49:11-19.
79. Contreras Hernández J, Gracia Arnaiz, M. Preferencias y consumos alimentarios: entre el placer, la conveniencia y la salud. Colección de Estudios Sociales. Fundación La Caixa. Volumen: 24. Barcelona. 2008. p.153-191
80. Lalonde M. El concepto de "Campo de la salud". EN: Organización Panamericana de la Salud. Promoción de la salud: una antología. Publicación científica 557. Washington D.C. 1996. p. 3-5.
81. Montero Y. La televisión como agente de socialización. En: Televisión, valores y adolescencia. Gedisa; 2006.
82. Manzano A. El proceso de globalización y las identidades culturales. [Internet] [Consultado 2012 Nov 14]. Disponible en: [Http://es.geocities.com./global\\_lización/ensayos/globalizacioneidentidadesculturalescatalunya.pdf](Http://es.geocities.com./global_lización/ensayos/globalizacioneidentidadesculturalescatalunya.pdf).
83. Colombia. Conpes social 113. Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Bogotá: Departamento de Planeación Nacional. 2007.
84. Hernández ÁM, Martínez M. Lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar en los planteles de educación básica. Bol Med Hosp Infant Mex. 2011; 68(1):1-6.



# ANEXOS



# ANEXO A: Encuesta dirigida a coordinadores de las instituciones educativas



Secretaría de Salud  
Alcaldía de Medellín

## Tiendas Escolares

### Encuesta dirigida a Coordinadores de las Instituciones Educativas

**Objetivo:** Identificar los lineamientos técnico - administrativos de la institución educativa para la adjudicación de las tiendas escolares.

Fecha(dd/mm/aa)			
Hora			

**A) GENERALIDADES** Cód. Inst: \_\_\_\_\_

1. Nombre de la Institución Educativa							
2. Dirección							
3. Comuna		4. Zona		5. Barrio			
6. Teléfono				7. Núcleo			
8. Estrato		9. Pagina web					
10. Carácter	a. Público		b. Privado		11. Número de estudiantes		
12. Nivel Educativo	a. Preescolar		b. Primaria		c. Secundaria		
13. Estrato de los niños	1	2	3	4	5	6	
14. Modalidades de acceso de los alimentos por parte de los estudiantes en la institución. (marque con una "x")							
a. Restaurante escolar				b. Vaso de leche			
c. Tienda				d. Lonchera de la casa			
e. Lonchera contratada		f. Otras		¿Cuáles?:			

### B) LINEAMIENTOS DE POLÍTICA: FRENTE A PROCESOS DE ADJUDICACIÓN DE LA TIENDA

15. Como adjudican la tienda. (Marque con una "x")				
a. Licitación		b. Contratación directa		
c. La propia institución la maneja		d. Otra		
		¿Cuál?:		
16. Requisitos técnicos a tener en cuenta al momento de adjudicar la tienda			Sí	No
a. Nutricionales				
b. Saneamiento				
c. Experiencia				
d. Calidad de los productos				
e. Costos				

**C) LINEAMIENTOS DE POLÍTICA: FRENTE A LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS**

17. Exigen la venta de algún alimento específico en la tienda		Sí		No
17.1. ¿Cuáles?:				
18. Prohíben algún o algunos tipos de alimentos en la tienda		Sí		No
18.1. ¿Cuáles?:				
19. Cuales alimentos considera la institución prioritarios para ofrecerle a los estudiantes (marque con una "x")				
a. Frutas			b. Helados	
c. Fritos tradicionales			d. Fritos procesados	
e. Productos de panadería			f. Repostería	
g. Cárnicos			h. Comidas rápidas	
i. Dulces			j. Snacks	
k. Almuerzos			l. Otros	
20. Bebidas		a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas
c. Productos lácteos		d. Jugos naturales		e. Agua
21. Según la institución, cuales aspectos deberían ser prioritarios respecto a la disponibilidad de alimentos. (marque con una "x")				
a. Nutricionales		b. Apariencia		c. Costos
d. Culturales				
e. Facilidad para el consumo		f. Facilidad de preparación		g. Otros
		¿Cuáles?:		
22. Cree la institución que la disponibilidad de alimentos en la tienda escolar es adecuada		Sí		No
23. ¿En qué aspectos? (marque con una "x")				
a. Nutricional		b. Costos		
c. Variedad de oferta		d. Apariencia de los alimentos		
e. Otros		¿Cuáles?:		
24. Según la institución, que alimentos son nutricionalmente más adecuados para los escolares				
a. Frutas		b. Helados		
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados		
e. Productos de panadería		f. Repostería		
g. Cárnicos		h. Comidas rápidas		
i. Dulces		j. Snacks		
k. Arepas con queso		l. Arepas con carnes frías		
m. Arepas con hogao		n. Arepas con huevo		
o. Arepas con carne		p. Almuerzos		
q. Otros		¿Cuáles?:		
25. Bebidas		a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas
c. Productos lácteos		d. Jugos naturales		e. Agua
26. La institución realiza encuestas de satisfacción a los escolares sobre los alimentos que se ofrecen en la tienda escolar				
Sí		No		¿Cada cuanto?:
27. Permiten colocar publicidad de alimentos en la tienda o en otros lugares de la institución		Sí		No



28. Publicidad de cuales alimentos							
a. Dulces		b. Snacks		c. Helados		d. Gaseosas	
e. Bebidas lácteas		f. Bebidas Chocolatadas		g. Otros			
29. ¿Dejan que se ofrezcan en la tienda otros productos que no sean alimentos?							
Sí		No		¿Cuáles?:			
30. Conoce la Ley 1355 de obesidad				Sí		No	

Encuestadores: \_\_\_\_\_

Digitado por: \_\_\_\_\_ Fecha digitación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Verificado: Sí \_\_\_ No \_\_\_

# ANEXO B: Encuesta dirigida a tenderos de las tiendas escolares



Secretaría de Salud  
Alcaldía de Medellín

## Tiendas Escolares

### Encuesta dirigida a empleados de la Tienda

**Objetivo:** Identificar los lineamientos técnico-administrativos exigidos a las tiendas escolares, y la disponibilidad de alimentos en éstas.

A) **GENERALIDADES** Cód. Inst: \_\_\_\_\_

Fecha(dd/mm/aa)			
Hora			

1. Nombre de la Institución Educativa							
2. Nombre de la tienda							
3. Dirección				4. Teléfono			
5. Estrato		6. Comuna		7. Barrio			
8. Carácter		a. Público		b. Privado		9. Número de estudiantes	
10. Nivel Educativo		a. Preescolar		b. Primaria		c. Secundaria	
11. Modalidades de acceso de los alimentos por parte de los estudiantes en la institución. (marque con una "x")							
a. Restaurante escolar				b. Vaso de leche			
c. Tienda				d. Lonchera de la casa			
e. Lonchera contratada		f. Otras		¿Cuáles?:			

### B) DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS

12. ¿Qué aspectos tiene en cuenta a la hora de realizar una oferta de alimentos para los estudiantes? (marque con una "x")							
a. Nutricionales		b. Demanda por parte de los estudiantes		c. Costos			
d. Facilidad en el transporte de los alimentos		e. Facilidad en la preparación de alimentos		f. Conservación de los alimentos			
g. Otros		¿Cuáles?:					
13. Qué alimentos se venden en la tienda? (marque con una "x")							
a. Frutas		b. Helados					
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados					
e. Productos de panadería		f. Repostería					
g. Galletas		h. Cárnicos					
i. Comidas rápidas		j. Dulces					
k. Snacks		l. Almuerzos					
m. Otros		¿Cuáles?:					
14. Bebidas		a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos	
d. Jugos naturales		e. Jugos procesados		f. Agua			

15. Si seleccionó la respuesta 13a, señale por que ofrece frutas. (marque con una "x")					
a. Por costo		b. Facilidad de abastecimiento		c. Valor nutricional	
d. Preferencia de los estudiantes		e. Por exigencia en el contrato		f. Otro	
16. En caso de <b>No</b> seleccionar la respuesta 13a, señale por qué <u>no</u> ofrece frutas. (marque con una "x")					
a. Por costo		b. Falta de almacenamiento adecuado		c. Dificultad de abastecimiento	
d. Rechazo por los estudiantes		e. Vida útil más corta		f. Otro	
17. ¿Cuáles son los alimentos que menos compran los estudiantes? (marque con una "x")					
a. Frutas		b. Helados			
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados			
e. Productos de panadería		f. Repostería			
g. Galletas		h. Cárnicos			
i. Comidas rápidas		j. Dulces			
k. Snacks		l. Almuerzos			
m. Otros		¿Cuáles?:			
18. Bebidas	a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos
d. Jugos naturales		e. Jugos procesados		f. Agua	
19. ¿Cree usted que la oferta alimentaria en el momento es adecuada?      Sí      No					
20. ¿En qué aspecto es adecuada?      a. Nutricional      b. Variedad de oferta      c. Costos					
d. Apariencia de los alimentos		e. Otros		¿Cuáles?:	
21. ¿Qué alimentos o preparaciones cree usted sería la mejor oferta para los escolares? (marque con una "x")					
a. Frutas		b. Helados			
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados			
e. Productos de panadería		f. Repostería			
g. Galletas		h. Cárnicos			
i. Comidas rápidas		j. Dulces			
k. Snacks		l. Almuerzos			
m. Otros		¿Cuáles?:			
22. Bebidas	a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos
d. Jugos naturales		e. Jugos procesados		f. Agua	
23. ¿Cree que la publicidad de alimentos influye en la elección de alimentos por parte de los estudiantes?      Sí      No					
24. ¿Ofrecen en la tienda productos que no son alimentos?      Sí      No					
25. ¿Han recibido capacitación sobre alimentos y nutrición infantil?      Sí      No					
26. ¿Conoce la Ley 1355 de Obesidad?      Sí      No					

Encuestadores: \_\_\_\_\_

Digitado por: \_\_\_\_\_ Fecha digitación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Verificado: Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

# ANEXO C: Guía de observación en la Institución Educativa



Secretaría de Salud  
Alcaldía de Medellín

## Tiendas Escolares

### Observación de Alimentos Ofertados en la Tienda

**Objetivos:** Identificar los alimentos ricos en sodio y grasas trans o saturada, ofertados en las tiendas escolares y en las ventas callejeras de la institución educativa.

<b>A) GENERALIDADES</b>	Cód. Inst: _____	Fecha(dd/mm/aa)			
		Hora			

1. Nombre de la Institución Educativa					
2. Nombre de la tienda					
3. Dirección				4. Teléfono	
5. Estrato		6. Comuna		7. Barrio	
8. Carácter	a. Público		b. Privado		9. Número de estudiantes
10. Nivel Educativo	a. Preescolar		b. Primaria		c. Secundaria

### B) ALIMENTOS OFRECIDOS EN LA INSTITUCION. (Marque con una "x")

11. Alimentos ricos en sodio					
a. Sal de cocina				b. Embutidos en general	
c. Alimentos en salmuera				d. Caldos y sopas concentradas	
e. Aderezos comerciales				f. Alimentos congelados	
g. Alimentos enlatados				h. Edulcorantes artificiales a base de sodio	
i. Aguas minerales				j. Bebidas gaseosas dietéticas	
k. Productos de panadería				l. Verduras y hortalizas conservadas	
m. Zumos de fruta				n. Frutos secos salados	
12. Alimentos ricos en grasas saturadas			13. Alimentos ricos en grasas trans		
a. Carne grasa				a. Margarinas y mantequillas hidrogenadas	
b. Pollo con la piel				b. Hamburguesas, perros, pizzas	
c. Productos de leche entera				c. Alimentos fritos	
d. Margarinas duras				d. Postres	
e. Productos de panadería				e. Productos de panadería	
f. Aceites				f. Mecato	
g. Huevos				g. Preparaciones congeladas	
				h. Sopas enlatadas o guisos	
14. Frutas					
a. Manzanas		i. Uchuva		q. Maracuyá	
b. Papaya		j. Zapote		r. Lulo	
c. Papayuela		k. Fresas		s. Guanábana	
d. Piña		l. Mangos		t. Guayaba	

e. Naranja		m. Mandarinas		u. Melón	
f. Banano		n. Granadilla		v. Otras	
g. Pera		o. Mamoncillo			
h. Uva		p. Tomate de árbol			

**C) PUBLICIDAD DE ALIMENTOS EN LA INSTITUCION**

15. ¿Hay carteles pegados en la tienda o cerca de ella publicitando alimentos?	Sí		No	
16. Tipo de alimentos publicitados				
a. Dulces	b. Gaseosas	c. Snack	d. Helados	
e. Bebidas lácteas	f. Otros	¿Cuáles?:		
17. ¿Hay carteleras u otro tipo de información sobre alimentación saludable?	Sí		No	
18. ¿Hay disponibilidad de dispensadores de alimentos?	Sí		No	
19. Tipo de dispensador	a. Snacks	b. Helados	c. Otro	¿Cuál?:

**D) VENTAS CALLEJERAS**

20. Tipo de alimentos ofrecidos en las ventas callejeras				
a. Comidas rápidas	b. Alimentos fritos			
c. Fruta picada	d. Puestos de arepas de queso			
e. Dulces	f. Alimentos congelados			
g. Mecato	21. Número total de puestos			
22. ¿En la oferta hay ventas de frutas?	Sí		No	
a. Manzanas	i. Uchuva	q. Maracuyá		
b. Papaya	j. Zapote	r. Lulo		
c. Papayuela	k. Fresas	s. Guanábana		
d. Piña	l. Mangos	t. Guayaba		
e. Naranja	m. Mandarinas	u. Melón		
f. Banano	n. Granadilla	v. Otro		
g. Pera	o. Mamoncillo			
h. Uva	p. Tomate de árbol			
23. Identifica la venta de otros productos	Sí		No	
24. ¿Cuáles?:				

Observadores: \_\_\_\_\_

Digitado por: \_\_\_\_\_ Fecha digitación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Verificado: Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

# ANEXO D: Encuesta dirigida a estudiantes



Secretaría de Salud  
Alcaldía de Medellín

## Tiendas Escolares

### Encuesta dirigida a Estudiantes

**Objetivo:** Identificar el consumo de alimentos que los estudiantes realizan en las tiendas escolares y la forma en que la disponibilidad en la tienda influye en la selección y consumo por parte de los estudiantes.

Fecha(dd/mm/aa)			
Hora			

**A) GENERALIDADES** Cód Institución: \_\_\_\_\_

1. Nombre de la Institución Educativa							
2. Nombre de la tienda							
3. Dirección			4. Teléfono				
5. Estrato		6. Comuna		7. Barrio			
8. Carácter		a. Público		b. Privado		9. Número de estudiantes	

**B) DATOS DEL ESTUDIANTE**

10. Nombre del estudiante									
11. Género		Hombre		Mujer		12. Edad		13. Estrato	
14. Grado de escolaridad		4°	5°	6°	7°	8°	9°		
15. Barrio donde vive:									

**C) DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS**

16. ¿De dónde obtiene el refrigerio en el colegio? (marque con una "x")									
a. Restaurante escolar			b. Vaso de leche						
c. Tienda			d. Lonchera de la casa						
e. Lonchera contratada			f. Otras			¿Cuáles?:			
17. Señale tres alimentos de su preferencia en la tienda (marque con una "x")									
a. Frutas			b. Helados						
c. Fritos tradicionales			d. Fritos procesados						
e. Productos de panadería			f. Repostería						
g. Galletas			h. Cárnicos						
i. Comidas rápidas			j. Dulces						
k. Snacks			l. Almuerzos						
m. Otros		¿Cuáles?:							
18. Bebidas		a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos			
d. Jugos naturales		e. Agua		f. Otras bebidas					

19. ¿Le gustan las frutas en el refrigerio?		a. Sí		b. No	
20. Si seleccionó la respuesta 19a, señale porqué <b>Sí</b> . (marque con una "x")					
a. Por el precio		b. Por el sabor		c. Por su presentación	
d. Porque le gustan		e. Porque le parecen fáciles de comer		f. Porque sabe que son saludables	
g. Otros		¿Cuáles?:			
21. Si seleccionó la respuesta 19b, señale porqué <b>No</b> . (marque con una "x")					
a. Por el precio		b. Por el sabor		c. Por su presentación	
d. Porque le parecen difíciles de comer		e. Porque son malas para la salud			
f. Otros		¿Cuáles?:			
22. Cuáles son los tres alimentos que menos compra en la tienda? (marque con una "x")					
a. Frutas		b. Helados			
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados			
e. Productos de panadería		f. Repostería			
g. Galletas		h. Cárnicos			
i. Comidas rápidas		j. Dulces			
k. Snacks		l. Almuerzos			
m. Otros		¿Cuáles?:			
23. Bebidas	a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos
d. Jugos naturales		e. Jugos procesados		f. Agua	
24. ¿Por qué motivos son estos los alimentos que menos compra? (marque con una "x")					
a. Nutricionales		b. Son difíciles para comer		c. Son costosos	
d. Por el sabor		e. Otros		¿Cuáles?:	
25. ¿Cree usted que la oferta alimentaria en el momento es adecuada?					
		Sí		No	
26. ¿En qué aspecto?					
	a. Nutricional		b. Variedad de oferta		c. Costos
d. Apariencia de los alimentos		e. Otros		¿Cuáles?:	
27. ¿Cuáles son los tres alimentos o preparaciones que cree usted sería la mejor oferta en la tienda? (marque con una "x")					
a. Frutas		b. Helados			
c. Fritos tradicionales		d. Fritos procesados			
e. Productos de panadería		f. Repostería			
g. Galletas		h. Cárnicos			
i. Comidas rápidas		j. Dulces			
k. Snacks		l. Almuerzos			
m. Otros		¿Cuáles?:			
28. Bebidas	a. Gaseosas		b. Bebidas azucaradas		c. Productos lácteos
d. Jugos naturales		e. Jugos procesados		f. Agua	
29. La publicidad de alimentos influye en la elección que usted realiza en la tienda?					
		Sí		No	

30. Deja de comprar alimentos por comprar otros productos que no son alimentos?				Sí		No	
31. Compra alimentos en las ventas callejeras, por fuera de la institución educativa?				Sí		No	
32. Si respondió afirmativamente en la pregunta 31, señale por qué (marque con una "x")							
a. Sabor de los productos		b. Costo de los productos		c. Por costumbre o hábito			
d. Porque en la tienda institucional ya no hay ventas				e. Por facilidad de compra			
f. Otros		¿Cuáles?:					
33. Ha recibido capacitación sobre alimentos ó alimentación equilibrada y saludable?				Sí		No	
34. ¿Por parte de quién recibió la capacitación?							
35. ¿Qué aspectos son más importantes para usted a la hora de elegir los alimentos?							
a. Porque alimenta		b. Por saludable		c. Por el sabor			
d. Por la presentación		e. Otro		¿Cuál?:			
36. Consume leche y productos lácteos en los refrigerios				a. Sí		b. No	
37. Si seleccionó la respuesta 36a, señale porqué <b>Sí</b> (marque con una "x")							
a. Por su sabor		b. Porque son nutritivos		c. Porque son saludables			
d. Porque son más económicos que otros productos		e. Porque en la tienda escolar los venden		f. Por costumbre			
g. Otros		¿Cuáles?:					
38. Si seleccionó la respuesta 36b, señale porqué <b>No</b> (marque con una "x")							
a. Porque no le gusta		b. Porque son más caros que otros productos		c. Porque en la tienda escolar no los venden			
d. Otros		¿Cuáles?:					
39. ¿Cuáles son los dos productos lácteos que más le gustan? (marque con una "x")							
a. Leche		b. Quesos		c. Yogurt			
d. Kumis		e. Helados		f. Bebidas lácteas			

Encuestadores: \_\_\_\_\_

Digitado por: \_\_\_\_\_ Fecha digitación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Verificado: Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

## ANEXO E: Guión de entrevista a coordinadores

Secretaría de Salud	 Medellín un hogar para la vida	Proyecto: Tiendas Escolares
---------------------	--	-----------------------------

### Indagación con los coordinadores

**Objetivo:** Identificar las percepciones que tienen los rectores y coordinadores sobre el consumo alimentario de los escolares en las tiendas escolares.

1. Percepciones frente a la oferta de alimentos en la tienda
2. Percepciones frente a los alimentos que más les gustan de la tienda a los estudiantes
3. Percepciones frente a los alimentos que menos les gustan de la tienda a los estudiantes
4. Percepciones frente al consumo de frutas por parte de los estudiantes
5. Percepciones frente al consumo de fritos y alimentos empacados por parte de los estudiantes
6. Estrategias para mejorar la situación

## ANEXO F: Guión de entrevista a estudiantes

Secretaría de Salud	 Medellín un hogar para la vida	Proyecto: Tiendas Escolares
---------------------	---	-----------------------------

### **Investigación disponibilidad de alimentos en las tiendas escolares y consumo por parte de los escolares**

**Objetivo:** Identificar la dinámica entre la disponibilidad de alimentos en la tienda escolar y el consumo por parte de los estudiantes.

#### **TEMAS**

##### **SELECCIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS**

1. ¿Cómo obtienen los alimentos que consumen en los descansos?
2. ¿Les gustan los alimentos que venden en las tiendas escolares?
3. ¿Cuales alimentos son los preferidos de las tiendas escolares?
4. ¿Cuales alimentos son los rechazados de las tiendas escolares?
5. ¿Cuales alimentos les gustaría que vendieran en las tiendas escolares?
6. ¿Les gusta consumir frutas en la institución educativa-porque-cuales?
7. ¿Les gusta consumir lácteos en la institución educativa-porque-cuales?
8. ¿Les gusta los alimentos empaquetados-cuales-porque?
9. ¿Les gusta los alimentos fritos como las empanadas, los pasteles, los panzerotis-porque- cuál es su experiencia?
10. Concepción de alimentos saludables

##### **EDUCACIÓN Y PUBLICIDAD**

11. ¿En algún curso les han hablado sobre la importancia de la alimentación y sobre alimentación equilibrada y saludable En que curso, que tema, lo ponen en práctica?
12. ¿Cómo influye la publicidad de alimentos de la TV y la realizada en la tienda, en la elección y consumo de sus alimentos?

##### **VENTAS CALLEJERAS**

13. ¿Compran alimentos en las ventas callejeras? ¿Por qué?
14. ¿Qué alimento?
15. ¿Qué productos diferentes a alimentos compran en las ventas callejeras? ¿Por qué?

# ANEXO G: Consentimiento informado



Secretaría de Salud  
Alcaldía de Medellín

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### Investigación Disponibilidad y consumo de alimentos de las tiendas escolares

Les queremos agradecer que hayan aceptado nuestra visita a su institución para conversar con ustedes y con los estudiantes sobre el consumo de alimentos que les ofrece la tienda escolares durante la jornada de clase.

Debido a la prevalencia de sobre peso en niños/as y jóvenes, se está realizando un proceso investigativo en la ciudad de Medellín, en instituciones educativas privadas y oficiales, con la finalidad de proponer estrategias de prevención a dicha problemática.

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

1. Para efectos de un adecuado desarrollo investigativo se requiere de la aprobación firmada por parte de los representantes de la institución para el uso de cámaras fotográficas, grabadora de audio y el reporte escrito de las encuestas aplicadas a los niños y niñas integrantes del grupo de estudiantes, para dar cumplimiento a las diferentes técnicas de recolección de la información.
2. La información que se genere en este grupo quedará registrada y almacenarla para fines investigativos, no se utilizarán los nombres de los estudiantes si ustedes así lo requieren.
3. Es importante que sepan que en cualquier momento de la conversación pueden interrumpir y pedir que les aclaren las dudas que se les presente, no están obligados a participar durante todo el tiempo en que se apliquen las diferentes técnicas de recolección de la información.
4. Están de acuerdo con la forma como se realizará este ejercicio?

Nombre: \_\_\_\_\_

C.C: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

C.C: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

# ANEXO H: Base de datos de las instituciones educativas participantes en la investigación

INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 1											
PRIVADOS											
#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TELÉFONO SEDE
1	COL ADVENTISTA SIMON BOLIVAR	COL ADVENTISTA SIMON BOLIVAR	4	1	917	PRIVADO	No Oficial	Urbana	SEVILLA	CR 51D 71 105	2339853
2	COL AGUSTINIANO DE SAN NICOLAS	COL AGUSTINIANO DE SAN NICOLAS	4	1	918	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BERLIN	CR 48 99 13	5213750
3	COL COOP CACIQUE BITAGUI - SEDE SAN PABLO	COL COOP CACIQUE BITAGUI - SEDE SAN PABLO	1	1	914	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	SAN PABLO	CL 97 36 50	2363218
4	COL COOP CACIQUE BITAGUI - SEDE SANTA CRUZ	COL COOP CACIQUE BITAGUI - SEDE SANTA CRUZ	2	1	915	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	SANTA CRUZ	CL 99 48A 23	2590782
5	COL EMILIA RIQUELME	COL EMILIA RIQUELME	4	1	918	PRIVADO	No Oficial	Urbana	ARANJUEZ	CR 51B 91 19	2363097
6	COL GENTE UNIDA JOVENES POR LA PAZ - MORAVIA	COL GENTE UNIDA JOVENES POR LA PAZ - MORAVIA	4	1	918	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	MORAVIA	CR 58 85B 25	2634217
7	COL GIMNASIO GUAYACANES EL PLAYON - EN AD	COL GIMNASIO GUAYACANES EL PLAYON - EN AD	2	1	915	LICITACION	No Oficial	Urbana	EL PLAYON DE LA	CL 125 51D 12	4620705
8	COL MARIA REINA DEL CARMELO	COL MARIA REINA DEL CARMELO	3	1	916	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	LAS GRANJAS	CR 43A 85 104	2334175
9	COL NUESTRA SENORA DE LOURDES	COL NUESTRA SENORA DE LOURDES	4	1	917	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	BRASILIA	CL 82 50 88 30	2120728
10	INST VICARIAL JESUS MAESTRO	INST VICARIAL JESUS MAESTRO	3	1	916	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	LAS GRANJAS	CR 45 85 154	2337127
OFICIALES											
#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TELÉFONO SEDE
1	INST EDUC ALFONSO MORA NARANJO	SEC ESC SANTA MARIA GORETTI	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	MANRIQUE CENT	CL 67 48A 32	2334295
2	INST EDUC ALVERNIA	INST EDUC ALVERNIA	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	MIRANDA	CL 82C 50C 120	2333540
3	INST EDUC ASIA IGNACIANA	SEC ESC ASIA IGNACIANA	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	LA FRONTERA	CL 122 51B 30	4612580
4	INST EDUC CAMPO VALDES	INST EDUC CAMPO VALDES	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	CAMPO VALDES	CL 83 47 33	2118234
5	INST EDUC CIRO MENDIA	INST EDUC CIRO MENDIA	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	MOSCU N.1	CL 99 48 55	2364909
6	INST EDUC EL BOSQUE	INST EDUC EL BOSQUE	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	MORAVIA	CR 58 85B 081	5160365
7	INST EDUC FE Y ALEGRIA LUIS AMIGO	INST EDUC FE Y ALEGRIA LUIS AMIGO	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	MORAVIA	CR 58 84 40	2634812
8	INST EDUC FE Y ALEGRIA POPULAR NRC	INST EDUC FE Y ALEGRIA POPULAR NRO. 1	1	1	914	Oficial	Oficial	Urbana	POPULAR	CL 120 42BB 10	5286518
9	INST EDUC FEDERICO CARRASQUILLA	SEC ESC DIVINA PROVIDENCIA	1	1	914	Oficial	Oficial	Urbana	POPULAR	CL 108 43B 17	2584850
10	INST EDUC GABRIEL RESTREPO MORENO	INST EDUC GABRIEL RESTREPO MORENO	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	LAS GRANJAS	CR 39 85 59	2631645
11	INST EDUC GABRIEL RESTREPO MORENO	SEC ESC SANTA BERNARDITA	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	LAS GRANJAS	CR 40 85 20	2632428
12	INST EDUC GILBERTO ALZATE AVENDAÑO	SEC ESC SEGUROS BOLIVAR	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	BERMEJAL-LOS AN	CR 52 86 21	2637256
13	INST EDUC GILBERTO ALZATE AVENDAÑO	SEC SAN ISIDRO	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	PALERMO	CR 53 95 25	2592255
14	INST EDUC GUILLERMO GAVIERA CORREA	INST EDUC GUILLERMO GAVIERA CORREA	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	LAS GRANJAS	CR 36 85B 140	2639104
15	INST EDUC HERNAN TORO AGUDELO	INST EDUC HERNAN TORO AGUDELO	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	CAMPO VALDES	CR 44 79 24	2330104
16	INST EDUC JAVIERA LONDOÑO-SEVILLA	INST EDUC JAVIERA LONDOÑO-SEVILLA	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	SEVILLA	CL 71 51D 27	2116666
17	INST EDUC JOSE ANTONIO GALAN	INST EDUC JOSE ANTONIO GALAN	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	LA SALLE	CR 44A 93 87	2143010
18	INST EDUC JOSE MARIA BRAVO MARQUEZ	SEC ESC PORFIRIO BARBA JACOB	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	MANRIQUE CENT	CR 47 74 32	2636085
19	INST EDUC JOSE ROBERTO VA SOQUEZ	SEC ESC JOSE MANUEL MORA VA SOQUEZ	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	EL POMAR	CR 42A 75 9	2334402
20	INST EDUC JUAN DE DIOS COCK	INST EDUC JUAN DE DIOS COCK	4	1	917	Oficial	Oficial	Urbana	LAS ESMERALDA	CL 88 45 70	2118268
21	INST EDUC LORENZA VILLEGAS DE SANTOS	INST EDUC LORENZA VILLEGAS DE SANTOS	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	ARANJUEZ	CR 51 87 040	2117446
22	INST EDUC MANUEL URIBE ANGEL	SEC ESC GERARDO DAVID GIRALDO	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	LA FRANCIA	CR 49C 108 70	5213916
23	INST EDUC MANUELA BELTRAN	SEC ESC SAN JOSE	3	1	916	Oficial	Oficial	Urbana	VERSALLES N.1	CL 71 33 18	2841206
24	INST EDUC MONSEÑOR FRANCISCO CRISTOBAL TORO	INST EDUC MONSEÑOR FRANCISCO CRISTOBAL TORO	4	1	918	Oficial	Oficial	Urbana	ARANJUEZ	CR 50D 90 50	2365286
25	INST EDUC PABLO NERUDA	INST EDUC PABLO NERUDA	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	LA ROSA	CL 97A 50AA 50	2142284
26	INST EDUC REPUBLICA DE HONDURAS	SEC ESC MUNICIPAL LA ROSA	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	SANAT CRUZ	CR 52 99 24	5214683
27	INST EDUC REPUBLICA DE HONDURAS	INST EDUC REPUBLICA DE HONDURAS	2	1	915	Oficial	Oficial	Urbana	LA ROSA	CR 50B 97A 30	2360743

28	INST EDUC SAN AGUSTIN	INST EDUC SAN AGUSTIN	4	1	918	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	ARANJUEZ	CL 88A 51B 92	2630607
29	INST EDUC SAN PABLO	SEC ESC MARCO FIDEL SUAREZ	1	1	914	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	MOSCUN.2	CL 99B 37 18	2586525
30	INST EDUC VILLA DEL SOCORRO	SEC ESC FIDEL A. SILDARRIAGA	2	1	915	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA DEL SOCORRO	CR 48 103B 07	2368687
31	INST EDUC GUADALUPE	INST EDUC GUADALUPE	1	1	914	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA GUADALUPE	CR 42B 95A 23	5211353
32	INST EDUC FRANCISCO MIRANDA	INST EDUC FRANCISCO MIRANDA	4	1	917	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	MIRANDA	CR 51 C 79 56	2335808

**INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 2**

**PRIVADOS**

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	COL SANTA MARIA DE LA PAZ	COL SANTA MARIA DE LA PAZ	7	2	922	PRIVADO	No Oficial	Urbana	CÉRDoba	CL 81 71 06	4452200
2	COL BARBARA MICARELLI	COL BARBARA MICARELLI	7	2	922	PRIVADO	No Oficial	Urbana	ALTAMIRA	DG 80 78B 49	2570764
3	COL PANAMERICANO COLOMBO SUECO	COL PANAMERICANO COLOMBO SUECO	7	2	922	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL DIAMANTE	CL 83 78 30	4420606
4	COL PARROQUIAL SAN JUDAS TADEO	COL PARROQUIAL SAN JUDAS TADEO	5	2	920	PRIVADO	No Oficial	Urbana	CASTILLA	CL 98 68 51	4711232
5	COL SAN JUAN EUDES	COL SAN JUAN EUDES	7	2	922	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	BOSQUES DE SAN	CL 78 79B 36	2345349
6	COL SANTA BERTILLA BOSCARDIN	COL SANTA BERTILLA BOSCARDIN	7	2	922	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOSQUES DE SAN	CL 78B 75 182	2345057
7	COLEGIO MADRID CAMPESTRE	COLEGIO MADRID CAMPESTRE	7	2	923	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL PESEBRE	CR 80 A 59 B 31	2643152
8	ESC JOSE GREGORIO HERNANDEZ	ESC JOSE GREGORIO HERNANDEZ	5	2	919	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LAS BRISAS	CR 65 113 120	4626863
9	GIMN GUAYACANES	GIMN GUAYACANES	7	2	922	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	VILLA FLORA	CL 77B 82 70	2341111
10	INST CORFERRINI - SEDE ROBLEDO	INST CORFERRINI - SEDE ROBLEDO	7	2	923	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	ROBLEDO	CR 86 64A 38	4219473

**OFICIALES**

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	INST EDUC ALFONSO LOPEZ	INST EDUC ALFONSO LOPEZ	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	ALFONSO LÓPEZ	CR 71C 89 A50	2573944
2	INST EDUC BARRIO SANTA MARGARITA	SEC ESC SANTA MARGARITA	7	2	923	Oficial	Oficial	Urbana	SANTA MARGARITA	CR 105B 62 68	4271134
3	INST EDUC BARRIO SANTANDER	INST EDUC BARRIO SANTANDER	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	SANTANDER	CR 78 104F 78	4719980
4	INST EDUC BELLO HORIZONTE	INST EDUC BELLO HORIZONTE	7	2	922	Oficial	Oficial	Urbana	BELLO HORIZONTE	CR 86 77B 53	2346584
5	INST EDUC CASO	SEC ESC CONTRANAL	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	BELLO HORIZONTE	CL 100 74A 25	2379168
6	INST EDUC DINAMARCA	INST EDUC DINAMARCA	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	ALFONSO LÓPEZ	CL 91 65 119	2573923
7	INST EDUC DOCE DE OCTUBRE	INST EDUC DOCE DE OCTUBRE	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	SANTANDER	CR 77B 103 05	4777998
8	INST EDUC FE Y ALEGRIA AURES	INST EDUC FE Y ALEGRIA AURES	7	2	922	Oficial	Oficial	Urbana	AURES N.2	CR 95 89 73	2575489
9	INST EDUC GERARDO VALENCIA CANO	SEC ESC LA PORTADA	7	2	923	Oficial	Oficial	Urbana	AURES N.2	CL 80C 88A 37	2570719
10	INST EDUC GERARDO VALENCIA CANO	INST EDUC GERARDO VALENCIA CANO	7	2	923	Oficial	Oficial	Urbana	SAN GERMAN	CL 65 74B 273	4363599
11	INST EDUC JORGE ROBLEDO	INST EDUC JORGE ROBLEDO	7	2	923	Oficial	Oficial	Urbana	ROBLEDO	CL 65 87 74	2345223
12	INST EDUC JOSE ASUNCION SILVA	INST EDUC JOSE ASUNCION SILVA	5	2	919	Oficial	Oficial	Urbana	LAS BRISAS	CL 118 64CC 69	4616056
13	INST EDUC JULIO CESAR GARCIA	INST EDUC JULIO CESAR GARCIA	5	2	919	Oficial	Oficial	Urbana	BOYACA	CL 111A 65 26	2730139
14	INST EDUC KENNEDY	SEC ESC MINERVA	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	PICACHO	CL 94 79A 20	2576764
15	INST EDUC LA ESPERANZA	SEC ESC SAN FRANCISCO DE PAULA	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	LA ESPERANZA	CR 74B 93 58	2370213
16	INST EDUC LUIS LOPEZ DE MESA	INST EDUC LUIS LOPEZ DE MESA	7	2	922	Oficial	Oficial	Urbana	LOPEZ DE MESA	CL 84 74 60	4417456
17	INST EDUC MAESTRO FERNANDO BOTERO	INST EDUC MAESTRO FERNANDO BOTERO	6	2	921	Oficial	Oficial	Urbana	PEDEGAL	CL 104 72A 80	2371235
18	INST EDUC MAESTRO PEDRO NEL GOMEZ	INST EDUC MAESTRO PEDRO NEL GOMEZ	5	2	919	Oficial	Oficial	Urbana	FLORENCIA	CL 118 70 43	2730323
19	INST EDUC MARIA MONTESSORI	INST EDUC MARIA MONTESSORI	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	FRANCISCO ANTONIO	CR 69A 92C 87	4712416
20	INST EDUC MARISCAL ROBLEDO	INST EDUC MARISCAL ROBLEDO	7	2	923	Oficial	Oficial	Urbana	ROBLEDO	CL 65 84 87	2340009
21	INST EDUC PABLO ANTONIO JOSE BERNAL	INST EDUC PABLO ANTONIO JOSE BERNAL LONDO	5	2	919	Oficial	Oficial	Urbana	HECTOR ABAD G	CL 105A 63A 200	4641111
22	INST EDUC PEDRO CLAVER AGUIRRE	INST EDUC PEDRO CLAVER AGUIRRE	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	CASTILLA	CR 67 95 118	4743418

23	INST EDUC REPUBLICA DE URUGUAY	INST EDUC REPUBLICA DE URUGUAY	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	ALFONSO LÓPEZ	CL 91A 70A 123	2574945
24	INST EDUC RICARDO URIBE ESCOBAR	INST EDUC RICARDO URIBE ESCOBAR	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	CARIBE	CR 64 B 75A 49	2570276
25	INST EDUC TRICENTENARIO SEC ESC TRICENTENARIO	SEC ESC TRICENTENARIO	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	TRICENTENARIO	CR 63A 94A 23	2671734
26	INST EDUC TRICENTENARIO	INST EDUC TRICENTENARIO	5	2	920	Oficial	Oficial	Urbana	TRICENTENARIO	CR 63A 94A 629	4713883
27	INST EDUC DIEGO ECHAVARRIA MISAS	SEC ESC EDUARDO URIBE BOTERO	5	2	919	Oficial	Oficial	Urbana	TEIJO	CR 74 112 30	2730531

**INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 3**

**PRIVADOS**

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	COL ALFRED BINET	COL ALFRED BINET	9	3	925	PRIVADO	No Oficial	Urbana	MIRAFLORES	CL 49 26 31	2697920
2	COL EMPRESARIAL EDUCATIVO - CEMPED	COL EMPRESARIAL EDUCATIVO - CEMPED	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOSTON	CL 49 41 26	2173444
3	COL EUCARISTICO DE LA MILAGROSA	COL EUCARISTICO DE LA MILAGROSA	9	3	926	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	LA MILAGROSA	CR 28 42 62	2692151
4	COL EXTERNADO PATRIA - SEDE CENTRO	COL EXTERNADO PATRIA - SEDE CENTRO	10	3	927	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	BOSTON	CR 43 49 20	2396943
5	COL FRAY RAFAEL DE LA SERNA	COL FRAY RAFAEL DE LA SERNA	10	3	927	PRIVADO	No Oficial	Urbana	SAN BENITO	CR 56A 52A 55	5115973
6	COL LA ANUNCIACION	COL LA ANUNCIACION	9	3	926	PRIVADO	No Oficial	Urbana	CATALUÑA	CR 21 40 114	2692564
7	COL LA PASTORA- EN ADMINISTRACION	COL LA PASTORA- EN ADMINISTRACION (AC)	9	3	925	LICITACION	No Oficial	Urbana	BOMBONA N.1	CL 45 10A 30	2219330
8	COL MILIT GENERAL PEDRO NEL OSPINA	COL MILIT GENERAL PEDRO NEL OSPINA	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOSTON	CL 51 41 175	2392909
9	COL MILIT JOSE MARIA CORDOBA	COL MILIT JOSE MARIA CORDOBA	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOMBONA N. 1	CL 49 40 63	2177948
10	COL NUESTRA SENORA DEL SAGRADO	COL NUESTRA SENORA DEL SAGRADO CORAZON	9	3	926	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BUENOS AIRES	CR 35 48A 63	2174246
11	COL NUEVO CERVANTES CONOCER	COL NUEVO CERVANTES CONOCER	10	3	928	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	GUAYAQUIL	Cr 45 55 3	2934242
12	COL SALESIANO EL SUFRAGIO	COL SALESIANO EL SUFRAGIO	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOSTON	CR 39 54 31	2174143
13	COL SANTA MARIA MAZZARELLO	COL SANTA MARIA MAZZARELLO	9	3	926	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BUENOS AIRES	CR 33 48 63	2390419
14	INST ANTIOQUIA	INST ANTIOQUIA	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOMBONA N. 1	CL 49 39 85	2162174
15	INST EDUC BETHESDA	INST EDUC BETHESDA	10	3	927	PRIVADO	No Oficial	Urbana	ESTACION VILLA	CL 56 54 26	5132029
16	INST EDUC PRADOS VERDES	INST EDUC PRADOS VERDES	10	3	927	PRIVADO	No Oficial	Urbana	SAN MIGUEL	CL 60 . 45D 26	2542753
17	INST METROPOLITANO DE EDUC IME	INST METROPOLITANO DE EDUC IME	10	3	926	PRIVADO	No Oficial	Urbana	VILLA NUEVA	Cr. 50 57 69	5124440
18	INST TOMAS CARRASQUILLA	INST TOMAS CARRASQUILLA	9	3	926	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	EL SALVADOR	CR 38 42 41	2171347
19	POLITECNICO MAYOR ANTES STUDIO S	POLITECNICO MAYOR ANTES STUDIO SISTEMAS A	10	3	928	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOSTON	CL 55 42 38	2393442

**OFICIALES**

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	INST EDUC ANA DE CASTRILLON	INST EDUC ANA DE CASTRILLON	10	3	928	Oficial	Oficial	Urbana	LAS PALMAS	CR 38C 398 86	2178032
2	INST EDUC ALFONSO LOPEZ PUMAREK	SEC ESC JULIA AGUDELO	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	ENGISO	CL 58 28 58	2841315
3	INST EDUC ASAMBLEA DEPARTAMENTAL	INST EDUC ASAMBLEA DEPARTAMENTAL	9	3	925	Oficial	Oficial	Urbana	MIRAFLORES	CR 27 47 45	2699679
4	INST EDUC CARACAS	SEC ESC BEATO HERMANO SALOMON	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	SUCRE	CL 53 27A 50	2695371
5	INST EDUC FEDERICO OZANAM	INST EDUC FEDERICO OZANAM	9	3	926	Oficial	Oficial	Urbana	BUENOS AIRES	CL 47 35 19	2390358
6	INST EDUC FELIX HENAO BOTERO	INST EDUC FELIX HENAO BOTERO	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	EL PINAL	CL 52 23 51	2260203
7	INST EDUC GABRIEL GARCIA MARQUEZ	INST EDUC GABRIEL GARCIA MARQUEZ	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA LILLIAM	CR 8A 57A 93	2260583
8	INST EDUC GONZALO RESTREPO JARAN	SEC ESC JUAN CANCIO RESTREPO	9	3	925	Oficial	Oficial	Urbana	LA MILAGROSA	CL 45 31 63	2391959
9	INST EDUC HECTOR ABAD GOMEZ	INST EDUC HECTOR ABAD GOMEZ	10	3	928	Oficial	Oficial	Urbana	BOSTON	CL 50 39 65	2161258
10	INST EDUC JAVIERA LONDOÑO	INST EDUC JAVIERA LONDOÑO	10	3	928	Oficial	Oficial	Urbana	BOSTON	CL 53 40 65	2396363
11	INST EDUC JAVIERA LONDOÑO	SEC ESC LUIS ALFONSO AGUDELO	10	3	928	Oficial	Oficial	Urbana	SAN DIEGO	CR 43A 38 20	2320633
12	INST EDUC JOSE CELESTINO MUTIS	INST EDUC JOSE CELESTINO MUTIS	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	LA IVANSIÓN	CL 65 45 15	2540988
13	INST EDUC JUAN DE DIOS CARVAJAL	INST EDUC JUAN DE DIOS CARVAJAL	8	3	924	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA HERMOSA	CL 65AA 36 39	2840808

14	INST EDUC JUAN DE LA CRUZ POSADA	SEC ESC FRANCISCO ANTONIO URIBE	8	3	924	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA HERMOSA	CL.66 39 75	2545366
15	INST EDUC LA MILAGROSA	INST EDUC LA MILAGROSA	9	3	926	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	LA MILAGROSA	CR 29 41 14	2699965
16	INST EDUC LUIS CARLOS GALAN SARMI	INST EDUC LUIS CARLOS GALAN SARMIENTO	8	3	924	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	LOS MANGOS	CR 24B 57EE 45	2848292
17	INST EDUC MADRE LAURA	INST EDUC MADRE LAURA	9	3	926	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	CATALUÑA	CL.45 22A 81	2690627
18	INST EDUC MANUEL JOSE CAYZEDO	SEC LIC LEON DE GREIFF	9	3	926	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	BARRIO CAYCED	CR 30 50 16	2697302
19	INST EDUC MERCEDITAS GOMEZ MART	INST EDUC MERCEDITAS GOMEZ MARTINEZ	9	3	926	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	BOMBONA N.2	CL.45 18 03	2269592
20	INST EDUC MERCEDITAS GOMEZ MART	SEC ESC NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO	9	3	926	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	BOMBONA N.3	CL.43E 9D 51	2212665
21	INST EDUC SAN FRANCISCO DE ASIS	INST EDUC SAN FRANCISCO DE ASIS	8	3	924	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	VILLA TIVA	CL.56 16 18	2690520
22	INST EDUC TULLIO OSPINA	INST EDUC TULLIO OSPINA	10	3	927	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	JESUS NAZARENI	CL.60 51 48	5123594
23	INST EDUC ARZOBISPO TULLIO BOTERO	INST EDUC ARZOBISPO TULLIO BOTERO SALAZAR	9	3	925	Oficial	Oficial	Oficial	Urbana	BARRIOS DE JESÚ	CL.49A.03A.006	2267300

**INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 4**

PRIVADOS

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	ZONA_ NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	CENT EDUC COPARTICIPATIVO DEL APRENDIZAJE	CENT EDUC COPARTICIPATIVO DEL APRENDIZAJE	11	4	929	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOLIVARIANA	CQ.1A 72 20	4124733
2	COL CALASANZ	COL CALASANZ	13	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LOS ALCAZARES	CR 82 48A 120	2642055
3	COL CORAZONISTA	COL CORAZONISTA	12	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA CASTELLANA	CR 84 34 36	4129988
4	COL DE LA UNIV PONTIFICIA BOLIVARI	COL DE LA UNIV POTIFICIA BOLIVARIANA	11	4	929	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BOLIVARIANA	CQ.1A 70 01	3544501
5	COL SANTA TERESITA	COL SANTA TERESITA	12	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL DANUBIO	CL.44 90A 22	2537667
6	COL TERESIANO NSTRA SRA DE LA CANDELARIA	COL TERESIANO NSTRA SRA DE LA CANDELARIA	12	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	SANTA LUCIA	C 47F 89A 134	4220210
7	INST COLOMBO VENEZOLANO	INST COLOMBO VENEZOLANO	12	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA CASTELLANA	CR 84 33AA 1	2509648
8	INST JORGE ROBLEDO	INST JORGE ROBLEDO	11	4	929	PRIVADO	No Oficial	Urbana	CARLOS E. RESTREPO	CL.51 65 72	2606009
9	LIC SALAZAR Y HERRERA	LIC SALAZAR Y HERRERA	12	4	930	PRIVADO	No Oficial	Urbana	BARRIO CRISTOF	CL.42C 86 17	2526000

OFICIALES

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	ZONA_ NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	INST EDUC AMERICA	SEC ESC EL CORAZON	13	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	CORAZON	CL 34B 116D 25	2535611
2	INST EDUC CARLOS VIECO ORTIZ	SEC ESC MUNICIPAL SAN JAVIER	13	4	931	Oficial	Oficial	Urbana	VEINTE DE JULIO	CR 108 39D 07	2533170
3	INST EDUC CONCEJO DE MEDELLIN	INST EDUC CONCEJO DE MEDELLIN	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	LA FLORESTA	CR 82 47A 65	4119115
4	INST EDUC FRANCISCO ANTONIO ZEA	SEC ESC PEDRO DE CASTRO	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	BARRIO CRISTOF	CL.40 86A 101	2538107
5	INST EDUC LA INDEPENDENCIA	SEC ESC AMOR AL NIÑO	13	4	931	Oficial	Oficial	Urbana	NUEVOS CONQU	CR 115 398D 06	4921988
6	INST EDUC LA PIEDAD	INST EDUC LA PIEDAD	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	FERRINI	CR 81 54 71	2347999
7	INST EDUC LOLA GONZALEZ	SEC ESC SANTA LUCIA	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	SANTA LUCIA	CR 89A 47DD 71	2341289
8	INST EDUC LUCRECIO JARAMILLO VELEZ	SEC ESC AGRUPACION COLOMBIA	11	4	929	Oficial	Oficial	Urbana	EL VELODROMO	CL.44A 75 68	4119222
9	INST EDUC MARCO FIDEL SUAREZ	INST EDUC MARCO FIDEL SUAREZ	11	4	929	Oficial	Oficial	Urbana	SARAMERICANA	CR 70 49 70	2301435
10	INST EDUC MATER DEI	INST EDUC MATER DEI	11	4	929	Oficial	Oficial	Urbana	SAN JOAQUIN	CR 68 42 70	2303925
11	INST EDUC RAFAEL URIBE URIBE	INST EDUC RAFAEL URIBE URIBE	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	LA AMERICA	CR 82 42C 58	2508252
12	INST EDUC SAMUEL BARRIENTOS RESTREPO	SEC ESC MONSEÑOR PERDOMO	13	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	SAN JAVIER N.1	CL.44 97 14	2529888
13	INST EDUC SAMUEL BARRIENTOS RESTREPO	INST EDUC SAMUEL BARRIENTOS RESTREPO	12	4	930	Oficial	Oficial	Urbana	CAMPO ALEGRE	CL.44 94 119	2530779

**INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 5**

PRIVADOS

#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	ZONA_ NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TÉLEFONO SEDE
1	COL DE LA COMPANIA DE MARIA	COL DE LA COMPANIA DE MARIA	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL CASTILLO	CL 9 SUR 37 345	3211166

2	COL GIMN LOS PINARES	COL GIMN LOS PINARES	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL CASTILLO	CR 35 9 SUR 160	2686034
3	COL LATINO	COL LATINO	14	5	932	CONTRATACION DIRECTA	No Oficial	Urbana	EL POBLADO	KILOMETRO 8 VIA LAS P	3114489
4	COL MADRE ANTONIA CERINI	COL MADRE ANTONIA CERINI	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA FLORIDA	CR 32C 7A 60	3118176
5	COL MARYMOUNT	COL MARYMOUNT	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL TESORO	CL 7 25 64	2661555
6	COL SAN JOSE DE LAS VEGAS	COL SAN JOSE DE LAS VEGAS	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA AGUACATALA	CR 48 75 52	3215168
7	COL SANTA MARIA DEL ROSARIO	COL SANTA MARIA DEL ROSARIO	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LOS BALSAOS N. 1	CL 7B SUR 29C 100	2663825
8	GIMN LOS CEDROS	GIMN LOS CEDROS	14	5	932	PRIVADO	No Oficial	Urbana	EL TESORO	CR 25 6 105 TRASVERSA	2669966
OFICIALES											
#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TELÉFONO SEDE
1	INST EDUC INEM JOSE FELIX DE RESTRE	SEC ESC GUILLERMO ECHAVARRIA MISAS	14	5	932	Oficial	Oficial	Urbana	ASTORGA	CR 43B 9 61	3112578
INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y COLEGIOS ZONA 6											
PRIVADOS											
#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TELÉFONO SEDE
1	COL DE LA INMACULADA	COL DE LA INMACULADA	16	6	935	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LAS PLAYAS	CR 76 12 57	3412283
2	COL NUESTRA SENORA	COL NUESTRA SENORA	16	6	935	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LOMA DE LOS BE	CL 15 80 152	3414126
3	COL SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA	COL SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA	15	6	933	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA COLINA	CL 9B SUR 52B 40	2853041
4	INST SAN CARLOS	INST SAN CARLOS	16	6	935	PRIVADO	No Oficial	Urbana	LA GLORIA	DG 79 15 124	3423400
5	COL PESTALOZZI	COL PESTALOZZI	16	6	935	PRIVADO	No Oficial	Urbana	SAN BERNARDO	CR 75 20 41	2381860
OFICIALES											
#	NOMBRE IE	NOMBRE SEDE	COMUNA	ZONA_ MED	NUCLEO	PRESTACION DEL SERVICIO	SECTOR	ZONA	BARRIO	DIRECCION	TELÉFONO SEDE
1	INST EDUC BENJAMIN HERRERA	INST EDUC BENJAMIN HERRERA	15	6	933	Oficial	Oficial	Urbana	TRINIDAD	CL 25 52 140	2653004
2	INST EDUC FATIMA NUTIBARA	INST EDUC FATIMA NUTIBARA	16	6	934	Oficial	Oficial	Urbana	FATIMA	CR 65A 32 8120	2354351
3	INST EDUC FATIMA NUTIBARA SEC SOF	SEC SOFIA OSPINA DE NAVARRO	16	6	934	Oficial	Oficial	Urbana	FATIMA	CL 32 65 20	2655463
4	INST EDUC HORACIO MUÑOZ SUESCUN	SEC ESC SAN PABLO	16	6	934	Oficial	Oficial	Rural	LAS VIOLETAS	CR 102 31B 29	2564182
5	INST EDUC JOSE ACEVEDO Y GOMEZ	SEC ESC LA COLINA	15	6	933	Oficial	Oficial	Urbana	LA COLINA	CR 52C 12A Sur 23	2550356
6	INST EDUC JOSE ACEVEDO Y GOMEZ	SEC ESC REPUBLICA DE COSTA RICA	15	6	933	Oficial	Oficial	Urbana	LA COLINA	CR 52 7 Sur 23	2852538
7	INST EDUC JOSE ACEVEDO Y GOMEZ	INST EDUC JOSE ACEVEDO Y GOMEZ	15	6	933	Oficial	Oficial	Urbana	LA COLINA	CL 85UR 52C 72	3612145
8	INST EDUC JOSE MARIA BERNAL	INST EDUC JOSE MARIA BERNAL	16	6	935	Oficial	Oficial	Urbana	LAS PLAYAS	CR 70A 13A 19	3432086
9	INST EDUC JUAN MARIA CESPEDES	INST EDUC JUAN MARIA CESPEDES	16	6	934	Oficial	Oficial	Urbana	EL NOGAL-LOS A	CL 32B 76A 48	2569086
10	INST EDUC RAMON GIRALDO CEBALLOS	INST EDUC RAMON GIRALDO CEBALLOS	16	6	934	Oficial	Oficial	Urbana	LA PALAMA	CL 21 82A 56	2384352
11	INST EDUC SAN ROBERTO BELARMINO	INST EDUC SAN ROBERTO BELARMINO	16	6	934	Oficial	Oficial	Urbana	LAS MERCEDES	CL 32 B 83 39	2562097
12	INST EDUC YERMO Y PARRIS	SEC ESC CARLOS FRANCO	16	6	935	Oficial	Oficial	Urbana		CR 77 25 67	3433208

## **Diseño y ejecución de la base de datos**

**Sandra Milena Merchán Grajales**

Profesional en Gerencia Sistemas de Información en Salud

## **Estudiantes en formación**

John Edison Velásquez Vargas- Daniela Varela Álvarez - María Camila Correa Madrid - Laura Cristina Rodríguez Maya

## **Encuestadores**

Eliana María Muñoz Torres - Daniela Cardona Sánchez - Katherine López Londoño - Natalia Correa Guzmán - Keren Milena Cano Pulgarín - Andrea Henao Rendón - Nazly Juliana Montegro Gómez - Liliana Gaviria Salinas - Julián Zuluaga Rodríguez - John Edison Velásquez Vargas- Daniela Varela Álvarez - María Camila Correa Madrid - Laura Cristina Rodríguez Maya - Melisa Cano Vélez - Andrés Felipe Rodayo Montoya - Sindy Yulieth Jaramillo Gómez - Daniel Felipe Echeverri Londoño - Diana Cárdenas Sánchez - Eliana Londoño Cano - Mónica Alejandra Hincapié Castro

## **Digitadores**

Katherine López Londoño - Natalia Correa Guzmán - John Edison Velásquez Vargas

## **Auxiliar de investigación**

Yadira Isabel Obando Rincón

