

Colaciones habituales consumidas por niños de instituciones educativas estatales: Motivaciones para su elección

Snacks habitual consumed by children from public educational institutions: Motivations for their selection

Recibido: 23/07/2015

Revisado: 27/08/2015

Aceptado: 16/09/2015

Carmen Rosa Girón Natividad¹, Luis E. Gonzáles Chung¹ y María J. Quichíz Oyola²

RESUMEN

Objetivo: Conocer las preferencias de compra de alimentos en el kiosco en escolares de dos instituciones educativas estatales de Hualmay, Huacho. **Materiales y métodos:** Se encuestaron a 137 niños entre el 4° a 6° grado del nivel primario, entre 8 a 15 años de edad, 71 (51,8%) de sexo femenino, sobre los alimentos que llevaban de colación, los que compraban con su dinero y las motivaciones para la compra de alimentos. Los datos fueron analizados en forma descriptiva. **Resultados:** El 64,3% de los estudiantes disponía de dinero para comprar alimentos y lo que compraban habitualmente eran comidas preparadas (en mini platos) (34,3%), sándwich (24,8%), productos envasados salados (21,9%) y productos envasados dulces (19,7%). El 14,6% compraba fruta. Los niños señalaron como motivaciones para comer alimentos no saludables: son ricos (83%), son baratos (7%), y los venden en el kiosco (6%). **Conclusión:** Es necesario aumentar la oferta y generar estrategias educativas que motiven a los niños y a los que ofertan alimentos en los kioscos a preferir alimentos saludables dentro de las instituciones educativas estatales.

Palabras clave: Escolares; colaciones, kiosco escolar, motivaciones, compra de alimentos.

ABSTRACT

Objective: To know the buying preferences of food in the kiosk at school two State Educational Institutions Hualmay, Huacho. **Materials and methods:** 137 children were surveyed between 4th to 6th grade of primary school, between 8-15 years of age, 71 (51.8%) were female, on foods bearing collation, which They bought with his money and motivations for buying food. Data were analyzed descriptively. **Results:** 64.3% of students had money to buy food and what they bought were usually prepared foods (mini dishes) (34.3%), sandwich (24.8%), salty packaged products (21, 9%) and sweet packaged goods (19.7%). 14.6% bought fruit. Children identified as motivations for eating unhealthy foods: they are rich (83%), are cheap (7%), and sold at the kiosk (6%). **Conclusion:** The need to increase supply and create educational strategies that encourage children and that offer food kiosks to prefer healthy food within the state educational institutions.

Keywords: School; collations school kiosk, motivations, buying food.

INTRODUCCIÓN

La actual situación epidemiológica del mundo y la de nuestro país, refleja que el sobrepeso y la obesidad es considerada uno de los principales problemas de salud pública, a pesar que aún existe alta prevalencia de desnutrición en países, principalmente del África, algunos países en desarrollo y del Asia (FAO, 2014).

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2010), el sobrepeso y la obesidad infantil constituyen uno de los principales problemas de salud pública del siglo XXI. Tanto es así, que se calcula que la obesidad infantil se ha casi triplicado en los últimos 30 años.

La prevalencia estimada de sobrepeso y obesidad en niños de América Latina en edad pre-escolar (menores de 5 años) es de 7,1%. En escolares (5 a 11 años) es del 18,9% al 36,9% y en adolescentes (12 a 19 años) es del 16,6% al 35,8%. Del 20% al 25% del total de la población de niños y adolescentes de América Latina tiene sobrepeso y obesidad. Es decir, 1 de cada 4 niños y adolescentes de América Latina (OMS, 2010)

En el Perú, la transición nutricional expresada como la correlación positiva entre el incremento del Producto Bruto Interno per cápita del porcentaje de urbanidad y del suministro energético alimentario con el incremento de sobrepeso en el niño y obesidad en mujeres (INEI, 2007), le ha conducido a lograr la meta internacional en lucha contra el hambre fijada para el 2015, encontrándose entre los 38 países que lograron esta meta (La República, 2013). Así mismo, ha contribuido a un aumento de la prevalencia del exceso de peso en niños, adolescentes y adultos (Flegal et al, 2007, Tarqui-Mamani y col, 2013), duplicándose en el ámbito urbano que en el rural, siendo mayor la prevalencia de exceso de peso en el grupo de niños no pobres que en los pobres y pobres extremos, Lanata, citado por Aquino-Vivanco (Aquino-Vivanco y col, 2013), incrementando el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas como la diabetes, la hipertensión arterial, las enfermedades cardiovasculares, etc., aumentando subsecuentemente la carga de enfermedad (Mispireta, 2007). Algunas de las características de esta transición nutricional es la adopción de dietas con alto contenido de grasas saturadas, azúcares, hidratos de carbono, y bajas en grasas poliinsaturadas y fibras así como la poca actividad física, al que se adiciona la mayor disponibilidad de alimentos a bajos costo que ha permitido que la población pueda acceder a alimentos con alto contenido energético (Barria y col. 2006), que caracteriza, la selección de alimentos principalmente de niños y adolescentes, así en Chile (Bustos y col, 2010; Olivares et al, 2004), Argentina (Kruger y Whitacre, 2009), Perú (Rojas,

¹ Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Email:cgiron@unjfsc.edu.pe

² Instituto Educativo Estatal N°420983 Julio C. Tello.

2010) y México (Valdez, 2003), se ha observado que tanto niños como niñas seleccionan alimentos no saludables como golosinas, bebidas y snacks promocionados a través de campañas publicitarias.

La FAO y la OMS, considerando que los factores de riesgo de las enfermedades crónicas del adulto se inician en etapas tempranas de la vida, han hecho un llamado a efectuar acciones de prevención en la niñez y juventud, tendientes a fomentar hábitos de vida saludables y han destacado especialmente el rol que juegan las escuelas, identificándolas como centros ideales de promoción de la salud comunitaria (Aquino-Vivanco y col, 2013). En el marco de estas consideraciones, el Perú ha promulgado la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños y niñas y adolescente (Poder Legislativo, 2013).

Con el fin de obtener información para mejorar la educación alimentaria y nutricional en el sistema escolar, el objetivo de la presente investigación fue mostrar las preferencias alimentarias manifestadas por los niños al comprar la colación en el kiosco de la institución educativa estatal en el año 2014.

MATERIALES Y MÉTODO

Este es un estudio descriptivo de corte transversal, realizado en dos instituciones educativas estatales, Domingo Mandamiento Sipán y Julio C. Tello, seleccionados por presentar similares características socioeconómicas, por tener un kiosco con similar variedad de alimentos, por no disponer de venta de alimentos en la puerta del colegio y por estar ubicadas en el distrito de Hualmay, Huacho.

Se incorporó a todos los niños que no participaban en algún programa de control y/o prevención de la obesidad en un centro de salud de la comunidad y que no estaban bajo tratamiento nutricional y cuyos padres o tutores habían firmado el consentimiento informado para realizar la encuesta respectiva. La muestra estuvo constituida por 137 niños (66 niños y 71 niñas), entre 4° y 6° grado de primaria, cuyas características de edad fueron: 8 años (1,5%), entre 9 a 11 años (87,5%), y de 12 a 15 años (11%).

Metodología

Se aplicó una encuesta a los escolares de las instituciones educativas estatales seleccionadas que cursaban el 4°, 5° y 6° grado de educación primaria y se determinó el origen de las colaciones, la disponibilidad económica de los niños, las preferencias de alimentos en la compra de alimentos y las motivaciones de los niños para comprar alimentos de alta densidad energética a través de una encuesta de prácticas alimentarias, cuestionario adaptado del aplicado por Olivares (Olivares et al, 2004).

Análisis estadístico

Se realizó una revisión y limpieza en la base de datos para detectar inconsistencias y valores fuera de rango, después del cual se analizaron los resultados de la encuesta en forma descriptiva a través de gráficos y tablas de frecuencias relativas. El análisis fue realizado con el programa estadístico SPSS versión 19.

RESULTADOS

Origen de las colaciones

En la tabla 1 se puede observar que 55,5 % de los niños indicó traer colación de su casa y además compraba alimentos en el kiosco, el 37,2% la compraba sólo en el kiosco y el 7,3% señaló que lo traía sólo de su casa, ningún niño dejaba de comer colación.

Tabla 1. Origen de las colaciones en niños de 4° a 6° grado de primaria en los Institutos Educativos Estatales de Huacho.

Origen de las colaciones	%
Trae colaciones de la casa	7,3
Compra colación en el kiosco del colegio	37,2
Trae colación de la casa y compra colación en el kiosco	55,5
No trae ni compra colación	0,0

Alimentos que los niños llevan de colación desde sus hogares

En la tabla 2 se puede observar que el 62,8% de los niños llevaba colación desde sus hogares, de los cuales el 44,5% llevaba fruta y el 34,3% llevaba sándwich de colación. El 24,8% llevaba agua, el 8,8 % llevaba productos envasados dulces u otros productos o jugos naturales, el 7,3% llevaba leche o yogurt, el 2,9% llevaba jugos envasados. Sólo el 1,5% llevaba productos envasados salados y el 0,7% llevaba bebidas gaseosas.

Cantidad de dinero del que disponen los niños para comprar alimentos

El 39,5% de los niños declaró que siempre disponía de dinero para comprar alimentos en la escuela. En la figura 2 se observan las cantidades de dinero de las que disponían, cuya mayor frecuencia se concentraba entre los que llevan S/. 0,50 – 1,50 (64,3%); S/.1,50 a 2,50 (30,2%) y S/.2,5 a 3,5 (3,9%). Un 0,8%, contaba con S/. 3,0 a 4,5 e igual porcentaje de estudiantes contaba con más de S/. 4,5.

El 88,4% de los niños declaró que el dinero que utilizaban para comprar alimentos en el colegio se los proporcionaban sus padres, mientras que un 11,6% señaló a otro familiar como abuelos, tíos y hermanos.

Tabla 2. Alimentos que los estudiantes de 4° a 6° grado de primaria de Institutos Educativos Estatales llevan de colación desde sus hogares.

Alimento	%
Frutas	44,5
Sandwich	34,3
Agua	24,8
Productos envasados dulces	8,8
Otros	8,8
Jugos naturales	8,8
Leche o yogurt	7,3
Refresco azucarados	5,8
Jugos envasados	2,9
Productos envasados salados	1,5
Bebidas gaseosas	0,7



Figura 1. Preferencias de compra de alimentos por escolares.

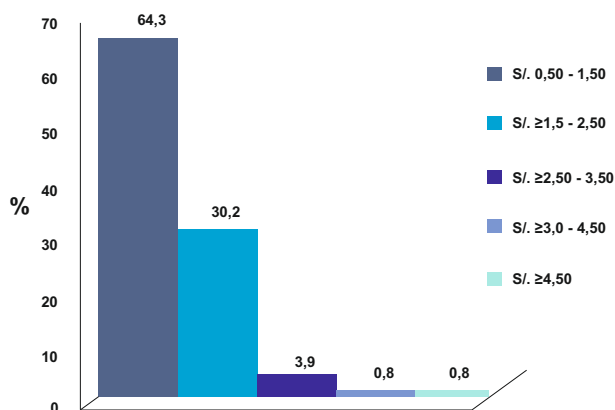


Figura 2. Cantidad de dinero que disponen los estudiantes de 4° a 6° año de primaria de Institutos Educativos Estatales para comprar alimentos

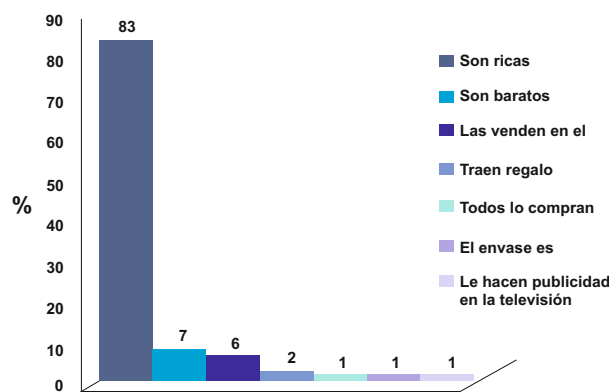


Figura 3. Motivaciones de los estudiante de 4° a 6° grado de primaria de Institutos Educativos Estatales para comer colaciones poco saludables

Alimentos que los niños prefieren comprar con su dinero

En la tabla 3 se puede observar una marcada preferencia por las comidas (34,3%) como causa, arroz con pollo, ceviche de pollo, tallarín, entre otros; los sándwich (24,8%), como sándwich de pollo, tortilla, hot-dog; productos envasados salados (21,9%), como galletas, papas fritas; productos envasados dulces (19,7%) como galletas, golosinas; fruta (14,6%). El 13,9% de los niños compraba bebidas gaseosas con azúcar y helados. Un 11,7% compraba jugos envasados, como frugos o pulpín; el 8,0% compraba salchipapa; el 5,1% compraba refrescos azucarados, como refresco instantáneos de chicha, maracuyá. Un porcentaje similar (3,6%) prefería pasteles, como keke, alfajor y el 1,5% otros productos.

Tabla 3. Alimentos que los estudiantes de 4° a 6° grado de primaria de institutos educativos estatales compran con su dinero.

Alimento	%
Comida	34,3
Sandwich	24,8
Productos envasados salados	21,9
Productos envasados dulces	19,7
Fruta	14,6
Bebidas gaseosas	13,9
Helados	13,9
Jugos envasados	11,7
Salchipapa	8,0
Refrescos azucarados	5,1
Yogurt	4,4
Pasteles	3,6
Otros	1,5

Motivaciones de los niños para comer colaciones de alta densidad energética

En la figura 3 se observa que la principal motivación de los niños para comer colaciones de alta densidad energética es el sabor agradable de estos alimentos (83%), el bajo precio de estos productos (7%), la venta de estos alimentos en el kiosco (6%). El 2% señaló como motivación la inclusión de regalos, y el 1% indicó el hecho que todos los niños lo compren, le motivaba el envase y la publicidad en la televisión.

DISCUSIÓN

La cantidad de niños que manejaba diariamente dinero para la compra de alimentos en el kiosco encontrados en este estudio, 64,3%, es similar al porcentaje encontrado en dos escuelas municipalizadas de Chile (Bustos y cols, 2010), aunque menor al hallado por Olivares y cols. (2003) en tres comunas del mismo país, en el que un 34,3% de ellos siempre disponía de dinero y un 64,2% sólo algunas veces (Olivares y cols, 2003); y menor porcentaje al hallado por Rojas el año 2010 en una Institución Educativa de Villa el Salvador, Perú (Rojas, 2010), en el que 90,8% recibía propina para comprar alimentos.

En relación a los alimentos que los escolares compraban con su dinero, llama la atención, que la compra de comida preparada (en mini platos) alcance el 34,3%, mientras que, tanto Bustos y cols. (2010, 2011), Olivares y cols. (2003) y Rojas (2010) hallaron un predominio de los altos en grasas, azúcar y sal, como productos envasados dulces y salados y refrescos con azúcar. En el caso de los sándwich, los productos envasados salados y los envasados dulces, alcanzaron el 24,8%, el 21,9% y el 19,7%, respectivamente, porcentaje menor a los encontrados por los investigadores antes referidos (Bustos y cols, 2010; Bustos y cols, 2011, Olivares y cols, 2003, Rojas, 2010). La compra de fruta alcanzó el 14,6%, cifra mayor a los encontrados en otros estudios (Bustos y cols, 2010; Bustos y cols, 2011).

Sólo un 7,3% de los niños llevaba colación desde su casa para comer en el colegio, mucho menor a los encontrados por otros estudios que alcanzaron un 33% (Bustos y cols, 2010) y 38,7% (Olivares y cols, 2003). Entre los alimentos que llevaban de colación hay grandes diferencias con estudios anteriores, ya que actualmente se observa una tendencia a llevar de colación alimentos saludables como fruta (44,5%), sándwich (34,3%) y agua (24,8%), porcentaje algo mayor encontrados por otros estudios (36,6% para fruta y 31,1% para yogurt) Bustos y cols. (2010); 38,5% para frutas (Bustos y cols, 2011) y 19,5% para fruta y 18,1% para yogurt (Olivares y cols, 2003), alguno de los cuales encontró que el 47,4% de las colaciones consistían en productos envasados dulces y salados (Olivares y cols, 2003).

Entre las motivaciones que los niños del presente y otros estudios han manifestado para comprar alimentos de alta densidad energética, es que ellos son agradables, tienen un precio accesible para ellos, entre otros (Bustos y cols, 2010).

Los resultados de este estudio demuestran que es indispensable generar estrategias que tengan como objetivo aumentar la oferta de alimentos saludables dentro de las instituciones educativas estatales, acompañadas de campañas de comunicación que motiven a los niños a preferir los alimentos saludables dentro de estos recintos, ahora que el Perú cuenta con la Ley 30021 de Promoción de la Alimentación Saludable para niños y niñas y adolescente (Poder Legislativo, 2013), cuyo reglamento se encuentra pre-publicado (Resolución Ministerial N° 321-2014/MINSA, MINSA, 2013) para su discusión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez-Dongo, D., Sánchez-Abanto, J., Gómez-Guizado, G. y Tarqui-Mamani, C. (2009-2010). Sobre peso y obesidad: prevalencia y determinantes sociales del exceso de peso en la población peruana. *Rev. Perú. med. exp. salud publica* [online]. 2012, vol.29, n.3 [citado 2014-06-14], pp. 303-313. Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342012000300003&lng=es&nrm=iso. ISSN 1726-4634.
- Aquino-Vivanco, Ó., Aramburú, A., Munares-Gacia, Ó., Gómez-Guizado, G., Gacia-Torres, E., Donaires-Toscano, F., & Fiestas, F. (2013). Intervenciones para el control del sobrepeso y obesidad en niños y adolescentes en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 30(2), 275-282. Retrieved January 19, 2014, from http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342013000200019&lng=en&ing=es.
- Barria P., R. Mauricio y Amigo C., Hugo. Transición Nutricional: una revisión del perfil latinoamericano. *ALAN* [online]. 2006, vol.56, n.1 [citado 2014-11-19], pp. 03-11. Disponible en: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06222006000100002&lng=es&nrm=iso. ISSN 0004-0622.
- Bustos, N., Kain, J., Leyton, B., Olivares, S., Vio, F. (2010). Colaciones Habitualmente Consumidas por Niños de Escuelas Municipalizadas: Motivaciones para su Elección. *Rev. chil. nutr. [revista en la Internet]*. 2010 Jun [citado 2013 Dic 10]; 37(2): 178-183. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182010000200006&lng=es. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182010000200006>
- Bustos, N., Kain, J., Leyton, B., Vio, F. (2011). Cambios en el patrón de consumo de alimentos en escolares chilenos con la implementación de un kiosco saludable. *Arch. Lat. Nutr. [revista en la Internet]*. 2011 [citado 2014 abril 27]; 61(3):302-306. Disponible en: <http://www.alanrevista.org/ediciones/2011/3/?i=art10>
- Dárdano, C. y Álvarez, C. El Ambiente Alimentario en las Escuelas, las Políticas de Alimentación Escolar y la Educación en Nutrición. Grupo de Educación Nutricional y Protección del Consumidor de la FAO. Disponible en: <http://www.fao.org/ag/humannutrition/29281-099a2c34289e10395c79079637288c843.pdf>
- Flegal, K., Barry, G., David, W. y Mitchell, G. (2007). Cause-specific excess deaths associated with underweight, overweight, and obesity. *JAMA*. ; 298(17):2028-37.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2014). Food and Nutrition in Numbers. Disponible en: <http://www.fao.org/publications/card/en/c/9f31999d-be2d-4f20-a645-a849dd84a03e/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2007). La Transición Nutricional en el Perú. Documento de trabajo. Centro de Investigación y Desarrollo, INEI.
- Kruger, N. y Whitacre (2009). Efecto de la Publicidad televisiva sobre la selección de alimentos por escolares del Noroeste Argentino. *Dieta (B.Aires)* 27(127):24-33.
- La República. FAO (2013). Perú logró meta internacional en lucha contra el hambre fijada para el 2015. [12 junio 2013. Disponible en: <http://www.larepublica.pe/12-06-2013/fao-peru-logro-meta-internacional-en-lucha-contra-el-hambre-fijada-para-el-2015>
- Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes [en línea]. Lima: Poder Legislativo; 2013. [fecha de acceso 20 de junio del 2013]. URL disponible en: http://www.minedu.gob.pe/files/6231_201305171019.pdf
- Ministerio de Salud. Resolución Ministerial N° 321-2014/MINSA.
- Mispireta, M., Rosas, A., Velásquez, J., Lescano, A., Lanata, C. (2007). Transición Nutricional en el Perú, 1991-2005. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*. 2492, 129-35
- Organización Mundial de la Salud (OMS). Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños. 2010. Disponible en: http://www.who.int/publications/2010/9789243500218_spa.pdf
- Olivares, S., Kain, J., Lera, L., Pizarra, F., Vio, F., Morón, C. (2004). Nutritional Status, food and physical activity among Chilean school children: a descriptive study. *Eur J Clin Nutr*; 58: 1278-1285. onsumption
- Olivares, S., Yáñez, R., Díaz, N. (2003). Publicidad de alimentos y conductas alimentarias en escolares de 5° a 8° básico. *Rev. chil. nutr. [revista en la Internet]*. 2003 Abr [citado 2013 Dic 10]; 30(1): 36-42. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182003000100005&lng=es. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182003000100005>
- Rojas, E. (2010). Publicidad televisiva y consumo de alimentos no saludables en alumnos del nivel primario de la Institución Educativa No 7072 San Martín de Porres –distrito de Villa el Salvador 2010. [Tesis de licenciatura]. Lima: Escuela Académica Profesional de Nutrición, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Tarqui-Mamani C., Sánchez-Abanto, J., Álvarez-Dongo, D. [et al.]. (2013). Tendencia del sobrepeso, obesidad y exceso de peso en el Perú. *Revista Peruana de Epidemiología [revista en Internet]*. 2013 Abr [citado 2014 Oct 7], 17(3): 1-7 p. ISSN 1609-7211. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/2031/203129459004.pdf>
- Valdez, R., Bernard, A. y Domínguez, P. (2003) Influencia de los anuncios publicitarios televisivos sobre los hábitos de alimentación infantil. Un estudio exploratorio en niños mexicanos que asisten a escuelas públicas. *Rev. del Jar Bot Nac*; 24(1-2):51-59.