



Universidad  
**Mariana**

Percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana,  
2023

Karol Sthefania Araujo Arcos  
Karen Sofía Cabrera González  
Ginna Estefanía Jiménez Guerrero  
Lorena Patricia Obando Riascos

Universidad Mariana  
Facultad Ciencias de la Salud  
Programa Nutrición y Dietética  
San Juan de Pasto  
2024

Percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana,  
2023

Karol Sthefania Araujo Arcos  
Karen Sofía Cabrera González  
Ginna Estefanía Jiménez Guerrero  
Lorena Patricia Obando Riascos

Informe de investigación para optar al título de Nutricionista Dietista

ND. Jorge Armando Córdoba Duque  
Asesor

Universidad Mariana  
Facultad Ciencias de la Salud  
Programa Nutrición y Dietética  
San Juan de Pasto  
2024

Artículo 71: los conceptos, afirmaciones y opiniones emitidos en el Trabajo de Grado son responsabilidad única y exclusiva del (los) Educando (s)

Reglamento de Investigaciones y Publicaciones, 2007  
Universidad Mariana

## **Agradecimientos**

Agradecemos infinitamente a la Universidad Mariana especialmente al programa de nutrición y dietética por habernos proporcionado los recursos necesarios para el proceso de investigación y la oportunidad brindada para explorar y profundizar en nuestro campo de estudio.

Al ND. Jorge Armando Córdoba Duque, por habernos guiado con paciencia y dedicación en la obtención de nuestra investigación, sin su apoyo, no habríamos sido capaces de alcanzar este logro académico significativo.

Así mismo a la ING. Diana Paola Ortiz Tobar y a la ND. María Daniela Padilla Muñoz quienes nos guiaron y brindaron valiosos conocimientos al inicio de nuestra investigación.

Agradecemos a las propietarias de las cafeterías que generosamente abrieron las puertas de sus negocios para el desarrollo de nuestra investigación. Su hospitalidad y disposición para colaborar fueron fundamentales para llevar a cabo nuestro estudio de manera exitosa.

Por ultimo agradecemos a los estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana por su disposición para el desarrollo del estudio.

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a Dios por darme la fortaleza para permitirme culminar esta etapa con éxito. A mis padres y a mi abuela a quienes debo el estar aquí, puesto que su apoyo incondicional me ha permitido salir adelante y superar las adversidades. A Cloe y Venus, mis fieles compañeras y testigos silenciosos de cada etapa de este proceso.

Que este trabajo sea testimonio de mi agradecimiento hacia todos aquellos que, de diversas maneras, han contribuido a mi éxito. Este logro es tan suyo como mío.

Karol Araujo

## **Dedicatoria**

La vida es un pecado hermoso que nos posibilita ser en medio de las diferencias humanas, lo importante es que siempre actúes no buscando solo tu bien sino el de miles y millones de gente que no tienen posibilidades.

A mi padre y a mi madre, gracias por ser la compañía, que uno necesita, por su comprensión y dedicación, por estar allí en los momentos difíciles, para que ningún obstáculo que se presente en el camino trunque mis sueños; por estar en todos los momentos vividos en esta gran experiencia.

Gracias por creer en mí.

Sofía Cabrera

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar mi trabajo de grado en primera instancia a Dios por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta, a mis padres quienes son un apoyo incondicional en el alcance de mis proyectos, a mi hijo Migue el cual es fuente de inspiración y me impulsa a seguir adelante, a mi esposo por no soltar mi mano en todo este camino, a mis hermanas quienes estuvieron presentes en momentos en que pensaba que no podía continuar, a mis compañeras de estudio profesional por todos los momentos compartidos y las largas noches trabajo en los que obtuvimos los resultados esperados, a mis familiares y demás amigos, muchas gracias.

Estefanía Jiménez

## **Dedicatoria**

Dedicado a mi amada familia, que representa una hermosa fuente de motivación basada en el amor y la constante superación, haciendo que cada logro sea extraordinariamente satisfactorio.

Gracias por tanto amor.

Lorena Obando



## **Contenido**

Introducción .....	17
1. Resumen del proyecto .....	19
1.1. Árbol del problema .....	19
1.2. Descripción del problema .....	19
1.2.1. Formulación del problema .....	22
1.3. Justificación .....	22
1.4. Objetivos.....	24
1.4.1. Objetivo general.....	24
1.4.2. Objetivos específicos .....	25
1.5. Marco Referencial.....	25
1.5.1. Antecedentes.....	25
1.5.1.1. Internacionales .....	25
1.5.1.2. Nacionales.....	28
1.5.2. Marco Teórico .....	31
1.5.3. Marco Conceptual.....	36
1.5.4. Marco Contextual.....	38
1.5.5. Marco Legal.....	40
1.5.6. Marco Ético .....	42
1.6. Metodología.....	44
1.6.1. Enfoque de Investigación.....	44
1.6.2. Tipo de Investigación.....	44
1.6.3. Población y muestra/Unidad de trabajo y unidad de análisis.....	44
1.6.4. Criterios de inclusión y exclusión .....	46
1.6.4.1. Criterios de inclusión .....	46
1.6.4.2. Criterios de exclusión.....	46
1.6.5. Categorización de variables .....	46
1.6.6. Técnicas de recolección de la información .....	52
1.6.7. Instrumento .....	52
1.6.8. Plan de análisis.....	53
2. Análisis de Resultados .....	54

2.1. Objetivo 1. Caracterizar socio demográficamente a los consumidores de la Universidad .....	54
2.2. Objetivo 2. Identificar la oferta alimentaria en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana .....	60
2.2.1. Cafetería bloque Madre Caridad .....	60
2.2.1.1. Galletas .....	60
2.2.1.2. Caramelos .....	60
2.2.1.3. Frutos secos.....	60
2.2.1.4. Agua.....	61
2.2.1.5. Snack tipo salado. ....	61
2.2.1.6. Chocolatería.....	61
2.2.1.7. Pastelería.....	61
2.2.1.8. Bebidas azucaradas .....	61
2.2.1.9. Derivados lácteos.....	61
2.2.1.10. Preparados sólidos .....	61
2.2.1.11. Preparados líquidos.....	62
2.2.2. Cafetería San Francisco .....	63
2.2.2.1. Galletas .....	63
2.2.2.2. Caramelos .....	63
2.2.2.3. Frutos secos.....	63
2.2.2.4. Agua.....	63
2.2.2.5. Snacks tipo salado.....	64
2.2.2.6. Dulces tradicionales .....	64
2.2.2.7. Chocolatería.....	64
2.2.2.8. Pastelería.....	64
2.2.2.9. Bebidas azucaradas .....	64
2.2.2.10. Preparados sólidos .....	64
2.2.3. Cafetería entre bloque María Inmaculada y San Francisco.....	65
2.2.3.1. Galletas .....	65
2.2.3.2. Caramelos .....	65
2.2.3.3. Frutos secos.....	65
2.2.3.4. Agua.....	65

2.2.3.5. Snack tipo salados.....	65
2.2.3.6. Dulces tradicionales .....	65
2.2.3.7. Chocolatería.....	66
2.2.3.8. Bebidas azucaradas .....	66
2.2.3.9. Derivados lácteos.....	66
2.2.3.10. Preparados sólidos .....	66
2.2.3.11. Preparados líquidos.....	67
2.3. Objetivo 3. Analizar los factores que intervienen en las elecciones alimentarias de los consumidores.....	67
2.3.1. Factores asociados a la frecuencia de consumo.....	67
2.3.2. Características sensoriales de los alimentos.....	70
2.3.3. Factores asociados a los recursos económicos.....	72
2.3.4. Factores asociados al tiempo en la compra de alimentos.....	75
2.3.5. Características socioculturales .....	79
2.3.6. Factor asociado a publicidad.....	80
2.3.7. Factores asociados a disponibilidad de alimentos.....	81
2.3.8. Factores asociados a la variedad de alimentos .....	82
2.3.9. Factores asociados a las preferencias alimentarias .....	83
2.3.10. Diferentes factores.....	89
2.4 Discusión .....	90
3. Conclusiones.....	102
4. Recomendaciones .....	104
Referencias bibliográficas.....	106
Anexos.....	121

## **Índice de Figuras**

Figura 1	Árbol del problema .....	19
Figura 2	Ubicación Universidad Mariana.....	39
Figura 3	Distribución porcentual del género de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	54
Figura 4	Distribución porcentual del estrato socioeconómico de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	55
Figura 5	Distribución porcentual de procedencia de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	56
Figura 6	Distribución porcentual del rango de edad de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	57
Figura 7	Distribución porcentual del empleo actual de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	58
Figura 8	Distribución porcentual de los ingresos mensuales de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	59
Figura 9	Distribución porcentual del número de veces que compran alimentos en la Universidad Mariana los estudiantes de pregrado. ....	67
Figura 10	Distribución porcentual de la compra de alimentos en la media mañana de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	68
Figura 11	Distribución porcentual de la compra de alimentos en el almuerzo de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	69
Figura 12	Distribución porcentual de la compra de alimentos en la media tarde de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	70
Figura 13	Distribución porcentual de la elección del expendio de alimentos en el cual deciden comprar los estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana .....	71

Figura 14 Distribución porcentual de las características que los estudiantes de pregrado tienen en cuenta a la hora de comprar en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	72
Figura 15 Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media mañana .....	73
Figura 16 Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en el almuerzo.....	74
Figura 17 Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media tarde .....	75
Figura 18 Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media mañana .....	76
Figura 19 Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en hora de almuerzo.....	77
Figura 20 Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media tarde .....	78
Figura 21 Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran que los hábitos alimentarios influyen en sus preferencias a la hora de elegir un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	79
Figura 22 Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran que la publicidad repercute a la hora de comprar un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	80
Figura 23 Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran si existe disponibilidad de alimentos saludables en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.....	81
Figura 24 Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran si existe variedad de alimentos en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana .....	82
Figura 25 Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede Madre Caridad) .....	83
Figura 26 Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede Madre Caridad).....	84

Figura 27 Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede San Francisco).....	85
Figura 28 Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede San Francisco) .....	86
Figura 29 Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede entre María Inmaculada y San Francisco).....	87
Figura 30 Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (Sede entre María Inmaculada y San Francisco) .....	88
Figura 31 Distribución porcentual de los factores que tienen en cuenta a la hora de elegir alimentos los estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana .....	89

**Índice de Tablas**

Tabla 1 Caracterización de Variables ..... 46

## **Índice de Anexos**

Anexo A Cronograma 2022- 2023.....	122
Anexo B Presupuesto .....	124
Anexo C Consentimiento cafetería Madre Caridad .....	125
Anexo D Consentimiento cafetería San Francisco.....	126
Anexo E Consentimiento cafetería entre María Inmaculada y San Francisco .....	127
Anexo F Consentimiento informado .....	128
Anexo G Matriz cafetería Madre Caridad.....	130
Anexo H Matriz cafetería San Francisco .....	133
Anexo I Matriz cafetería entre bloque María Inmaculada y San Francisco .....	135



## **Introducción**

La alimentación es un aspecto fundamental en la vida de las personas, ya que influye directamente en su salud, bienestar y rendimiento académico. En el contexto universitario, donde los estudiantes pasan largas horas en las instalaciones, es crucial contar con una oferta alimentaria diversa, de calidad y accesible que satisfaga sus necesidades nutricionales y preferencias individuales (Mardones et al., 2021).

Por lo cual, este trabajo de grado se desarrolló a partir de la propuesta de la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana, puesto que la percepción de la oferta alimentaria juega un papel fundamental en la elección y consumo de alimentos, que se vio influenciada por diversos factores como la variedad, calidad, precio y accesibilidad.

En primer lugar, se buscó caracterizar sociodemográficamente a los consumidores, con el fin de conocer su perfil y entender cómo influyen estos aspectos en sus elecciones alimentarias.

Se identificó la oferta alimentaria en cada uno de los expendios de alimentos en el que se realizó un análisis exhaustivo de los diferentes establecimientos, evaluando la variedad de productos disponibles y sus precios.

Se realizó un análisis sobre los factores que intervienen en las elecciones alimentarias de los consumidores en las cuales se llevaron a cabo encuestas para recopilar información que permitió conocer sobre las preferencias individuales, las influencias sociales, culturales y económicas y otras variables que cambiaban en las elecciones alimentarias de los consumidores.

La percepción de la oferta alimentaria en el contexto universitario, proporcionó información relevante para el diseño e implementación de estrategias que fomenten una alimentación saludable entre los estudiantes. Asimismo, se espera que los hallazgos obtenidos puedan servir como base para futuras investigaciones relacionadas con este tema buscando impulsar mejoras en

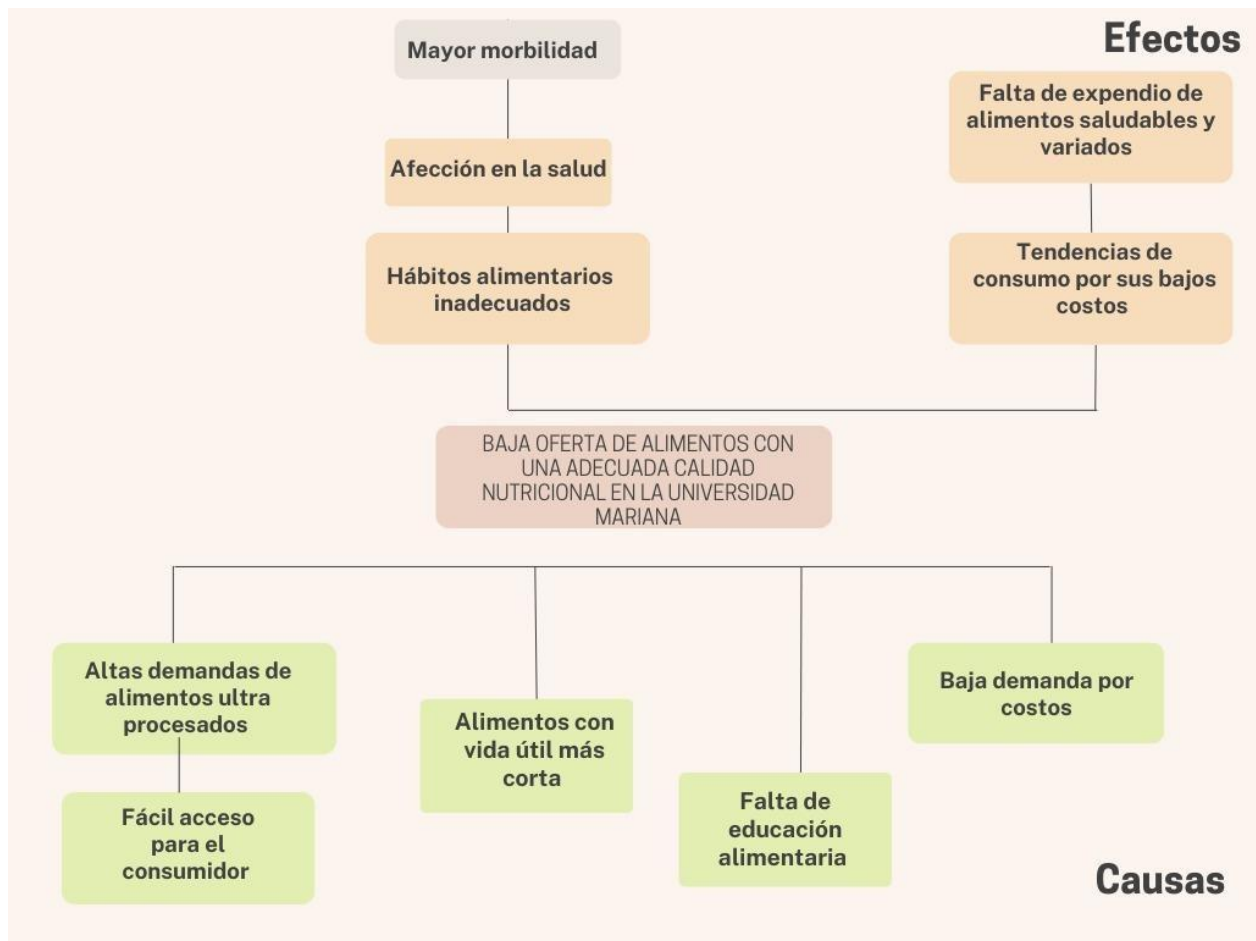
la oferta alimentaria universitaria, promoviendo opciones más saludables y contribuyendo al bienestar general de la comunidad estudiantil.

## 1. Resumen del proyecto

### 1.1. Árbol del problema

Figura 1

Árbol del problema



### 1.2. Descripción del problema

El consumo de alimentos por fuera de casa a nivel mundial ha incrementado, dado que actualmente una cantidad importante de la población consume con regularidad alimentos no preparados en su hogar en Estados Unidos, las personas gastan la mitad de cada dólar en

alimentación, afectando la alimentación de la población debido a que el consumo se hace en tiendas de comida rápida, cafeterías y restaurantes, por lo que los alimentos crean un escenario para tomar decisiones alimentarias, lo cual sin duda tiene influencia en la salud colectiva, puesto que intervienen elementos relacionados con marketing, publicidad, acceso, disponibilidad geográfica, entre otras. Debido a esto los entornos pueden influenciar el consumo de alimentos; la oferta de alimentos en establecimientos fuera del hogar está determinada por variables económicas, físicas y sociales. De hecho, las decisiones de consumo de alimentos implican un proceso multifactorial influenciado por precio, promoción, características de los productos, disposición física de la oferta, entre otros (Beltrán y Romero, 2019).

Estudios realizados en Latinoamérica demuestran que los hábitos alimentarios de las personas se determinarán desde la infancia, en los cuales interviene diversos factores que pueden estar a favor o en contra, debido a que van a depender del nivel económico, educativo, la situación laboral, el tiempo y la importancia que le brinden a este tema (Gonzales, et, al., 2016).

No obstante, cabe resaltar la influencia socio-cultural que se manifiesta en los diversos entornos universitarios de alimentación, el cambio alimentario tiende a derivarse del impacto social que vive la persona a partir de la observación que realiza de los patrones de alimentación que utilizan las demás personas con quienes convive. Los patrones de ingesta se forman conforme a las experiencias que tiene la persona con la comida (Fisher y Birch, 2001). En un estudio se tuvo relevancia las diversas actitudes personales que caracterizaban a cada uno de los individuos encuestados por la preferencia de ciertos alimentos que fueron obtenidos por las creencias dentro de sus hogares y la comunidad a la cual se pertenece donde se priorizan los alimentos tradicionales y cultivados localmente (Alfonso, 2019).

En la mayoría de expendios de alimentos de las universidades del país resulta más fácil el acceso a alimentos ultraprocesados, no hay una oferta adecuada de alimentos saludables en las cafeterías existentes en las universidades, esto se ve influenciado en la demanda de los consumidores debido a las costumbres alimentarias adquiridas desde sus respectivos hogares y además los hábitos alimentarios se relacionan con la situación económica de los consumidores (Troncoso, 2011).

Las cafeterías son el entorno alimentario cotidiano de los universitarios y tienen gran influencia en ellos, como lo menciona (Rodríguez, 2022) las personas consumen al menos una comida al día en las instalaciones universitarias, en vista de factores como el tiempo, la economía, las preferencias y el gusto, teniendo así un impacto significativo en los consumidores, de manera que esto aumenta la preferencia y la demanda de alimentos menos nutritivos y promueve un ambiente poco saludable en el campus universitario. (Barrios, 2021).

El entorno alimentario se refiere al ambiente, las oportunidades y las condiciones físicas, económicas, políticas, socioculturales. Determina las preferencias alimentarias y el estado nutricional de las personas, estos entornos pueden ser grandes y diversos con una multitud de opciones de alimentos y precios. (p. 16)

El acceso a los alimentos de baja calidad nutricional se asocia directamente con el factor de tiempo debido a que muchas veces los consumidores no cuentan con el tiempo destinado por las diversas cargas académicas, lo cual disminuye el descanso de comida para llevar una alimentación adecuada, por ende, buscan satisfacer el hambre de manera ligera. Como se puede ver reflejado en un estudio de la Universidad Católica de la Santísima Concepción en Chile, donde llegaron al consenso entre los entrevistados, en el cual perciben sus conductas alimentarias como inadecuadas, los factores involucrados para llegar a esta conclusión se basan en la falta de disponibilidad de tiempo para cumplir con horarios de alimentación adecuados en el campus universitario, lo que imposibilitaría mantener comportamientos alimentarios oportunos (Troncoso y Amaya, 2009; Medrano, 2021).

La baja oferta de alimentos con apropiada calidad nutricional se relaciona con la alta demanda de alimentos ultraprocesados y los elevados costos en alimentos saludables en las universidades, esto se ha comprobado en algunas investigaciones como la realizada por (Rodríguez, 2022) donde indica que los alimentos que frecuentemente se hallan en las cafeterías son los que más demanda tienen y estos suelen ser alimentos con baja calidad nutricional. También menciona que para acceder a una alimentación saludable se encuentran factores internos y externos; donde la inseguridad alimentaria se relaciona con los precios de los alimentos y bajos recursos,

refiriéndose al factor interno y por otro lado los externos están ligados a la disponibilidad de alimentos saludables, baja calidad y poca variedad de los alimentos saludables disponibles.

Los alimentos con alta calidad nutricional tienen más dificultad en su alistamiento generando un mayor consumo de tiempo, los alimentos saludables tienen una elaboración y distribución más compleja que la comida chatarra, gastando de ésta manera tiempo tanto en su preparación, como en el momento de alimentarse. Debido a esto se generan mayores gastos económicos, por su proceso de elaboración, insumos y pago de servicios e impuestos (Molano et al.,2016).

Finalmente, esta investigación estará guiada a la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, en las cuales se percibe la presencia de alimentos de baja calidad nutricional, por este motivo se pretende determinar los factores encontrados en la comunidad que frecuentan estos sitios.

### ***1.2.1. Formulación del problema***

¿Cuál es la percepción de la oferta alimentaria en el expendio de alimentos en la Universidad Mariana?

### **1.3. Justificación**

La baja oferta de alimentos con una adecuada calidad nutricional en la Universidad Mariana, es una problemática que afecta a todos los consumidores puesto que la universidad cuenta con 3 cafeterías siendo un entorno propicio para la compra y consumo de diferentes alimentos, los consumidores se ven influenciados por la falta de expendio de alimentos saludables y variados, aumentando así la producción y consumo de alimentos mínimamente saludables, esto debido a que según la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2015) las ventas de los productos ultraprocesados, por ende su producción y consumo, han aumentado en todo el mundo.

En la actualidad de acuerdo con (Babio, et, al. 2020) los efectos beneficiosos de los alimentos saludables o mínimamente procesados sobre la mortalidad y la salud humana son conocidos, pero

aún hay pocos estudios que han descrito los efectos perjudiciales como los riesgos de enfermedades crónicas no transmisibles a causa del elevado consumo de alimentos ultra procesados. Estos alimentos conllevan a consecuencias negativas para la salud humana puesto que tienen una calidad nutricional baja, por lo general sus características organolépticas atraen al consumidor siendo a veces hasta casi adictivos. De acuerdo con la OPS (2015) los alimentos ultra procesados en sus formulaciones se asemejan en el aspecto, estructura y características sensoriales a otros alimentos. Con frecuencia, generan una percepción engañosa de ser saludables al incluir en su publicidad imágenes de alimentos naturales o al destacar nutrientes añadidos artificialmente, minerales u otros elementos, por ende, tratan de imitar otros alimentos, haciéndolos ver erróneamente saludables.

Frecuentemente la industria alimentaria trata de buscar diversas técnicas en el marketing, para obtener un etiquetado más placentero logrando establecer diversos tipos de conexiones emocionales con el producto, con el fin de que sea incitador para el consumidor así mismo enfatizando la parte de sus empaques en cada producto, buscando colores y mensajes llamativos donde crean una falsa imagen de que los productos ultra procesados son saludables utilizando pronombres como, productos sin calorías, bajos en azúcar, light, bajo en grasas o decir que agregan vitaminas sintéticas, minerales y otros compuestos, por ende, tratan de imitar otros alimentos, haciéndolos ver erróneamente saludables. El objetivo de la industria alimentaria Según Vilas (2020),

La industria utiliza los empaques de los productos como espacio para evidenciar información que finalmente influye en la elección final de compra, y es por ese motivo que analizan el comportamiento del consumidor ante el producto, inclusive en el momento de evaluarlo en lo que se refiere a la calidad e información brindada (p. 14).

Por lo tanto, es necesario realizar esta investigación para dar a conocer la problemática expuesta, asimismo para beneficiar a toda la comunidad Mariana la cual es partícipe en las actividades de compra y consumo en las cafeterías, buscando identificar los hábitos alimentarios y tratando de prevenir ciertos factores que intervienen de forma negativa en cada uno de los individuos. Llevar a cabo este propósito es importante para fomentar el cambio en el expendio de

los alimentos en conjunto con estrategias que brinden variedad de alimentos saludables, innovación, publicidad donde se incluyan anuncios nutricionales positivos y creación de entornos saludables, fomentando los buenos hábitos alimentarios, impulsando efectos positivos para la comunidad Mariana y que de alguna forma se limite el expendio de alimentos ultraprocesados.

Es importante el papel de los nutricionistas en las cafeterías debido a que podrían hacer posible todo lo mencionado, puesto que según (Rodríguez, 2022) es fundamental contar con el apoyo de un nutricionista para implementar con éxito lineamientos que promuevan opciones de alimentos más saludables en cafeterías y entornos laborales. Ellos cuentan con la capacidad de llevar a cabo mediante tácticas como la educación nutricional, fortalecimiento del valor nutricional de cada alimento, promoción de alimentación saludable, promoción de la venta de alimentos ricos en nutrientes que satisfagan las necesidades alimentarias sin olvidar la economía que es eje directo al momento de adquirir y consumir los alimentos, de este manera al realizar este tipo de estrategias generarán atención y facilitarán la toma de decisiones saludables por parte de la población.

Con los resultados obtenidos en esta investigación se podrá determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana, generando una base sólida que identifique la oferta y expendio de los diferentes alimentos ofrecidos en las cafeterías, relacionando la baja demanda de alimentos con adecuada calidad nutricional y las preferencias de los consumidores.

#### ***1.4. Objetivos***

##### ***1.4.1. Objetivo general***

Determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023.



### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Caracterizar sociodemográficamente a los consumidores de la universidad.
- Identificar la oferta alimentaria en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.
- Analizar los factores que intervienen en las elecciones alimentarias de los consumidores.

## ***1.5. Marco Referencial***

### ***1.5.1. Antecedentes***

**1.5.1.1. Internacionales.** A nivel internacional se encuentra la aceptación de entornos saludables en diferentes universidades fomentando de esta manera la promoción de la salud, como describe la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1986) a través de la Carta de Ottawa, destacó en una conferencia la necesidad de responder a la demanda de un nuevo enfoque en la salud pública. La promoción de la salud contribuye al desarrollo personal y social, lo cual requiere que las organizaciones profesionales y comerciales proporcionen educación e información clave, especialmente en las escuelas. A continuación, se presentan algunos estudios relacionados con entornos alimentarios.

En la Universidad Veracruzana de México, (Couttolenc, 2017) planteó que esta posee un nombramiento importante dentro de las cátedras de dicha ciudad, debido a que esta es promotora de salud, manifestando que el trabajo realizado fue en busca de alcanzar una recertificación en las cafeterías y expendios de alimentos encontradas en las diversas zonas. Para lograr este acontecimiento se implementó un programa como “salud en la mesa”, donde se incorporó conocimientos que fueron de total aprendizaje para impulsar a una comunidad universitaria mucho más saludable, de igual modo, se accedió a que los profesionales egresados de la facultad de nutrición de la universidad formen parte del proyecto, con la finalidad de promover y fomentar buenos hábitos de alimentación con una ingesta alimentaria adecuada. Por último, se reveló la implementación de una evaluación en los expendios de alimentos situadas en las diferentes zonas

universitarias con la finalidad de conocer las condiciones del servicio y los alimentos que son ofertados, de tal manera poder presentar alguna recomendación para que puedan ser merecedores a dicha credencial buscada.

En Buenos Aires, (Begué, et, al. 2019), realizaron la investigación titulada *¿Cuán disponibles están las opciones saludables?: estudio descriptivo de entornos alimentarios de universidades argentinas*, donde refieren que el entorno alimentario en universidades, exhibe una numerosa disponibilidad de alimentos y bebidas con baja calidad nutricional, de igual modo presenta que la oferta de alimentos y bebidas saludables es insuficiente para la población. Por lo tanto, el estudio apoya la relación entre el incremento de peso con el expendio y compra de alimentos ultraprocesados, debido a su disponibilidad, accesibilidad y marketing publicitario de los alimentos ofrecidos, así mismo lo asocia con la limitante oportunidad de actividad física por lo cual se genera alta probabilidad de obesidad. Fue clave conocer que las estrategias individuales no funcionan correctamente debido a que el entorno alimentario persuade masivamente los comportamientos alimentarios y físicos, de tal manera que se busca la educación nutricional, por lo tanto, es de vital importancia el avance en la supervisión de entornos alimentarios en las universidades, para generar patrones que validen universidades saludables.

De igual manera (Roy, et, al. 2016), realizaron un estudio llamado *Dietary Contribution of Foods and Beverages sold within a University Campus and its Effect on Diet-Quality of Young Adults*, en el que se evaluó la contribución dietética de los alimentos vendidos en un entorno universitario de Sydney, en donde se demostró que cuando los jóvenes ingresan a la universidad, la independencia incrementa la susceptibilidad al desarrollo de comportamientos no saludables, lo que conduce a una inadecuada calidad de la dieta, esto puede ser causado por la falta de tiempo, opciones poco variadas, preferencias de sabor, malas finanzas o una mayor variedad de alimentos ultraprocesados. Los entornos alimentarios a los que las personas están expuestas se convierten en influencia para llevar una alimentación saludable o no, como las instituciones educativas, este entorno alimentario suele estar cerrado, lo que significa que las opciones de alimentos pueden ser limitadas, por lo que la disponibilidad tiene un papel fundamental al momento en que la población elija sus alimentos. Además, se encontró que la calidad de la dieta entre los universitarios no era la ideal, debido al bajo consumo de verduras, frutas, cereales,

carne y productos lácteos, por lo cual se implementaron métodos dirigidos a la calidad de la dieta en los jóvenes y de igual manera la mejoría del entorno alimentario universitario donde se focalizó en reducción de costos, mayor accesibilidad y disponibilidad de productos nutritivos.

La Universidad Sevilla de España, (Capitán, 2018), realizó un programa de implementación de menús saludables en los comedores de seis campus universitarios, tratando de incorporar herramientas en comedores como en sus ofertas alimentarias, para poder establecer una promoción en salud. Su estudio se ha venido desarrollando desde 2004 y fue incentivado debido a un incremento ponderal que estaba presente en los universitarios. Este estudio fue dirigido para toda la comunidad universitaria, manifestando la inapropiada oferta alimentaria en los menús establecidos, donde se califican por llevar excedencia de alimentos con alto contenido de grasa y preparaciones de bajo nivel nutricional. Por consiguiente, se impulsó a desarrollar la implementación de estrategias que fortalezcan la promoción de una alimentación saludable, así mismo se implementaron recomendaciones realizadas por la sociedad española de nutrición comunitaria, adaptando estrategias de proporción, tipos de alimentos, hábitos alimentarios, calidad y cantidad de alimentos, buscando considerar un criterio nutricional que fortalezca la promoción de una alimentación con alto valor nutricional.

En México de acuerdo a un estudio de (Nieto, et, al. (2017) donde el objetivo fue explorar cualitativamente la percepción de alimentos procesados y ultraprocesados en estudiantes de posgrado de la Ciudad de México, los participantes informaron que la razón principal por la que consumen alimentos procesados y ultraprocesados era la accesibilidad y la publicidad de los productos empacados lo cual influye al momento de comprar, además los ultraprocesados son de alto impacto en el campus, puesto que son más asequibles para las personas, por ende no tienen competencia debido al alto precio de los alimentos saludables y su baja disponibilidad.

La Universidad autónoma de Madrid (2022) realizó un proyecto titulado Alimentando al campus. Su propósito era promover una renovación de manera beneficiosa en las cafeterías universitarias, donde permitiría la participación de las universidades públicas de la comunidad de Madrid, de manera que tuvo como finalidad renovar los modelos alimentarios, de modo que surja una alimentación adecuada para los estudiantes, promoviendo una mejoría en los comedores

universitarios, así mismo tratando de fomentar una alimentación equilibrada. Plantearon que, para dar inicio, se estableció un abordaje de menús donde se ofertan alimentos con alto valor nutricional implementando verduras y legumbres en ellos, el autor expresa que esta acción ayudará a impulsar a que las universidades de Madrid se acojan a este proyecto para brindar una mejoría en sus áreas universitarias.

Respecto a las cafeterías universitarias, en Egipto se realizó un estudio por (El-Said y Fathy, 2015) nombrado *Assessing university students' satisfaction with on-campus cafeteria services*, en el cual se evaluó la satisfacción de los estudiantes universitarios con los servicios de cafetería en el campus, afirmaron que la demanda de servicios de alimentos ha incrementado en las universidades, puesto que cada vez hay mayor número de estudiantes, además se describió que un alto porcentaje de estudiantes estaban insatisfechos con el valor nutricional y apariencia de los alimentos y bebidas que se brindaban en el servicio alimentario, igualmente se mencionó que el precio es un valor determinante para la compra de alimentos, ya que aseguran que los costos son muy altos para la baja calidad y valor nutricional que ofrecen. Por consiguiente, al conocer la expectativa de los estudiantes, se logró destacar que la calidad de un alimento era esencial a la hora de la compra, por ende, se proporcionaron mecanismos adecuados para mejorar tanto la calidad de estos sin olvidar que los precios sean razonables para los consumidores.

**1.5.1.2. Nacionales.** En el contexto nacional, cabe destacar que en la ciudad de Ibagué de acuerdo con (Mozarco, et, al, 2020), se ejecutó un proyecto de modelo epistemológico constructivista sobre la creación de universidades saludables, indagando la co-creación de ambientes saludables en comunidades universitarias, donde se basaron principalmente en tres fases las cuales eran el desarrollo de estrategias, espacios saludables y proyectos de promoción a la salud, con la articulación de sectores académicos y administrativos. Para la centralización hubo investigaciones internas de concepciones saludables y representaciones sociales de salud mental, las cuales querían representar lo saludable como una emergencia social y cultural, llegando de esta manera a la institución, fue fundamental la participación comunitaria puesto que son las expectativas y necesidades las que hicieron una realidad este proyecto.

En la Universidad Javeriana de Bogotá, Barrios (2021) realizaron un estudio sobre la relevancia de los entornos alimentarios en la población universitaria, estos entornos han representado un desafío para la salud pública a medida que más jóvenes ingresan a la educación superior. Uno de los factores que influye en las decisiones alimentarias es el marketing, el cual ha generado consecuencias negativas como la obesidad y el aumento de las enfermedades crónicas no transmisibles. Se añade, en que las dos principales estrategias de marketing que se encuentran en el entorno universitario son: la publicidad en los puntos de venta y el marketing digital, donde la mayoría de veces generan hábitos alimenticios inadecuados afectando el consumo de los alimentos, por lo tanto, campus educativos públicos y privados, incluidas las instituciones de educación superior, deben garantizar la disponibilidad y variedad de alimentos saludables en los entornos alimentarios, para así promover una dieta equilibrada, y por consiguiente, tener éxito en las conductas alimentarias de los universitarios.

En Medellín-Colombia en consonancia con (Giraldo y Manco, 2016) se realizaron una evaluación de la percepción de la calidad del servicio de los expendios de alimentos en la Universidad de Antioquia, la cual inició con dos etapas, donde se midió el desempeño del servicio y las expectativas del consumidor, con esta evaluación se obtuvo resultados donde los universitarios manifestaron que un expendio de alimentos sería de un grado más alto siempre y cuando haya una oferta de alimentos variados, innovadores, frescos, recién preparados, naturales y saludables, además de la añadidura de alimentos para usuarios con ciertas enfermedades o inclinaciones alimentarias, siendo así las características de un alimento las que repercuten en la compra de estos, resaltando la alta calidad nutricional, por consiguiente, se concluyó que un expendio de alimentos debería contar con estrategias para ofrecer alimentos variados, saludables y con precios accesibles lo cual generaría mayor satisfacción del cliente y la calidad del servicio ascendería.

En Bogotá, (Fajardo, et, al, 2016) realizaron un estudio sobre el estado nutricional y las preferencias alimentarias de una población universitaria, iniciaron con una evaluación sobre las características organolépticas de la oferta alimentaria de la cafetería, de tal modo, que se evidenció la preferencia de alimentos ultraprocesados, donde el 17,6% de los estudiantes consumen bebidas energéticas una vez a la semana y el 41,5% refiere tomar al menos una vez a

la semana gaseosas, se manifestó que la compra de estos productos era influenciada por olores y sabores agradables, de manera contraria, alimentos como frutas y verduras resultaron ser los de menor consumo por los universitarios, por ende, se destacan las intervenciones para esta población dirigidas a una alimentación saludable, y, en consecuencia, los universitarios realicen la elección de alimentos en su vida cotidiana con el conocimiento apropiado del valor nutricional de cada uno de ellos.

En Bogotá-Colombia, acorde a (Becerra, et, al, 2015) se llevó a cabo un estudio sobre las prácticas alimentarias y las dificultades percibidas para realizar una alimentación saludable en población universitaria, se evaluó el consumo de alimentos donde se observó una alimentación con bajo consumo de frutas, verduras y excesivo consumo de productos altos en azúcares, teniendo como consecuencia hábitos alimentarios inadecuados. Entre las principales causas para no llevar a cabo una alimentación saludable se destacaron los horarios de estudio, hábitos y factores económicos. Por consecuencia, resultó el considerar que los estudiantes cumplan con sus deberes académicos, pero así mismo se vele por un horario de comida establecido, contando con una variedad de alimentos con adecuada calidad nutricional y a precios al alcance de ellos, igualmente brindando educación nutricional para que realicen una compra informada de los alimentos encontrados.

En la Universidad de Cartagena-Colombia, sede Piedra de Bolívar de acuerdo con (Arroyo, et, al, 2020), se desarrolló una investigación donde se analizó los hábitos alimenticios que tienen los estudiantes del programa de economía y la percepción de incidencia que conllevan para su salud, se consideró que uno de los objetivos principales era incorporar recomendaciones nutricionales que ayuden a los estudiantes a mejorar sus hábitos en la alimentación. Puesto que, al desarrollar una encuesta y una lista de revisión se determinó que la oferta y la calidad de alimentos ofrecidos en los diez establecimientos tanto internos como externos eran de baja calidad nutricional, de tal forma que estos establecimientos se convertían en un área de influencia para hábitos alimenticios inadecuados en la mayoría de los estudiantes, y aunque una mínima cantidad de establecimientos ofrecían alimentos nutritivos presentan baja demanda, ya que esta oferta se asoció con factores como precio y sabor, un ejemplo relacionado a ello fue la comparación de jugos naturales con

bebidas azucaradas donde el precio promedio de estas bebidas azucaradas fue menor que el de los jugos, por ende era de mayor posibilidad para la población adquirir estas.

### ***1.5.2. Marco Teórico***

Para comprender la temática de investigación es necesario hablar de entornos educativos alimentarios saludables, por lo que es importante conocer a qué se refieren y las características de algunos conceptos como la percepción, la oferta y demanda de ciertos alimentos, el expendio de alimentos, y cómo esto influye en las personas.

La percepción de acuerdo con (Barbosa y Duque, 2017) hace referencia a aquella como una acción, donde se define como el proceso mental, que interpreta la información que proviene de los sentidos o situaciones del entorno y crea una representación o significado de este. La psicología moderna, con la teoría de Gestalt, considera la percepción como el proceso primario de la actividad mental y no un derivado cerebral de estados sensoriales, lo percibe como un estado subjetivo a través del cual se abstrae el mundo externo o hechos relevantes. Los individuos perceptuales, toman tan sólo información perceptible que se agrupa en la conciencia para generar una representación mental. En cuanto a esto se puede entender por percepción de alimentos a la construcción individual resultado de las experiencias previas de vida relacionadas con el proceso de alimentación, experimentado a través de experiencias sensoriales, afianzada por los conocimientos y los niveles de desarrollo/madurez, que determinan los gustos, aceptación e interés por el consumo de diferentes alimentos, cantidades, preparaciones y frecuencia, que serán el reflejo del estado de salud-nutrición en las diferentes etapas de la vida (Alfonso, 2019).

Los entornos educativos alimentarios saludables de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2022) plantea que un entorno alimentario hace referencia a todos los espacios, infraestructuras y circunstancias en que se encuentran, obtienen, compran o consumen alimentos y al contenido nutricional de estos. El ambiente también incluye toda la información disponible, la promoción (comercialización, publicidad, marcas, etiquetas de los alimentos, envases, promociones, etc.) y el precio de los alimentos y productos alimenticios. El entorno alimentario determina el grado en que ciertos

alimentos están disponibles, son asequibles y convenientes y resultan deseables. Un entorno alimentario educativo saludable permite y propicia a la comunidad elegir alimentos compatibles con mejores dietas y un mayor bienestar.

De manera similar el Ministerio de salud (Minsalud, 2018) menciona que los entornos educativos son escenarios que permiten la construcción social y reproducción de la cultura, el pensamiento, la afectividad, los hábitos y estilos de vida, que le brindarán mejores formas de vivir y relacionarse consigo mismo, con los demás y con el ambiente. Las características que debe poseer un entorno educativo saludable se basan en promocionar conocimientos para prácticas adecuadas de alimentación saludable y promueve condiciones sociales, sanitarias y ambientales.

De acuerdo con (Arias, 2016), la alimentación es un proceso voluntario influenciado por el conocimiento, la disponibilidad y el acceso a los alimentos, lo que afecta tanto la selección como la distribución de estos. La elección de alimentos depende de una conducta alimentaria, la cual impacta los hábitos alimentarios y tienen efectos significativos en la salud y el rendimiento físico y mental de los consumidores, puede haber algunas variables para la elección de alimentos como las académicas (programa académico, cohorte académica) y socio-económicas (disponibilidad de recursos económicos para alimentación).

La elección de un alimento influye en la calidad de vida puesto que “el mantenimiento de un óptimo estado nutricional puede ayudar a preservar una vida independiente durante el mayor tiempo posible, mejorando el estado de salud y la calidad de vida” (Hernández, 2017, p. 20). Lo mencionado anteriormente también está correlacionado con los hábitos alimentarios dado que estos están inmersos desde la niñez y se consolidan en la adolescencia haciendo que se adquieran nuevas preferencias alimentarias. Sin embargo, en esta etapa se buscan experimentar nuevos estilos de vida, incluidas sus prácticas alimentarias en búsqueda de identidad y aceptación social, que propician hábitos erráticos como por ejemplo eliminar comidas principales e ingerir gran cantidad de alimentos entre comidas. Al momento de elegir los alimentos se ve como el resultado de una compleja interacción de procesos biológicos y socioculturales, donde las preferencias y aversiones, los valores, tradiciones y características propias de cada alimento desempeñan un



importante papel, los consumidores suelen seleccionar y preferir más la comida rápida por su sabor y además que son prácticos, rápidos y se encuentran fácilmente (Garzón, 2020).

En los entornos alimentarios se ve reflejada la oferta y demanda de distintos alimentos, de acuerdo con (Samuelson y Nordhaus, 2019) describen que la oferta y la demanda van a establecer tanto la cantidad como el precio de cada bien, las expectativas que los consumidores tienen respecto a la oferta alimentaria va encaminada a la accesibilidad, por lo tanto la demanda dependerá de los precios, puesto que los precios bajos van a estimular el consumo presentándose el descenso de la producción, mientras que los precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción.

Los gustos también experimentan alteraciones que pueden ocasionar desplazamientos en la curva de demanda. Las preferencias de los consumidores se pueden alterar simplemente porque los gustos se modifiquen con el transcurso del tiempo, o bien por campañas publicitarias dirigidas a lograr este objetivo, por ello si varían los gustos en el sentido de que se desee demandar una mayor cantidad de un determinado producto. (p. 72)

Es fundamental reconocer que existen factores sociales y económicos que contribuyen en la oferta y la demanda de alimentos, la (OPS, 2015) refiere que factores como la urbanización y los ingresos influyen en la oferta y demanda de alimentos procesados. La urbanización influye en esto debido a que, en las ciudades, se puede tener acceso a productos ultraprocesados en cualquier momento a través de negocios de ventas de alimentos, en lugares de trabajo y estudio, también estas opciones pueden parecer más convenientes y atractivas para las personas que presentan limitaciones en su tiempo por motivo del trabajo o del estudio. Referente a los ingresos afirman que un aumento en los ingresos se asoció con un incremento del triple en las ventas, también confirman que las ventas de productos ultraprocesados están aumentando con mayor rapidez en los países de menores ingresos.

De acuerdo con esto se puede decir que la oferta y demanda de los alimentos ultraprocesados es incrementada, aunque estos se caracterizan por poseer una densidad calórica excesiva y por ser rica en azúcares libres, grasas no saludables, sal y aporte de poca fibra, siendo estas

características las mismas encargadas de proporcionar saciedad, controlando el apetito y generando un consumo excesivo de estos, así su contenido nutricional sea prácticamente escaso (OPS, 2015).

Por otra parte, existen múltiples factores que afectan tanto la venta como el consumo de alimentos en los establecimientos, sin considerar la calidad nutricional, ya que la mayoría de estos productos son de bajo valor nutritivo y se prioriza la obtención de ganancias económicas. La (OPS, 2015) observó un crecimiento sostenido en las ventas de tiendas minoristas y locales de comida rápida en algunos países, aunque estas variaron durante las crisis económicas. En América Latina, la comercialización de productos ultraprocesados ha aumentado especialmente en pequeñas tiendas de barrio, lo que ha impulsado su distribución. Entre los factores que explican esta tendencia se han mencionado determinantes como lo menciona (Arias, 2016) entre los aspectos que pueden influir en la alimentación se destacan factores como la cultura, la disponibilidad y el acceso a los alimentos, los roles sociales, las preferencias individuales, el control de peso, los gustos sensoriales, el nivel económico, el conocimiento sobre alimentación, la salud, además de elementos psicológicos y biológicos, entre otros

El factor sociocultural está asociado a los aspectos culturales como conocimientos, genero, creencias o hábitos y un ámbito social con acción determinante respecto al medio en el que el individuo vive haciendo una construcción de niveles y representaciones en la interacción con el consumo de ciertos alimentos el cual pueda llegar a ser un índice de estatus social por prestigio (Garzón, 2020).

De igual manera hay algunas razones para la elección de los alimentos de manera indirecta, entre las cuales se puede encontrar: el gusto, el costo, la calidad, el valor nutritivo y entre otras. Estas razones suponen las motivaciones adquiridas y los factores contextuales que orientan la toma de decisiones de las personas a la hora de elegir los alimentos, lo cual puede contribuir al desarrollo de hábitos alimentarios o estilos de vida a lo largo del tiempo (Arias, 2016).

El factor sensorial es importante puesto que el aspecto es una de las cualidades de calidad sensorial más importantes de los alimentos frescos y procesados (Castillo, 2019). La elección de

un alimento es influenciada por las características organolépticas, las cuales se refieren a la impresión de los alimentos por medio de los sentidos para distinguir sus características como color, olor, tamaño, forma, sabor, textura, lo que conlleva a generar preferencias o aversiones a los alimentos. Debido a esto las características organolépticas determinan la preferencia de un alimento, lo cual genera actitudes hacia el consumo de los mismos (Garzón, 2020).

La disponibilidad u oferta de un alimento dependerá de los recursos económicos disponibles que tienen las personas para acceder a estos, por lo cual los consumidores suelen elegir alimentos a bajo costo y saciadores, generalmente estos son productos menos saludables que a comparación de los más saludables son más económicos incrementando elecciones alimentarias inadecuadas (Garzón, 2020). Los ingresos económicos se encuentran entre los principales factores que influyen en las prácticas alimentarias, ya que suelen limitar el acceso a una dieta adecuada y suficiente (Arboleda y Villa, 2016).

De Acuerdo con las FAO (2020) los grupos de alimentos se encuentran distribuidos de la siguiente manera: cereales, raíces, tubérculos, plátanos y derivados donde también se encuentran incluidos los productos derivados de las harinas o masas obtenidas de cereales, raíces, tubérculos o plátanos; frutas y verduras; leche y productos lácteos (leche de vaca, quesos, yogurt, kumis y kéfir); carnes, huevos, leguminosas secas, frutos secos y semillas; grasas como poliinsaturadas (aceite de girasol, salsa tártara, mayonesa), monoinsaturadas (aceite de oliva, aguacate), saturadas (mantequilla, queso crema, aceite de palma, crema de leche); azúcares en este grupo se encuentran incluidos confites, chocolatinas, chocolate con azúcar, postres, helados, mermeladas, bebidas azucaradas, panadería dulce.

Por otro lado, la Organización Panamericana de la Salud (s. f) especifica una nueva clasificación de alimentos, donde incluye en el grupo 3 productos comestibles listos para el consumo y en el subgrupo B se encuentran los altamente procesados (ultra procesados), (Velandía et al., 2011)

Como cereales de desayuno, papas fritas, bebidas gaseosas, galletas, mermeladas, salsas, helados, chocolates, barras de "energía", muchos tipos de panes, tortas, postres, pasteles,

productos "listos para calentar", y muchos otros tipos de productos de bebidas. Productos empaquetados tales como: (...), chitos, papas, Detodito, Maizitos, Trocillos, chicharrones y tajadas. (párr. 16)

Entidades como el DANE suministran información básica para poder adecuar las preguntas necesarias para realizar una encuesta sociodemográfica como la edad, sexo, procedencia y otros. (DANE, 2018).

### ***1.5.3. Marco Conceptual***

**Alimentación saludable.** (Ministerio de Salud y Protección Social, 2023, párr. 2). “Es aque la que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación, lactancia, desarrollo y crecimiento adecuado”

**Alimento.** Según la (OPS s. f, p. 3) “cualquier sustancia, procesada, semiprocada o cruda que se utiliza para el consumo humano, e incluye bebidas y gomas de mascar y cualquier sustancia que se ha utilizado en la producción, preparación o tratamiento de alimentos”.

**Alimentos procesados.** De acuerdo con (Popkin, 2020 p, 4) “se refiere a aque los alimentos cuyo estado natural ha sido alterado, por ejemplo, al congelarlos, deshidratarlos, molerlos, enlatados y mezclarlos con otros alimentos; también a los que se les ha añadido sal, azúcar, grasa u otros aditivos”.

**Alimentos ultraprocesados.** Como lo expresa Babio et al. (2020):

Hace referencia a ingredientes, producidos mediante técnicas industriales, procesos y aditivos. Incluyen en su formulación uno o más de los siguientes nutrientes: azúcares, sal, aceites, almidones u otros ingredientes de procesos industriales, como hidrogenación de grasas o hidrólisis de proteínas. (p. 12)

**Cafetería.** Según la Real Academia Española (RAE, 2022) “es un despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas” (párr. 1).

**Calidad nutricional.** (Todolí, 2008, p. 4). “Aptitud de los alimentos para satisfacer las necesidades del organismo en términos de energía y nutrientes”

**Codex alimentario.** (FAO, 2023, párr. 7). “Es una colección de normas alimentarias y textos afines aceptados internacionalmente y presentados de modo uniforme. El objeto de este (...) es proteger la salud del consumidor y asegurar la aplicación de prácticas equitativas en el comercio de alimentos”

**Disponibilidad de alimentos.** (Organización Panamericana de la Salud, 2010, párr. 3). “Es decir el suministro adecuado de alimentos a escala nacional, regional o local. Las fuentes de suministro pueden ser la producción familiar o comercial, las reservas de alimentos, las importaciones, y la asistencia”

**Entornos alimentarios:** (Scarlatta y Defagó, 2020)

Se refiere a los ambientes, oportunidades y condiciones físicas, económicas, políticas y socioculturales, que enmarca la interacción de los consumidores con el sistema alimentario, generando sugerencias cotidianas sobre la adquisición, preparación y el consumo de alimentos; determinan tanto las preferencias y elecciones alimentarias de las personas como su estado nutricional. Estos entornos pueden ser amplios y diversos, con un gran número de opciones alimentarias y escalas de precios, o de manera contraria, con escasez de los mismos y variabilidad. (p. 3)

**Entorno educativo saludable:** Entorno educativo saludable: (Ministerio de Salud, 2018)

Escenarios de vida cotidiana donde la comunidad educativa desarrolla capacidades a través de procesos de enseñanza/aprendizaje contextualizados, que permiten la construcción social y reproducción de la cultura, el pensamiento, la afectividad, los hábitos y estilos de vida, que le

brindarán mejores formas de vivir y relacionarse consigo mismo, con los demás y con el ambiente. (p. 9)

**Expendio de alimentos.** Según la (Resolución 2674 de 2013, p. 5) “es aquel establecimiento destinado a la venta de alimentos para consumo humano”.

**Hábitos alimentarios.** Según la (FAO s, f p. 130), “conjunto de costumbres que condicionan la forma como los individuos o grupos seleccionan, preparan y consumen los alimentos, influidas por la disponibilidad de éstos, el nivel de educación alimentaria y el acceso a los mismos”.

**Oferta:** Según la Real Academia Española (RAE, 2022, parr. 1) “conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado”

**Percepción.** De acuerdo con (Sánchez 2019 p. 9) “se define como la interpretación de sensaciones, logrando hacer procesos psicológicos en los que están implicados el significado, el contexto, el juicio, experiencia pasada y por ende la memoria”.

#### ***1.5.4. Marco Contextual***

La presente investigación se realizará en la Universidad Mariana que se encuentra ubicada en la ciudad de Pasto - Nariño, en el sector norte en la calle 18 N° 34-104. Es una institución de carácter privado, está bajo la supervisión del Ministerio de Educación Nacional (Colombia Estudia, s. f). En la actualidad cuenta con cinco facultades entre las que se encuentran: la Facultad de Educación, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y Facultad de Ingeniería (Universidad Mariana, 2022). Cuenta con 20 programas de pregrado, dos de tecnología y uno de técnico laboral y además 21 programas de posgrado (Colombia Estudia, s.f). Así mismo cuenta con 3 expendios de alimentos, uno de ellos se encuentra ubicado en el primer piso del bloque Madre Caridad, y es el más grande, otro que está situado entre los bloques María

Inmaculada y San Francisco (Universidad Mariana, s. f), y por último el que se encuentra en el primer piso del bloque San Francisco.

## **Figura 2**

*Ubicación Universidad Mariana*



Fuente: Universidad Mariana (s. f)

La universidad cuenta con una vicerrectoría de Bienestar Universitario que proporciona un avance de procesos para el desarrollo de calidad de vida, formación integral y la construcción de comunidad educativa, colocando en práctica funciones sustantivas de la Universidad por medio de servicios completos e integrales como la protección específica y prevención de la enfermedad, programa de atención integral y deportes, de acuerdo con esto se puede destacar que en la Facultad de Posgrados se promueven estrategias y espacios para la promoción de hábitos en salud (Universidad Mariana, s.f). También la universidad desarrolla un conjunto de procesos integrales para promover la calidad de vida. Por consiguiente, en este proyecto se va a trabajar con la comunidad mariana, la cual incluye a estudiantes del Departamento de Nariño e incluso de otros departamentos del país y del exterior, especialmente del Norte del Ecuador. Esta

comunidad además integra cuatro tipos de actores: los educandos, los docentes, los egresados y el personal administrativo (Universidad Mariana, 2011).

### ***1.5.5. Marco Legal***

Declaración de salud Adelaida (1988). El objetivo principal de una política favorable a la salud es crear entornos adecuados que permitan a las personas tener una vida sana. De esta manera, se proporciona a los ciudadanos la responsabilidad de tomar opciones saludables y de fácil elección, también los entornos sociales y físicos se convierten en factores promotores de la salud (Declaración de Adelaida, 1988).

Resolución WHA53.17 de 2000. La presente resolución fue realizada en la 53a Asamblea Mundial de la Salud, donde abarca estrategias sobre la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles, basándose en las condiciones de vida y aliadas con factores de riesgo entre ellos la alimentación no saludable, por lo cual la OMS contribuye con bases directas hacia la salud mundial con la creación de entornos propicios para los modos de vida sanos (Asamblea Mundial de la Salud, 2000).

Estrategia Mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud. Se establecen recomendaciones de alimentación para obtener un equilibrio energético y un peso adecuado, de modo que se debe limitar la ingesta energética de grasas, sustituyendo las grasas saturadas por insaturadas e intentar eliminar los ácidos grasos trans, asimismo limitar la ingesta de sal; se recomienda ampliar el consumo de frutas, verduras y hortalizas al igual que cereales integrales, legumbres y frutos secos (Organización Mundial de Salud, 2004).

CODEX STAN 1-1985. Los alimentos preenvasados no deben ser descritos ni presentados a través de etiquetas de manera que resulten falsos, confusos o engañosos, ni que generen una impresión errónea sobre su naturaleza en ningún aspecto. Tampoco deben utilizar palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que hagan referencia o sugieran, de forma directa o indirecta, cualquier otro producto con el que el producto en cuestión pueda ser confundido.



Esto incluye no presentar el producto de tal manera que induzca al comprador o consumidor a pensar que está relacionado de alguna forma con ese otro producto (FAO, 1985).

Ley 1355 de 2009. La presente ley establece control y prevención respecto a la obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles, mediante la promoción de ambientes saludables los cuales serían aplicados a las Entidades y Organizaciones del Estado, de forma que esta ley sea beneficiaria para toda la población colombiana, haciendo énfasis en los grupos vulnerables. Esta ley se articula con distintos sectores los cuales ayudan a impulsar una alimentación saludable, mediante acciones tales como brindar frutas y verduras en los establecimientos educativos ya sean públicos o privados, a través de un Programa de Educación Alimentaria en la cual esta alimentación sea de acuerdo a la cultura de las distintas regiones del país. Asimismo, el Ministerio de la Protección Social añade mecanismos los cuales evitan el exceso o deficiencia de micronutrientes y macronutrientes, por consiguiente, se evite el riesgo de enfermedades para la población colombiana. Se resalta que las instituciones educativas las cuales tienen servicio de alimentación hacen relación directa con terceros, por ende, deberán ofrecer variedad de alimentos que satisfagan las necesidades nutricionales, siguiendo las guías alimentarias del Ministerio de la Protección Social y del ICBF (Congreso de la República, 2009).

Ley 1480 de 2011. En la ley del estatuto del consumidor es veraz resaltar los principios generales que presenta, entre ellos la protección a la salud y la información propicia de los alimentos que consume la población, así mismo se añade la educación al consumidor, focalizado en niños, niñas y adolescentes, donde se represente los riesgos a la salud de ciertos alimentos, de tal forma que en el artículo tres incluye el “Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.” (Congreso de Colombia, 2011, p.1)

Ley 2120 de 2021. La presente ley adopta medidas que promueven entornos alimentarios saludables, garantizando el derecho fundamental a la salud, especialmente de las niñas, niños y adolescentes, con el fin de prevenir la aparición de Enfermedades No Transmisibles. De acuerdo con esto los productos comestibles o bebibles en los cuales los nutrientes críticos se encuentren por encima de los valores máximos establecidos por el Ministerio de Salud, deberán tener el sello

de advertencia que deberá ir en la parte frontal del producto, en todo espacio publicitario relacionado con los entornos saludables, los anunciantes, deberán incluir una franja visible o audible que brinde información veraz e imparcial. Así mismo la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional promoverá entornos saludables en los espacios educativos públicos y privados, donde fomentará y promoverá la alimentación saludable y balanceada, el consumo de frutas, verduras y productos de producción local, en el entorno educativo (Congreso de Colombia, 2021).

Resolución 2013 de 2020. La OMS sugiere reducir de forma gradual y sostenida el consumo de sal en la dieta para lograr los objetivos nacionales o la meta internacionalmente recomendada de un valor inferior a 5 g/día/persona. Los alimentos procesados que se encuentran en el reglamento técnico de la resolución deberán indicar en si etiquetado el contenido de sodio en miligramos (mg) por porción de alimento y en porcentaje del valor diario de referencia (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

Resolución 1035 de 2022. Esta resolución establece que el entorno construido influye en la disponibilidad y el acceso a bienes y servicios dentro de los distintos espacios donde se desenvuelven los grupos sociales. Los lugares de recreación, los espacios públicos y verdes, así como los entornos alimentarios saludables, afectan los patrones de comportamiento, de modo que los estilos de vida se ven condicionados por la accesibilidad y oferta de estos recursos. En este sentido, los estilos de vida están determinados por factores vinculados al contexto político, económico, sociocultural y estructural. Existen conductas que, aunque son socialmente aceptadas, están respaldadas por evidencia científica que demuestra su impacto negativo en la salud, al ser factores de riesgo para enfermedades crónicas no transmisibles, como es el caso del consumo de alimentos procesados y altamente calóricos (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2022).

### ***1.5.6. Marco Ético***

Para la construcción de esta investigación que lleva como título la Percepción de la Oferta Alimentaria en los Expendios de Alimentos en la Universidad Mariana se tendrá en cuenta la

(Resolución 8430 de 1993, p. 1), extraída de las siguientes páginas “establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud”.

El estudio a realizar determina la clasificación de riesgo en la que podría involucrarse esta investigación, en conjunto con los principios éticos entre los cuales se resaltan, no maleficencia (la investigación no busca hacer daño), autonomía (permitirá tomar una decisión propia), justicia (no beneficiará a otro grupo privilegiado y primara la verdad), y beneficencia (velar por el bienestar físico, mental y social del sujeto), minimizando riesgos y maximizando beneficios desde la equidad (Resolución 8430, 1993). Por lo tanto, la presente investigación se identifica como investigación sin riesgo, puesto que no se realizará ninguna intervención o modificación en cuanto a variables de la integridad de las personas que traten aspectos sensitivos o de conducta, ya que busca una participación autóctona de la comunidad, brindando información completa a la población en estudio de lo que se realizará en la investigación mediante un consentimiento informado. (Resolución 8430, 1993)

Se entiende por Consentimiento Informado a un documento escrito en el que el participante de una investigación, o su representante legal, otorga su consentimiento para formar parte del estudio. Este consentimiento se basa en una comprensión clara de los procedimientos, beneficios y riesgos implicados, y se brinda de manera voluntaria, sin presiones o coacciones externas (Resolución 8430, 1993).

Por ende, en la firma del consentimiento informado se debe tener en cuenta el respeto al principio de autonomía, debido a que todas las personas que hagan partícipe de esta investigación lo harán de forma voluntaria, por consiguiente, la firma de este hará tener registro de su buena voluntad al colaborar con el estudio a realizar.

## **1.6. Metodología**

### ***1.6.1. Enfoque de Investigación***

La presente investigación alude a un enfoque cuantitativo, el cual refiere “recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” (Sampieri et al., 2003, p. 10). En este sentido, es fundamental puesto que mediante la aplicación de la encuesta virtual se recolectará información relacionada a la incógnita sobre la percepción de la oferta alimentaria en el expendio de alimentos en la Universidad Mariana, a través de la recolección y el análisis de datos numéricos.

### ***1.6.2. Tipo de Investigación***

Se realizará una investigación de tipo descriptivo - transversal, pues consiste en la descripción de características de una muestra extraída de la población en estudio y es de corte transversal dado que las encuestas virtuales se realizarán en un momento específico y determinado tiempo (Cvetkovic et al, 2021); (Martínez, s, f). De forma que se pretende recolectar información para más adelante generar el respectivo análisis de datos sobre la percepción de la oferta alimentaria, esta información será proporcionada por los estudiantes de la Universidad Mariana de San Juan de Pasto, de esta manera se logrará determinar la percepción de la oferta alimentaria en el expendio de alimentos.

### ***1.6.3. Población y muestra/Unidad de trabajo y unidad de análisis***

La población a estudiar corresponde a los estudiantes que conforman la Universidad Mariana, incluyendo estudiantes de pregrado, en donde según la oficina de planeación para el periodo 2023-A, se cuenta con un total de 6.604 estudiantes.

De acuerdo al muestreo probabilístico simple se aplicará la fórmula de muestreo, la cual corresponde a

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 6.604 * 50 * 50}{5^2 * (6.604-1) + (1,96^2 * 50 * 50)}$$

n= 72,13 estudiantes

Dónde:

z= Nivel de confianza

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

N= Tamaño del universo (se conoce puesto que es infinito)

e= Error de estimación máximo aceptado

n= Tamaño de muestra

Ingreso de datos:

z =	1,96
p =	95%
q =	5%
N =	6.034
e =	5%

Tamaño de muestra:

n= 72.13 estudiantes

Teniendo en cuenta la fórmula, la confianza y la población el total de la muestra es 73 estudiantes.

#### 1.6.4. Criterios de inclusión y exclusión

##### 1.6.4.1. Criterios de inclusión.

- Estudiantes de todos los programas pregrado de la Universidad Mariana.
- Que sean consumidores de las cafeterías de la Universidad Mariana.
- Estén dispuestos a participar en la encuesta y que firmen el consentimiento informado.
- Que se encuentren matriculados y tengan correo institucional.
- Que los estudiantes sean mayores de edad.

##### 1.6.4.2. Criterios de exclusión.

- Personas ajenas a la Universidad Mariana.
- Trabajadores, administrativos de la universidad y estudiantes de posgrado.
- Que no deseen participar.
- Estudiantes que estén realizando prácticas fuera de la universidad.
- Estudiantes menores de 18 años.

#### 1.6.5. Categorización de variables

**Tabla 1**

*Caracterización de Variables*

<b>Denominación</b>	<b>Definición</b>	<b>Naturaleza</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Objetivo específico</b>
<b>Estrato</b>	“Estratos sociales como determinante del status social”	Cualitativa	Escala: 1. Estrato 1 2. Estrato 2 3. Estrato 3	1

	(Sembler, 2006, p. 24).		4. Estrato 4 5. Estrato 5 6. Estrato 6	
<b>Género</b>	“Se refiere a los roles, las características y oportunidades definidos por la sociedad que se consideran apropiados para los hombres, las mujeres, los niños, las niñas y las personas con identidades no binarias” (OMS, 2018, párr.9).	Cualitativa	Escala: 1. Femenino 2. Masculino 3. Otro	1
<b>Lugar de procedencia</b>	“Origen, principio de donde nace o se deriva algo” (Real Academia Española, 2022, párr. 1).	Cualitativa	1. Urbano 2. Rural	1
<b>Edad</b>	“Se refiere a la edad en años. Es la que va desde el nacimiento hasta la edad actual de la persona” (Alcalde y Laspeñas, 2005, p. 44).	Cualitativa	A. Menor a 18 años B. 18 años a 24 años C. 25 años a 34 años D. 35 años o más	1

<b>Oferta de alimentos</b>	<p>“La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos” (Mc Graw Hill, s.f, p. f)), en este caso los alimentos.</p>	Cualitativa	<p>Respecto a la oferta de alimentos se encuentra: cereales, raíces, tubérculos y plátanos; frutas y verduras; leche y productos lácteos; carnes, huevos, leguminosas secas, frutos secos y semillas; grasas; azúcares; productos comestibles listos para el consumo y productos empaquetados.</p>	2
<b>Frecuencia de consumo</b>	<p>“Una cantidad estándar que facilita dar consejos sobre cuánto comer o para identificar la cantidad de calorías y nutrientes en un alimento”(González, 2010, p. 19).</p>	Cualitativa	<p>A. Una vez al día B. Dos veces al día C. Tres veces al día D. Cuatro veces al día E. 5 o más veces a día</p>	3



---

<b>Percepción de la variedad de alimentos</b>	Es el efecto de percibir la variedad en 3 dimensiones, donde se incluye alimentos de diferentes grupos, el consumo de alimentos de diferentes grupos y por último el adjuntar distintas maneras de preparación con un mismo alimento (RAE, 2022; López y Contreras, 2020).	Cualitativa	1. Siempre 2. A veces 3. Nunca	3
<b>Percepción de la disponibilidad de alimentos saludables</b>	Sensación interior que resulta de una impresión producida por el suministro de alimentos que pueden estar dentro de la producción familiar, comercial, reservas de alimentos, importaciones, y la asistencia alimentaria. (RAE, 2022; OPS, 2010)	Cualitativa	1. Siempre 2. A veces 3. Nunca	3
<b>Preferencias</b>	Las preferencias se	Cualitativa	Cereales, raíces,	3

---

<b>alimentarias</b>	basan en la elección de alguien o algo entre varias personas, cosas o en este caso los alimentos (RAE, 2022).	tubérculos y plátanos; frutas y verduras; leche y productos lácteos; carnes, huevos, leguminosas secas, frutos secos y semillas; grasas; azúcares; productos comestibles listos para el consumo y productos empaquetados.		
<b>Características socioculturales</b>	Propiedades fundamentadas en el estilo de vida que se afectan por la variedad de corrientes sociales, económicas y políticas (Narváez et al. 2019).	Cualitativa	Escala: 1. Influye mucho 2. Influye a veces 3. Nunca influye	3
<b>Características sensoriales de los alimentos</b>	“Es una función primaria del ser humano. Este de forma más o menos consciente, acepta o rechaza los alimentos de acuerdo con la	Cualitativa	Escala de selección múltiple: 1. Gusto 2. Olor 3. Sabor 4. Aspecto	3

	sensación que experimenta al observarlos y/o ingerirlos” (INCAP, 2020).		5. Textura 6. Ninguna	
<b>Percepción de la publicidad</b>	Acción y efecto de percibir la influencia de diversas actividades en la promoción de ventas mediante el anuncio de los productos (RAE, 2022; DPEJ, 2022).	Cualitativa	1. Siempre 2. A veces 3. Nunca	3
<b>Percepción del tiempo en la compra de alimentos</b>	El tiempo libre es uno de los factores más importantes para el desarrollo social y el bienestar personal, donde se considera que este incrementa las probabilidades de la inclusión social, la participación comunitaria (Arcila et al., 2018).	Cualitativa	Escala:  A. De 5 a 10 minutos B. De 10 a 15 minutos C. De 15 a 20 minutos D. Más de 20 minutos	3
<b>Recursos económicos destinados a la</b>	Son aquellos medios de pago, los cuales permiten satisfacer	Cualitativa	Escala de precios 1. 1.000 - 3.000 2. 4.000 - 6.000	3

---

<b>compra de alimentos</b>	de las elecciones de	3. 7.000 - 10.000
	alimentos	4. Más de 10.000
	(Asmundson y Oner, 2012; RAE, 2022).	5. Nada

---

### ***1.6.6. Técnicas de recolección de la información***

La técnica que se va a utilizar para el desarrollo de esta investigación es la observación no estructurada, según (Campos y Lule, 2012) también puede ser llamada observación no sistemática u ocasional, ya que registra todo aquello que se observa y se realiza cuando no se conoce suficiente del objeto de estudio. Por otro lado, también se utilizará la encuesta, de acuerdo con (Casas, et, al, 2003, párr. 1), “Es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz”, se define como una técnica de recogida de datos sobre una muestra de sujetos representativa, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, para lograr obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (García et al, 2000).

### ***1.6.7. Instrumento***

Para la recolección de datos e información se hará uso de dos instrumentos el primero es una lista de chequeo el cual es una herramienta metodológica conformada por factores, ítems, aspectos con el fin de desarrollar un proyecto (Oliva, 2009), y el segundo es un cuestionario, el cual contará con preguntas previamente elaboradas, y por otro lado estarán preguntas estructuradas que se formularán de forma comprensible frente a la población objeto, de modo que permitirá conocer características frente a la oferta alimentaria en el expendio de alimentos, en este cuestionario se contemplarán 2 secciones, de manera que en la primera sección estará presente la caracterización sociodemográfica de los consumidores, y en la segunda sección se permitirá conocer qué características influyen en la elección de alimentos. Es crucial resaltar que la lista de chequeo y la encuesta será de creación propia y será sometida a validación por expertos.

### ***1.6.8. Plan de análisis***

Los datos de cada participante del estudio serán registrados a través formularios drive, para posteriormente ser tabulados en Microsoft Excel y así proceder a realizar un análisis exploratorio de las variables debido a que a través de este es posible explorar, describir, resumir y visualizar la naturaleza de los datos recogidos en las variables aleatorias de la investigación, mediante la aplicación de técnicas simples de resumen de datos y métodos gráficos sin asumir hipótesis para su interpretación. Para las variables de naturaleza cualitativa se resumirán en tablas de distribución de frecuencias, teniendo en cuenta frecuencia relativa la cual se expresará en términos de porcentaje o proporción y frecuencia absoluta para determinar el número de veces que se presenta un valor y a su vez se complementaran utilizando gráficos de barra, diagramas sectoriales o de tortas, de acuerdo a la necesidad.

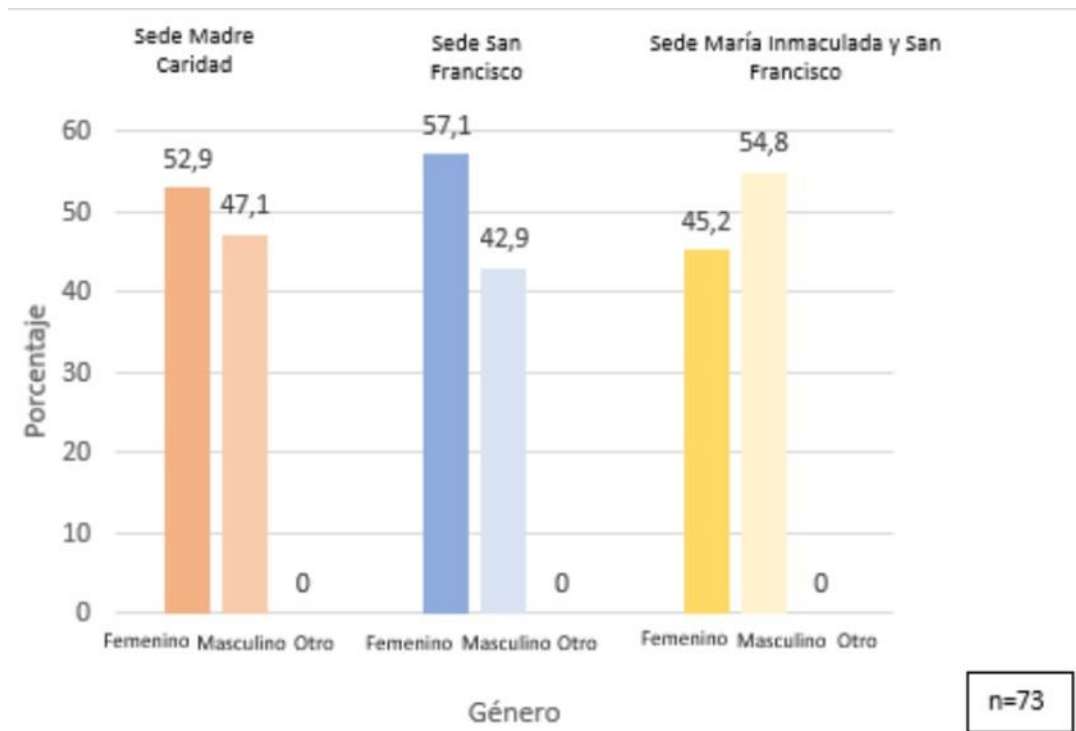
## 2. Análisis de Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos, del instrumento aplicado en una encuesta de creación propia sobre las características sociodemográficas de los consumidores de la Universidad y los factores que influyen en sus preferencias alimentarias, esta información se recolectó por medio de una encuesta que permite determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. Se tuvo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión para determinar la muestra total de 73 estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana.

### 2.1. Objetivo 1. Caracterizar socio demográficamente a los consumidores de la Universidad

#### Figura 3

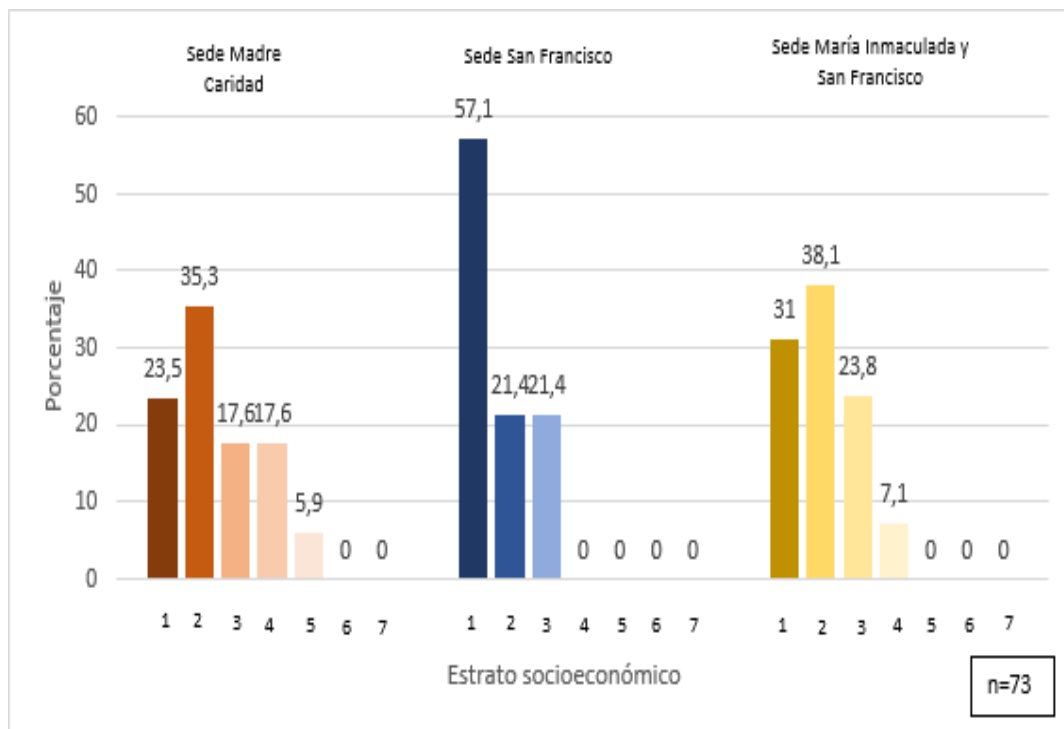
Distribución porcentual del género de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.



De acuerdo a la figura 3, respecto al género de los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en la cafetería ubicada en la sede San Francisco se destacan las mujeres con el 57,1%, en la cafetería entre la sede María Inmaculada y San Francisco el porcentaje mayor es de 54,8% el cual corresponde a hombres, y, finalmente, en la cafetería sede Madre Caridad se encontró mayoritariamente mujeres con el 52,9%.

**Figura 4**

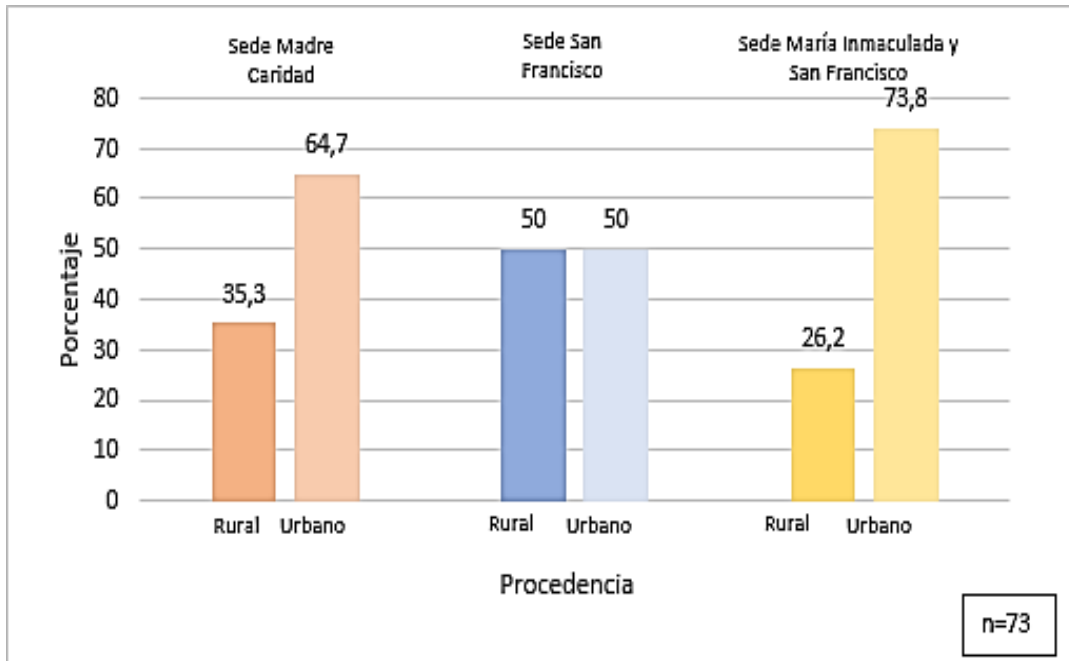
*Distribución porcentual del estrato socioeconómico de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 4, respecto al estrato socioeconómico de los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad Mariana, se encontró que, en la sede San Francisco es predominante el estrato 1 correspondiente al 57,1%, en la sede María Inmaculada y San Francisco es mayoritario el estrato 2 con el 38,1%, al igual que en la sede Madre Caridad con un porcentaje de 35,3%.

**Figura 5**

*Distribución porcentual de procedencia de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*

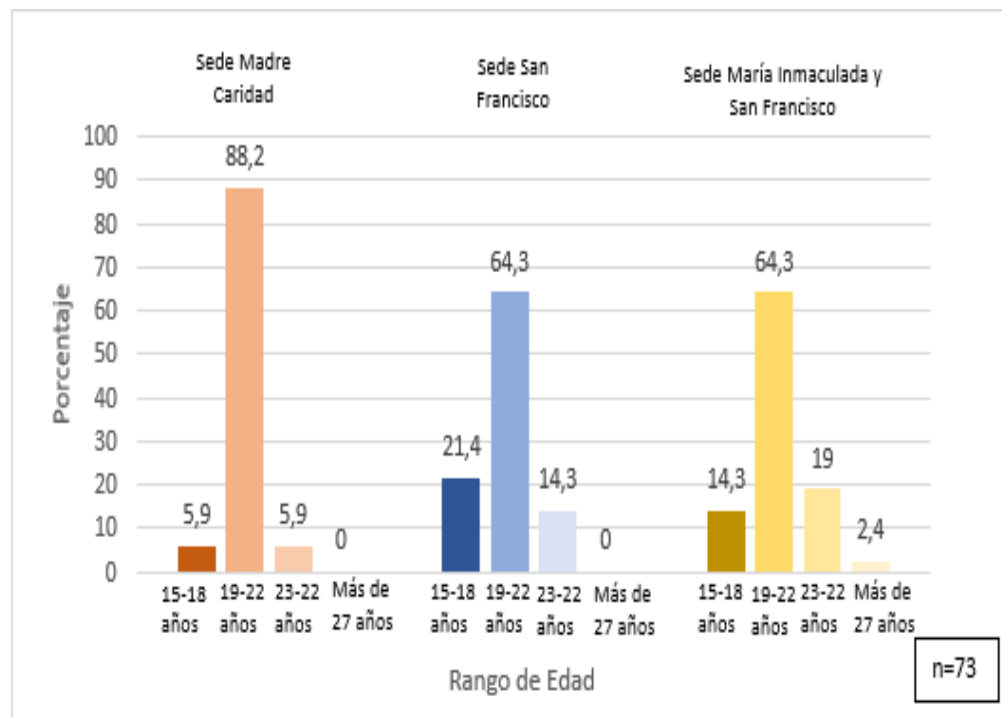


De acuerdo a la figura 5, respecto a la procedencia de los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco hay mayor porcentaje de procedencia urbana con el 73,8%, igualmente en la cafetería sede Madre Caridad se encontró un amplio porcentaje el cual fue 64,7% respecto a procedencia urbana, y, por último, la cafetería sede San Francisco presenta igual porcentaje del 50% en las dos procedencias rural y urbana.



**Figura 6**

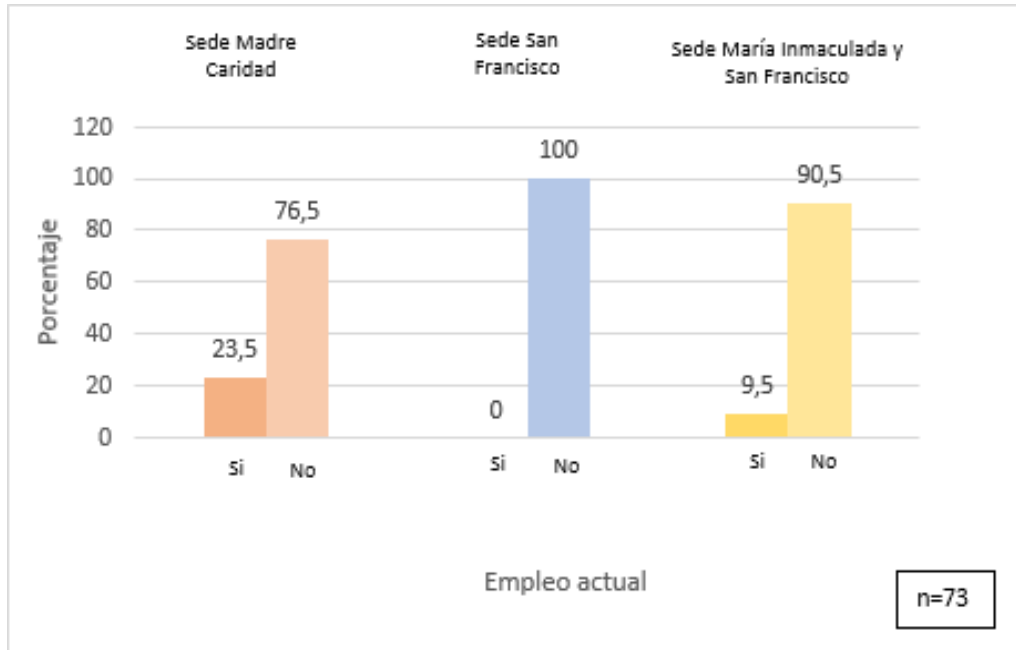
*Distribución porcentual del rango de edad de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 6, respecto al rango de edad de los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad destacan los estudiantes en el rango de edad 19-22 años con el 88,2%, de igual forma, el mayor porcentaje en la cafetería sede San Francisco y la cafetería entre la sede María Inmaculada y San Francisco fue de 64,3% en el mismo rango de edad de 19-22 años.

**Figura 7**

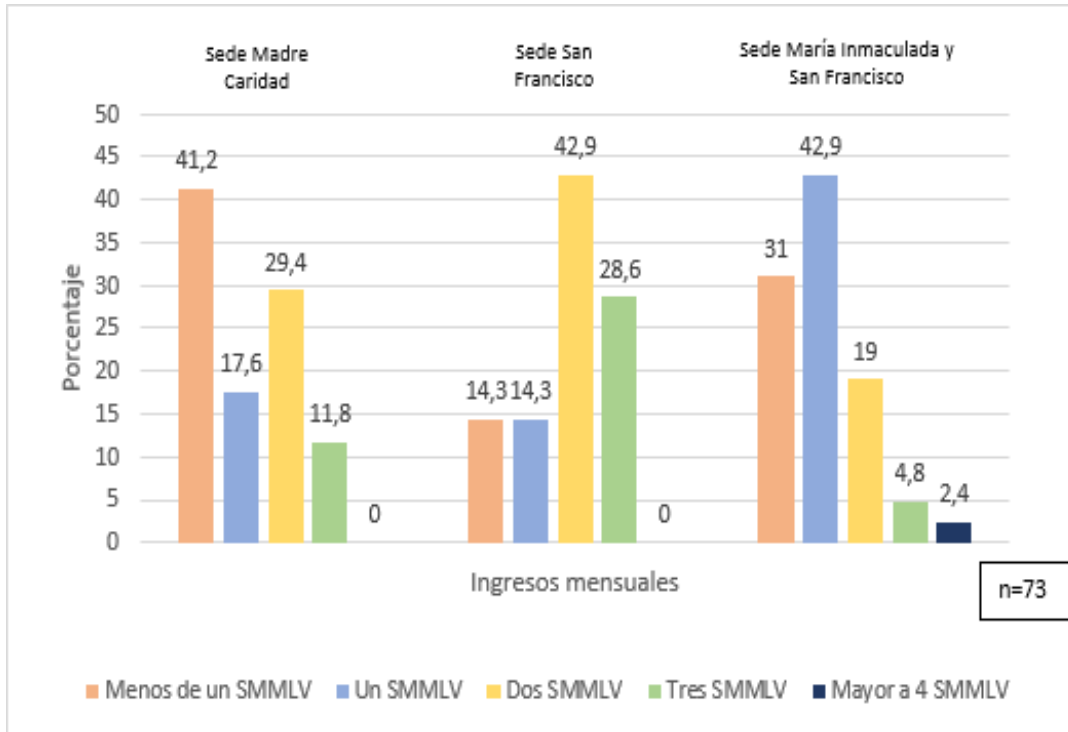
*Distribución porcentual del empleo actual de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 7, en cuanto al empleo actual de los estudiantes que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad, se encontró que, en la cafetería ubicada en la sede San Francisco el 100% de estudiantes no tiene empleo, en la cafetería sede María Inmaculada y San Francisco el 90,5% de estudiantes no tienen empleo, por último, en la cafetería Madre Caridad el 76,5% de estudiantes tampoco cuentan con empleo actualmente.

**Figura 8**

*Distribución porcentual de los ingresos mensuales de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 8, respecto a los ingresos mensuales de los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en cuanto a los ingresos mensuales en la cafetería ubicada en la sede San Francisco y sede María Inmaculada y San Francisco hubo un mayor porcentaje de estudiantes que marcó dos SMMLV correspondiente al 42,9%, y en la cafetería sede Madre Caridad el mayor porcentaje de estudiantes eligió menos de un SMMLV correspondiente a 41,2%.

## **2.2. Objetivo 2. Identificar la oferta alimentaria en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana**

La oferta alimentaria se refiere a la disponibilidad de productos comestibles, el cómo se preparan y el momento en que se consumen. Este proceso comprende una cadena de factores importantes que comienza desde la compra en el mercado y finaliza con la ingesta de alimentos (Herrera, 2011).

### **2.2.1. Cafetería bloque Madre Caridad**

**2.2.1.1. Galletas.** Estas se dividieron en 2 subgrupos: dulces y saladas, las dulces con un precio mínimo de \$300, un precio máximo de \$1.800 y con promedio de \$1.045, estos precios pueden variar de acuerdo a su peso, cantidad, marca, calidad, entorno u otros factores. Y las saladas con un único precio mínimo, máximo y promedio de \$1.000, puesto que solo se encuentran 2 marcas de galletas (multicereal y soda), aunque tengan diferente peso su precio no varía.

**2.2.1.2. Caramelos.** Se dividieron en 4 subgrupos de la siguiente manera: blandos, duros, polvo y líquidos. Los caramelos blandos tienen un precio mínimo de \$100, precio máximo de \$1.700 y un promedio de \$676,6. Los caramelos duros están en un precio mínimo de \$200, precio máximo de \$500 y con un promedio de \$350, estos precios pueden variar de acuerdo a su peso, cantidad, marca, calidad, entorno u otros factores. Los caramelos en polvo tienen un precio mínimo, precio máximo y promedio de \$600. Los caramelos líquidos igualmente tienen un precio mínimo, precio máximo y promedio de \$1.000, ya que solo se encuentra una marca.

**2.2.1.3. Frutos secos.** Los cuales se subdividieron en salados con un precio mínimo de \$1.300, precio máximo de \$2.200 y con un promedio de \$1.500,75, estos precios pueden variar de acuerdo a su peso, cantidad, marca, calidad, entorno u otros factores.

**2.2.1.4. Agua.** Se subdividió en 2 subgrupos: con gas y sin gas. Agua con gas con un precio mínimo, precio máximo y un promedio de \$1.700, dado que, solo hay una marca. Por otro lado, el agua sin gas tiene un precio mínimo de \$2.000, precio máximo de \$2.500 y un promedio de \$2.166, puesto que se diferencia por contenido y marca.

**2.2.1.5. Snacks tipo salado.** Se encuentran con un precio mínimo de \$1.200, máximo de \$2.800 y un promedio de \$2.031,25.

**2.2.1.6. Chocolatería.** Presentan un precio de mínimo de \$300, un precio máximo de 5.500 y un promedio de \$2.021,42.

**2.2.1.7. Pastelería.** Se encuentran con un precio mínimo de \$1.100, precio máximo de \$2.500 y promedio de \$1.733,33.

**2.2.1.8. Bebidas azucaradas.** Se encuentro un precio mínimo de \$1.500, máximo de 3.500 y un promedio de \$2.275.

**2.2.1.9. Derivados lácteos.** Presentan un precio mínimo de \$2.400, máximo de 5.400 y promedio de \$3.200.

**2.2.1.10. Preparados sólidos.** Estos se subdividieron en 3 subgrupos: sólidos, desayunos, almuerzos, estos alimentos al ser exclusivos del expendio de alimentos Madre Caridad constan de un precio específico para cada uno (por lo que el precio mínimo, precio máximo y promedio son los mismos). Conforme a los preparados sólidos se encontró aborrajado con un precio de \$2.000; empanada de añejo con un precio de \$1.800; almojábana con un precio de \$2.200; pan de maíz con un precio de \$2.200; arepa rellena de queso con un precio de \$2.500; pastel de queso con un precio de \$2.000; torta de queso con un precio de \$1.700; empanada de guiso con un precio de \$1.800; perro caliente con un precio de \$4.000; perro caliente más vaso de gaseosa con un precio de \$4200; sándwich qbano con un precio de \$3.000; sándwich qbano más vaso de gaseosa con un precio de \$3.200; sándwich de pollo con un precio de \$4.000; hojaldra con un precio de \$1.600;

sándwich de queso con un precio de \$2.000; salchipapa con un precio de \$4.000; fruta picada con un precio de \$3.000; sándwich de pollo más vaso de gaseosa con un precio de \$4.200; sándwich de cuadrado de pollo más vaso de gaseosa con un precio de \$3.000; porción de proteína (res, cerdo, pollo), papas a la francesa más gaseosa con un precio de \$7.000. El precio de estos alimentos puede variar según su cantidad, preparación, ingredientes utilizados, tiempo, su calidad y demanda.

Respecto a los desayunos se encontró uno que incluía (carne, papas, huevo, arroz, bebida) con un precio de \$9.000; desayuno sencillo (huevo, papas, bebida caliente) con un precio de \$5.000; desayuno ranchero (huevo, salchicha, papas, bebida caliente) con un precio de \$6.000; desayuno omelet (omelet relleno de jamón y queso, papas, bebida caliente) con un precio de \$6.000. En los almuerzos se encontró el almuerzo completo con un precio de \$10.000; almuerzo bandeja con un precio de \$9.000; sopa con un precio de \$3.000. El precio de estos productos varía de acuerdo al tipo y cantidad de alimentos que se brindan en cada preparación.

**2.2.1.11. Preparados líquidos.** Estos alimentos al ser exclusivos del expendio de alimentos Madre Caridad constan de un precio específico para cada uno (por lo que el precio mínimo, precio máximo y promedio son los mismos). Se encontró jugos en leche con un precio de \$3.500; jugos en agua con un precio de \$2.500; cappuccino con un precio de \$4.500; cappuccino vainilla con un precio de \$4.500; latte con un precio de \$4.500; tinto con un precio de \$2.000; milo con un precio de \$4.500; café helado con un precio de \$4.000; yogurt natural con un precio de \$2.500; salpicón con un precio de \$3.000; limonada de coco con un precio de \$4.000; parfait con un precio de \$5.000; yogurt con granola con un precio de \$3.200; y el yogurt con cereal con un precio de \$3.000. Al igual que los demás preparados el precio puede variar dependiendo de los ingredientes que se usen en cada bebida y el tamaño.

### **2.2.2. Cafetería San Francisco**

**2.2.2.1. Galletas.** Se dividieron en 2 subgrupos: las dulces y las saladas. Las galletas dulces con un precio mínimo de \$400, un precio máximo de \$2.300 y el promedio fue de \$1.125, estos precios pueden variar de acuerdo a su peso, cantidad, marca, calidad, entorno u otros factores. Y las saladas se encontraron con un precio mínimo, máximo y promedio de \$1.100, puesto a que solo se encuentra una marca de galletas, aunque tengan diferente peso su precio no varía.

**2.2.2.2. Caramelos.** Se dividieron en 3 subgrupos: blandos, duros, en polvo. En caramelos blandos con un precio mínimo de \$100, un precio máximo de \$3.000 y el promedio fue \$1.052, en ellos el precio puede cambiar debido a que pueden intervenir diversos factores tanto en marca, peso, calidad, así mismo en dulces duros, se cuenta con un precio mínimo de 100 y un precio máximo de \$1.800 con promedio de \$486,36, se puede evidenciar que se encuentran diversos tipos de marcas, donde se establecen diferencias tanto en peso, calidad, marca. Por otro lado, están los caramelos en polvo donde solamente se encuentran dos tipos de marcas con un valor equivalente a \$800 pesos.

**2.2.2.3. Frutos secos.** Se dividieron en 2 subgrupos: salados y mix. Los salados cuentan con un precio mínimo de \$1000 y un precio máximo de \$2.200, su promedio fue de \$1.600, los precios varían puesto que intervienen factores de marca, peso, sabor, calidad, igualmente los frutos secos mix en el que solo se encuentra un tipo de marca y su valor mínimo, máximo y promedio es de \$2.800.

**2.2.2.4. Agua.** Se dividieron en 2 subgrupos: agua con gas y sin gas. En el agua con gas se evidenciaron dos tipos de marcas con un valor mínimo de \$1.400 pesos y un máximo de \$1.700 en promedio de \$1.550, en este caso se determina que su precio puede cambiar dado que son marcas diferentes. Con respecto al agua sin gas se encontró solamente un tipo de marca donde su valor corresponde a \$1.300.

**2.2.2.5. Snacks tipo salado.** Se encontraron diversos tipos de alimentos con diversos pesos, marcas, precios, entre ellos se cuenta con un precio mínimo de \$1.300 y un precio máximo de \$8.000 donde el promedio es de \$2.700.

**2.2.2.6. Dulces tradicionales.** Se evidenció solamente el dulce de guayaba con un precio mínimo, máximo y promedio de \$800.

**2.2.2.7. Chocolatería.** Se encontraban diversos tipos de chocolates con precios, calidad, pesos, marcas distintas, entre ellos con un precio mínimo de \$800 pesos, un precio máximo de \$3.100 con promedio de \$1.550.

**2.2.2.8. Pastelería.** No se observó gran variedad, pero si marcas, calidad, precio y pesos distintos, con un precio mínimo de \$1.800, un precio máximo de \$2.500 y un promedio \$2.025.

**2.2.2.9. Bebidas azucaradas.** Se percibió gran variedad de marcas con sabores distintos, al igual precios diferentes, con un precio mínimo de \$1.300, precio máximo de \$4.400 con promedio de \$2.900.

**2.2.2.10. Preparados sólidos.** Estos alimentos al ser exclusivos del expendio de alimentos ubicado en el bloque San Francisco constan de un precio específico para cada uno (por lo que el precio mínimo, precio máximo y promedio son los mismos). Se encuentran 12 preparaciones, entre ellas encontramos empanada de añejo con un precio de \$2.500; papa rellena con un precio de \$2.500; almojábana con un precio de \$2.300; empanadas de pollo con un precio de \$2.800; pastel de queso con un precio de \$2.000; buñuelo con un precio de \$2.300; porción de torta con un precio de \$1.000; mil hojas con un precio de \$1300; salchipapa con un precio de \$4.000; sándwich de queso con un precio de \$1.400; sándwich de queso con gaseosa con un precio de \$2000; arepa rellena de queso con un precio de \$2.300.



### **2.2.3. Cafetería entre bloque María Inmaculada y San Francisco**

**2.2.3.1. Galletas.** Se dividió en subgrupos las dulces y las saladas. Los dulces con un precio mínimo de \$800, un precio máximo de \$1.900 y el promedio fue de \$1.300 estos precios pueden variar de acuerdo a su peso, cantidad, marca, calidad, entorno u otros factores. Y las saladas con un precio mínimo de \$800, máximo de \$1.000 y un promedio de \$900.

**2.2.3.2. Caramelos.** Se dividieron en 3 subgrupos, encontramos los caramelos blandos con un precio mínimo de \$100, un precio máximo de \$2.000 y el promedio fue de \$800; los caramelos rellenos con un precio mínimo de \$100, máximo de \$2.500 y un promedio de \$700. Y los caramelos en polvo con un precio mínimo, máximo y promedio de \$1.000.

**2.2.3.3. Frutos secos.** Este grupo se dividió en dos subgrupos, donde se encuentran frutos secos con cobertura con un precio mínimo de \$1.800, máximo de \$2.200 y un promedio de \$2.025 y frutos secos mix con un precio mínimo de \$1.900, máximo de \$2.200 y un promedio de \$2.050.

**2.2.3.4. Agua.** En bebidas como el agua se encontraron 3 subgrupos en los que se encuentra el agua con gas con un precio mínimo, máximo y promedio de \$1900, agua sin gas con un precio mínimo de \$800, máximo de \$2.300 y un promedio de \$1.900 y agua saborizada con un precio mínimo, máximo y promedio de \$2.600 dado que solo hay una marca.

**2.2.3.5. Snacks tipo salados.** Encontramos el precio mínimo de \$1.200, máximo de \$3.000 y un promedio de \$2.000.

**2.2.3.6. Dulces tradicionales.** Solamente se encontró el dulce de guayaba con un precio mínimo, máximo y promedio de \$1.600.

**2.2.3.7. Chocolatería.** Se encuentra que el precio mínimo es de \$300, máximo \$4.500 y un promedio de \$1.400. En el grupo de pastelería se encuentra que el precio mínimo es de \$1.700, máximo de \$2.500 y un promedio de \$2.000.

**2.2.3.8. Bebidas azucaradas.** Se encuentra que el precio mínimo es de \$1.000, máximo de \$3.700 y un promedio de \$2.172,7.

**2.2.3.9. Derivados lácteos.** En este grupo se encuentra que el precio mínimo es de \$3.000, máximo de \$4.500 y un promedio de \$3.683,3.

**2.2.3.10. Preparados sólidos.** Se subdividieron en 3 subgrupos: sólidos, desayunos y almuerzos, estos alimentos al ser exclusivos del expendio de alimentos ubicado entre el bloque María inmaculada y San Francisco constan de un precio específico para cada uno (por lo que el precio mínimo, precio máximo y promedio son los mismos). En preparados sólidos se encuentran 19 preparaciones diferentes entre las cuales encontramos la arepa rellena de carne con un precio de \$2.500; choripapa con un precio de \$5.500; chorizo con un precio de \$1.800; Qbano con un precio de \$3.000; empanadas de pollo con un precio de \$2.000; envueltos de choclo con un precio de \$2.000; fresas con crema con un precio de \$2.500; fresas con granola con un precio de \$4.000; papa rellena con un precio de \$2.200; papas con maní con un precio de \$4.000; pastel de pollo con un precio de \$2.700; pastel de queso con un precio de \$2.500; perro caliente con un precio de \$5.000; porción de fruta con un precio de \$3.000; salchipapa ranchera con un precio de \$4.500; salchipapa con un precio de \$4.000; deditos con un precio de \$1.200; hojaldras con un precio de \$1.600; quimbolitos con un precio de \$1.900 y cacerola con un precio de \$4.000.

En el subgrupo de los desayunos se encontró desayuno completo (huevos, papa, salchicha, arroz y bebida) con un precio de \$6.500; y desayuno sencillo (huevos, papas y bebida) con un precio de \$4.000. En los almuerzos la bandeja con un precio de \$9.000; el almuerzo completo con un precio de \$10.000, el precio de estos productos puede variar dependiendo de la cantidad de ingredientes que se utilicen en la preparación.

**2.2.3.11. Preparados líquidos.** Por último los líquidos en donde se encontró aromática de frutas con un precio de \$1.500; aromática tradicional con un precio de \$1.000; arroz con leche con un precio de \$2.000; avena natural con un precio de \$2.500; café helado con un precio de \$3.500; café en leche con un precio de \$1.700; cappuccino con un precio de \$3.700; limonada con un precio de \$2.500; yogurt con granola con un precio de \$3.500; y el sorbete con un precio de \$3.200, el precio varía dependiendo de los productos utilizados en la preparación y la cantidad de estos mismos.

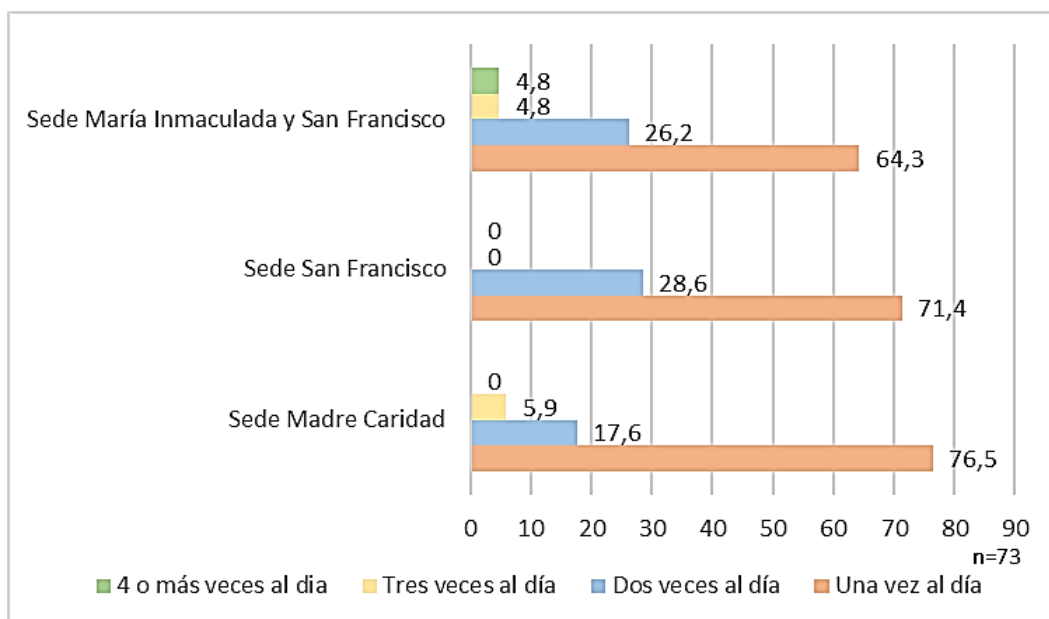
### 2.3. Objetivo 3. Analizar los factores que intervienen en las elecciones alimentarias de los consumidores

#### 2.3.1. Factores asociados a la frecuencia de consumo

(González, 2010, p. 19). “Una cantidad estándar que facilita dar consejos sobre cuánto comer o para identificar la cantidad de calorías y nutrientes en un alimento”

#### Figura 9

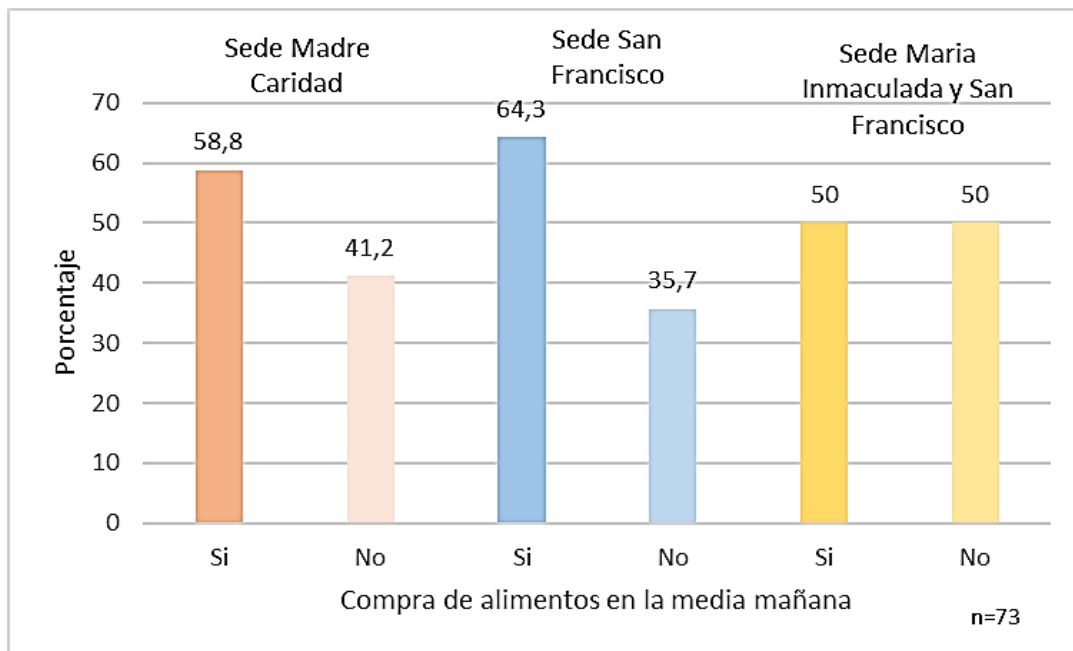
Distribución porcentual del número de veces que compran alimentos en la Universidad Mariana los estudiantes de pregrado.



De acuerdo a la figura 9, respecto a las veces que van a comprar alimentos los estudiantes a los expendios de la Universidad se puede determinar que los que eligieron la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad el 76,5% van una vez al día. Los que eligieron la cafetería de la sede San Francisco el 71,4% van una vez al día. Por último, los que eligieron la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco el 64,3% van una vez al día.

### Figura 10

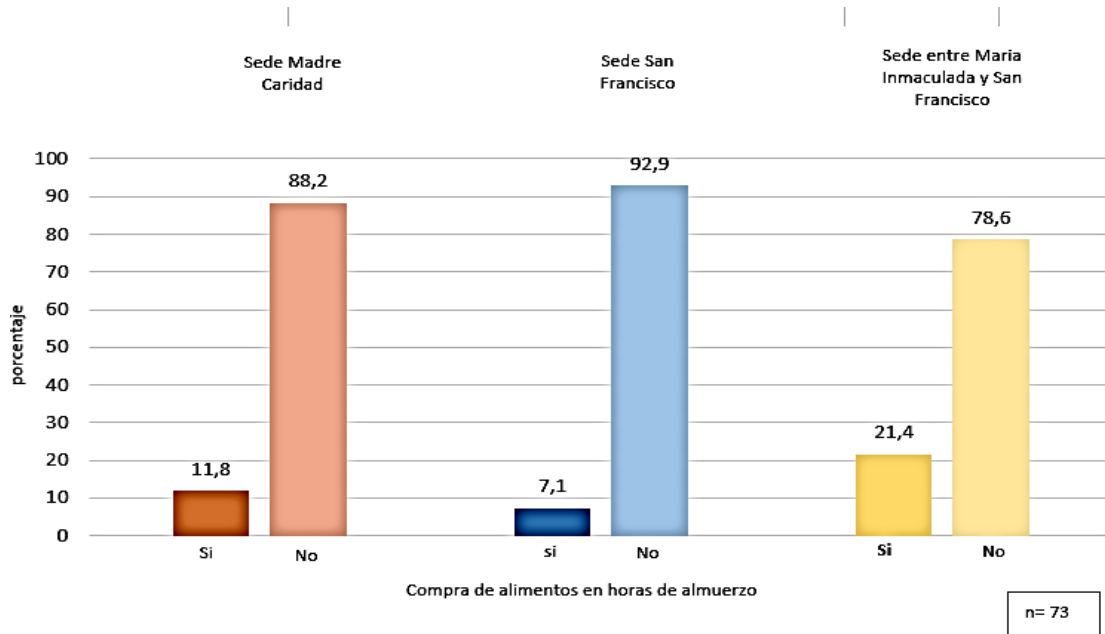
*Distribución porcentual de la compra de alimentos en la media mañana de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana*



En relación a la figura 10, respecto a la compra de alimentos en las cafeterías de la Universidad en la media mañana por parte de los estudiantes, se determinó que en la cafetería ubicada en la sede San Francisco si compran en la media mañana un porcentaje de 64,3% estudiantes. En la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad si compran el 58,8%. Y en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco si compran el 50% y no compran el 50%.

### Figura 11

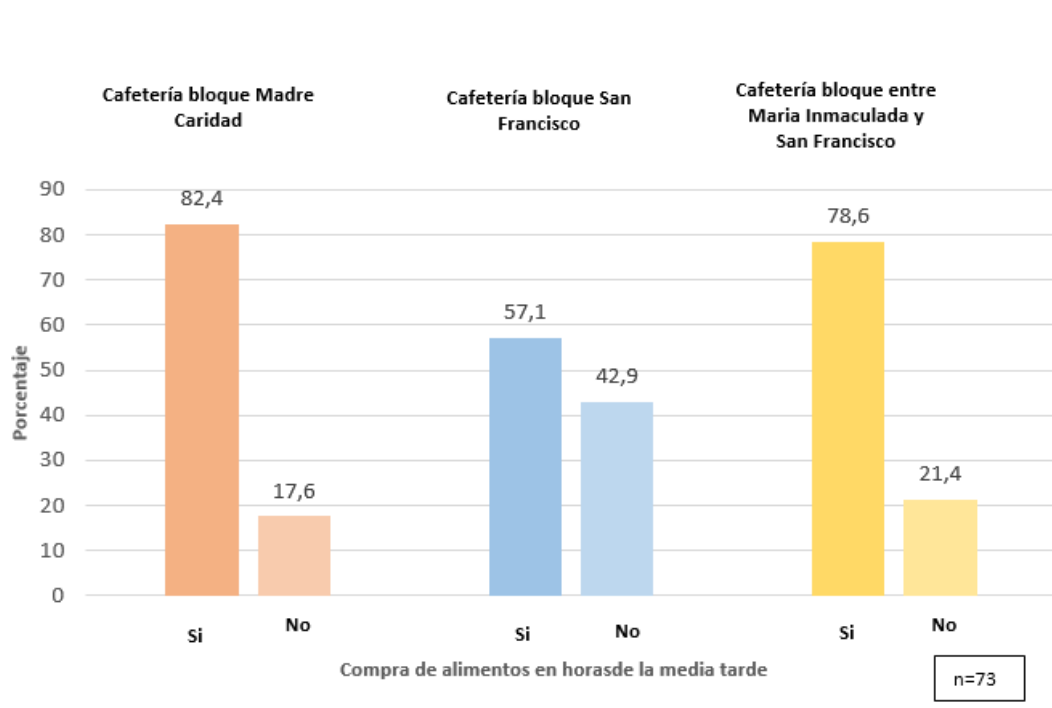
Distribución porcentual de la compra de alimentos en el almuerzo de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.



De acuerdo a la figura 11, respecto a los estudiantes que compran en los expendios de alimentos en el almuerzo, se encontró que en la cafetería San Francisco el mayor porcentaje de estudiantes respondieron No, con un 92,9%, en la cafetería de la sede Madre Caridad el mayor porcentaje de estudiantes respondieron que No, con un 88,2%, por último, la sede ubicada entre María Inmaculada y San Francisco el mayor porcentaje es No con 78,6%.

**Figura 12**

*Distribución porcentual de la compra de alimentos en la media tarde de los estudiantes de pregrado que hacen uso de los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



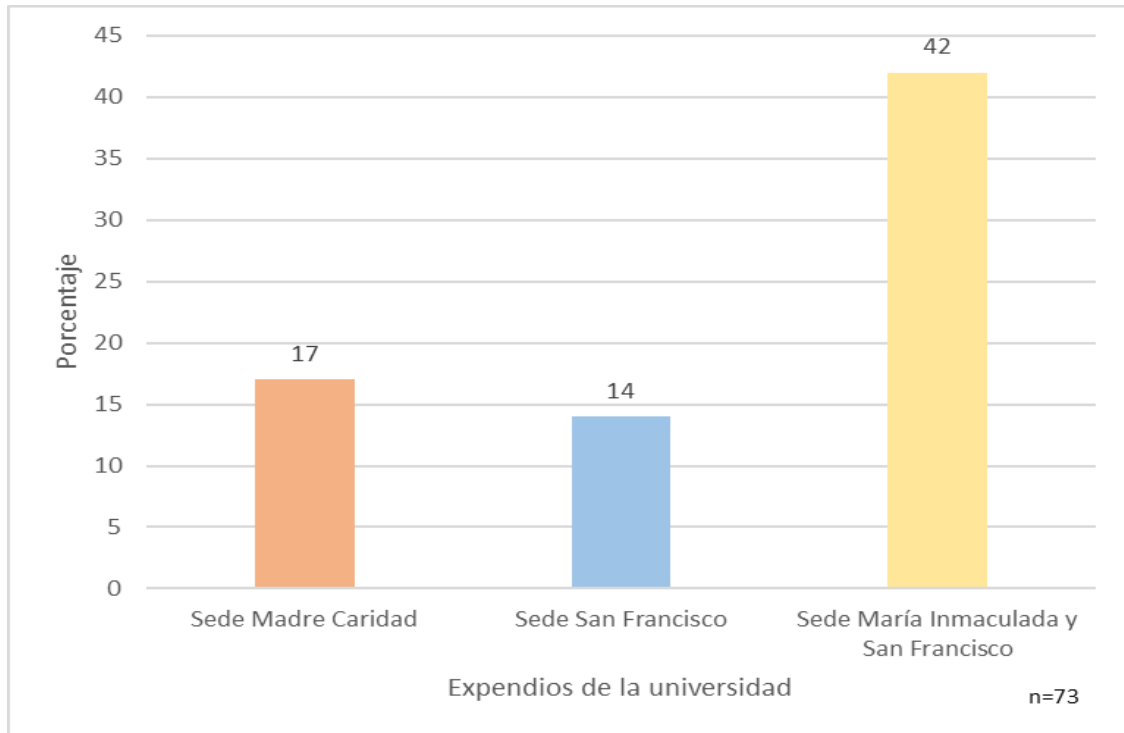
De acuerdo a la figura 12, respecto a los estudiantes que compran en los expendios de alimentos en la media tarde, se encontró que en la cafetería Madre Caridad el mayor porcentaje de estudiantes respondieron Sí, con un 82,4%, en la cafetería de la sede entre María Inmaculada y San Francisco el mayor porcentaje de estudiantes respondieron que Sí, con un 78,6%, por último, la sede ubicada entre María Inmaculada y San Francisco el mayor porcentaje es Si con 57,1%.

### **2.3.2. Características sensoriales de los alimentos**

(Macho, 2020, p.1). “Es una función primaria del ser humano. Este de forma más o menos consciente, acepta o rechaza los alimentos de acuerdo con la sensación que experimenta al observarlos y/o ingerirlos”

**Figura 13**

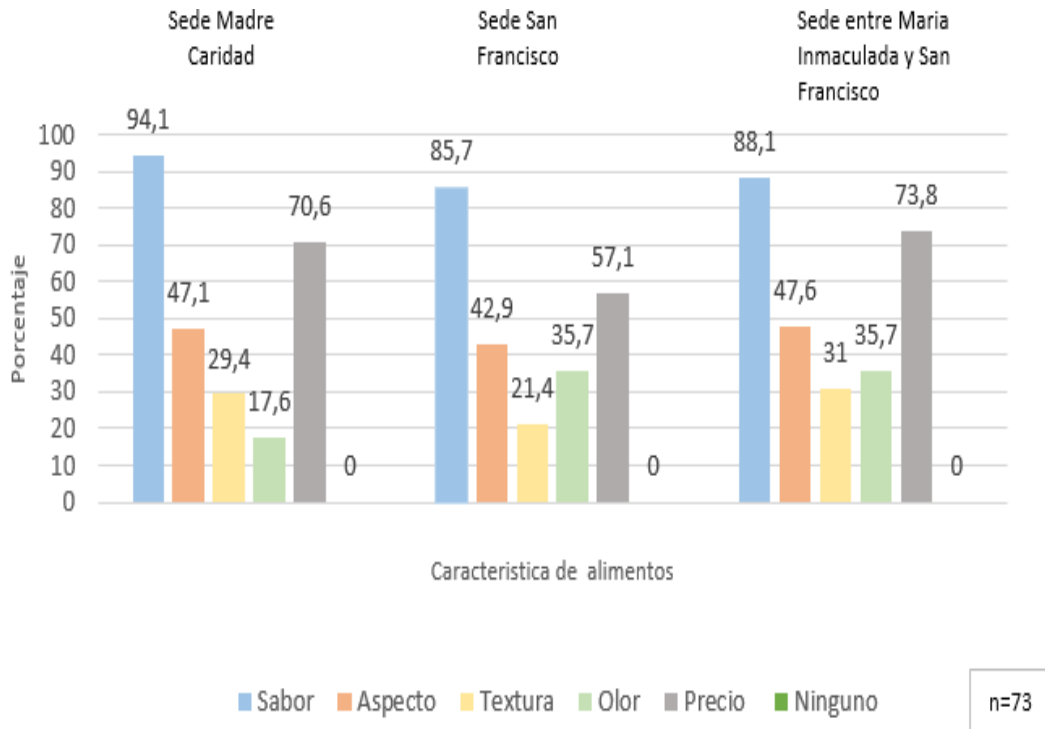
*Distribución porcentual de la elección del expendio de alimentos en el cual deciden comprar los estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 13, respecto a los estudiantes que usan los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que el mayor porcentaje eligen comprar en la cafetería que se encuentra entre la sede María Inmaculada y San Francisco con un 42%, el 17% de ellos eligen comprar en la cafetería ubicada en el primer piso de la sede Madre Caridad, y por último el 14% en la cafetería del primer piso de la sede San Francisco

**Figura 14**

*Distribución porcentual de las características que los estudiantes de pregrado tienen en cuenta a la hora de comprar en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 14, respecto a las características de los alimentos que los estudiantes de pregrado tienen en cuenta a la hora de comprar en los expendios de alimentos de la Universidad, se encontró que, en las 3 cafeterías la característica predominante es el sabor, con un mayor porcentaje en la cafetería ubicada en la Sede Madre Caridad con el 94,1%, siguiendo la cafetería entre la Sede María Inmaculada y San Francisco con el 88,1%, y por último, en la cafetería de la Sede San Francisco con el 85,7%.

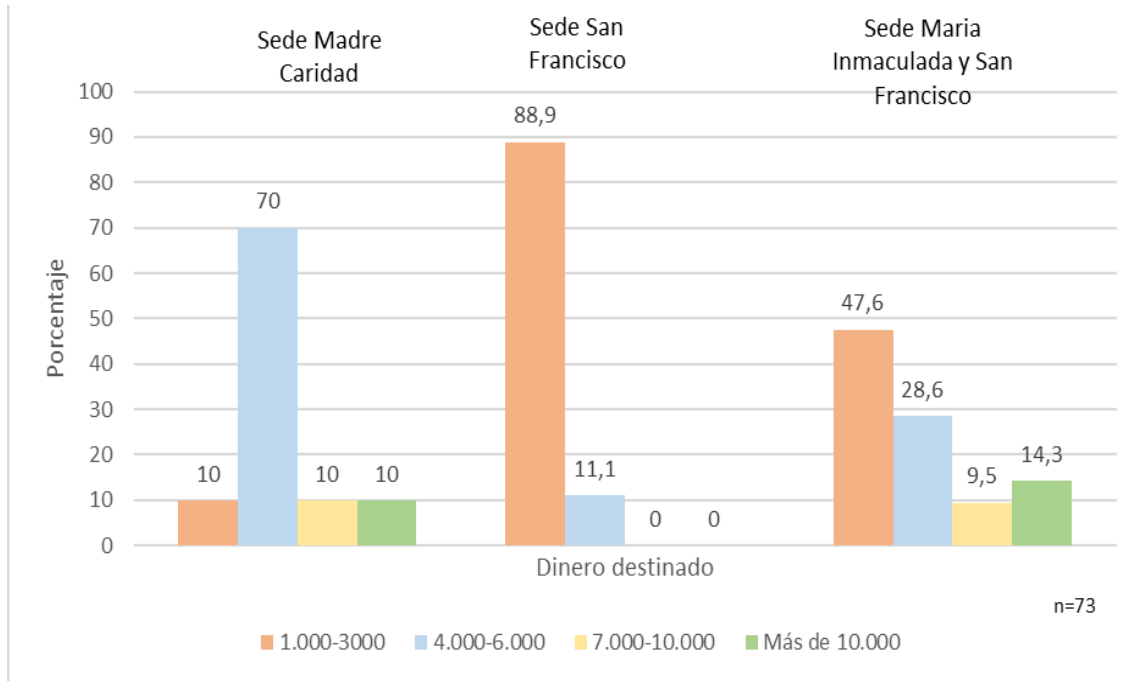
### **2.3.3. Factores asociados a los recursos económicos**

Son aquellos medios de pago, los cuales permiten satisfacer las elecciones de alimentos (Asmundson y Oner, 2012; RAE, 2022).



**Figura 15**

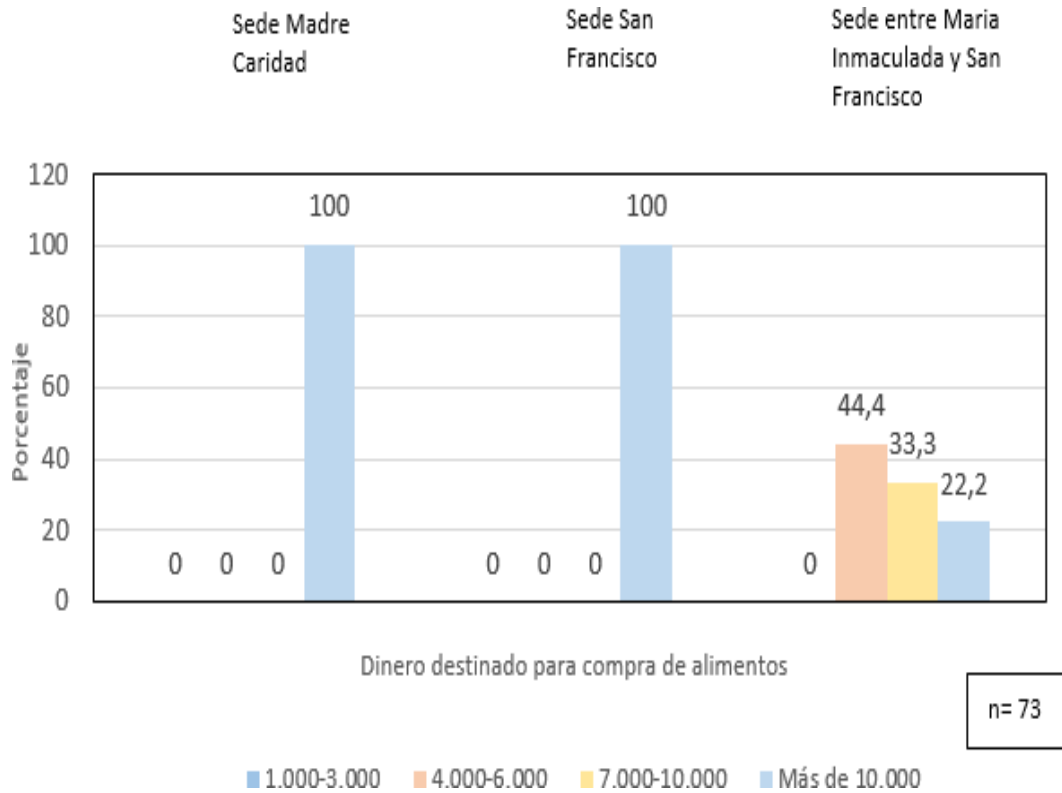
*Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media mañana.*



Según la figura 15, respecto a los estudiantes que contestaron que, si compraban alimentos en los expendios de la Universidad en la media mañana, se encontró que en la cafetería ubicada en la sede San Francisco el 88,9% respondieron que el dinero destinado para la compra de alimentos es de \$1.000 - \$3.000, en la cafetería de la sede Madre Caridad el 70% de los encuestados respondieron que el dinero destinado para la compra de alimentos es de \$4.000 - \$6.000. Por último, en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco el 47,6% respondieron que el dinero destinado para la compra de alimentos es de \$1.000 - \$3.000.

**Figura 16**

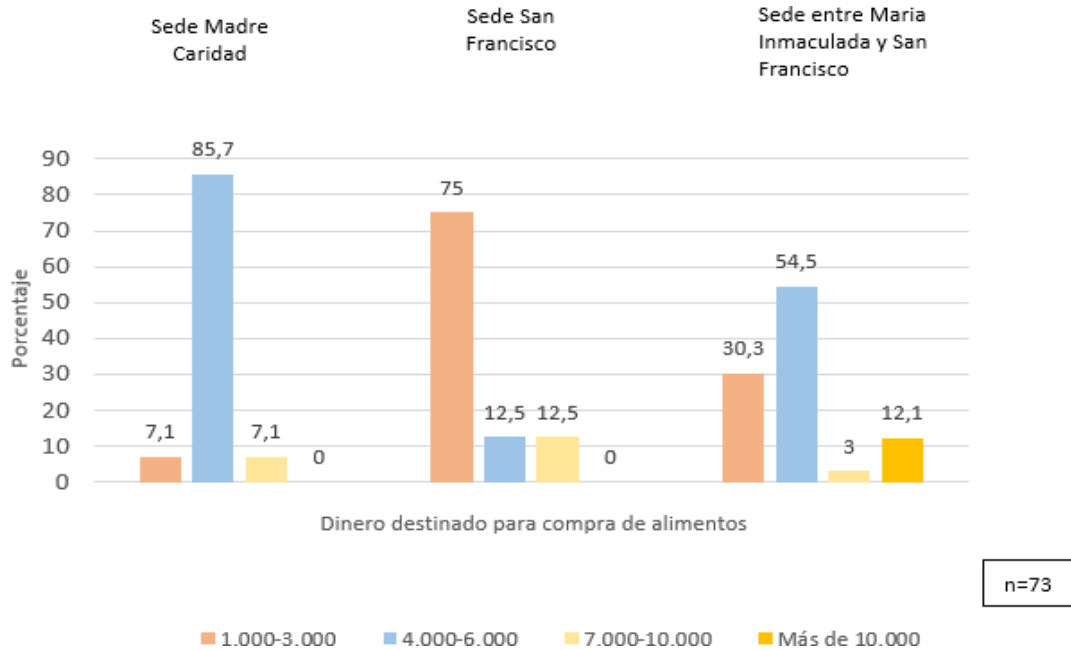
*Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en el almuerzo.*



De acuerdo a la figura 16, respecto a los estudiantes que contestaron que, si compraban alimentos en los expendios de la Universidad en el almuerzo, se encontró que el dinero destinado a esa hora en la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad y en la sede San Francisco el 100% de estudiantes respondieron que el dinero destinado para la compra es más de \$10.000, siendo así el porcentaje mayor. En la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco el 44,4% de estudiantes destina aproximadamente \$4.000- \$6.000 pesos y el 22,2% de estudiantes respondieron que destinan más de \$10.000 para la compra de alimentos en la cafetería de la Universidad.

**Figura 17**

*Distribución porcentual del dinero que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media tarde.*



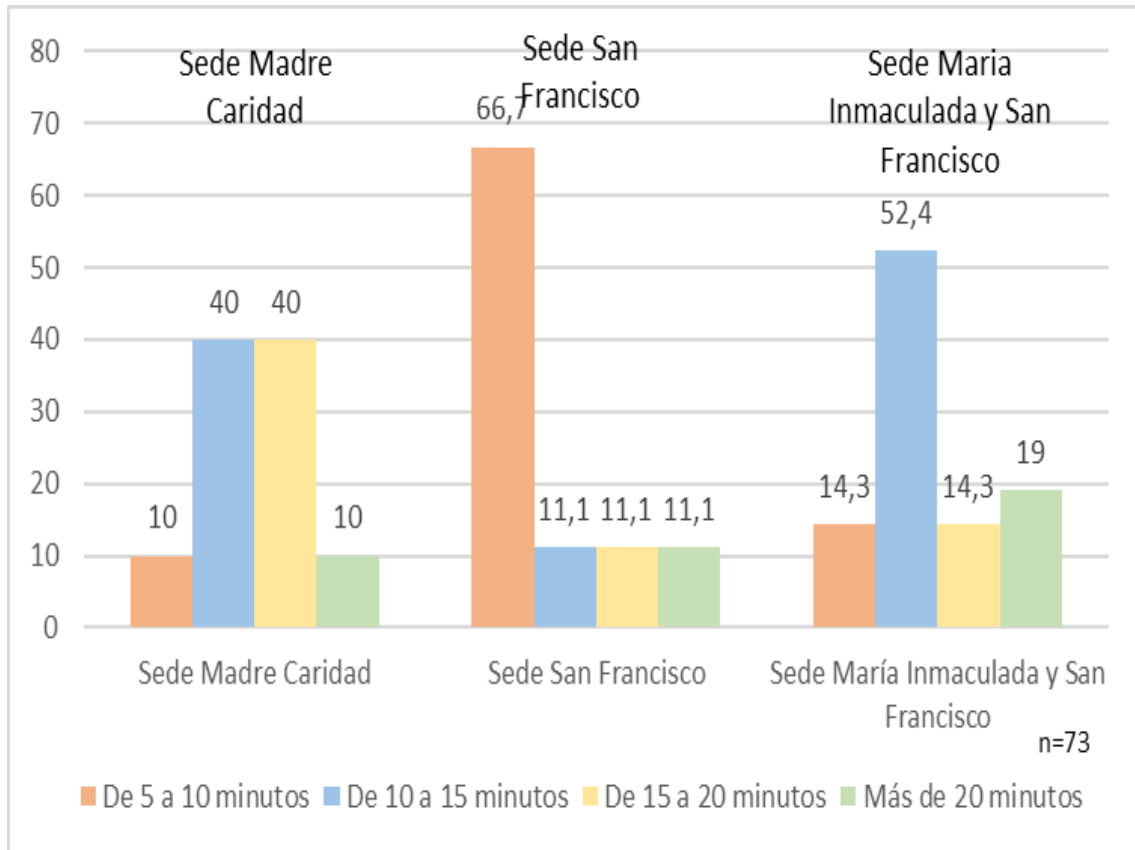
De acuerdo a la figura 17, respecto a los estudiantes que contestaron que si compraban alimentos en los expendios de la Universidad en horas de media tarde, se encontró que el dinero destinado a esa hora en la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad el 85,7% de estudiantes respondieron que el dinero destinado para la compra es de \$4.000 - \$6.000, en la cafetería de la Sede San Francisco el 75 % de estudiantes respondieron que destinan entre \$1.000- \$3.000, por último en la cafetería ubicada entre la Sede María Inmaculada y San Francisco el 54,4% de estudiantes destina \$4.000 - \$6.000.

#### **2.3.4. Factores asociados al tiempo en la compra de alimentos**

El tiempo libre es uno de los factores más importantes para el desarrollo social y el bienestar personal, donde se considera que este incrementa las probabilidades de la inclusión social, la participación comunitaria (Arcila et al., 2018).

**Figura 18**

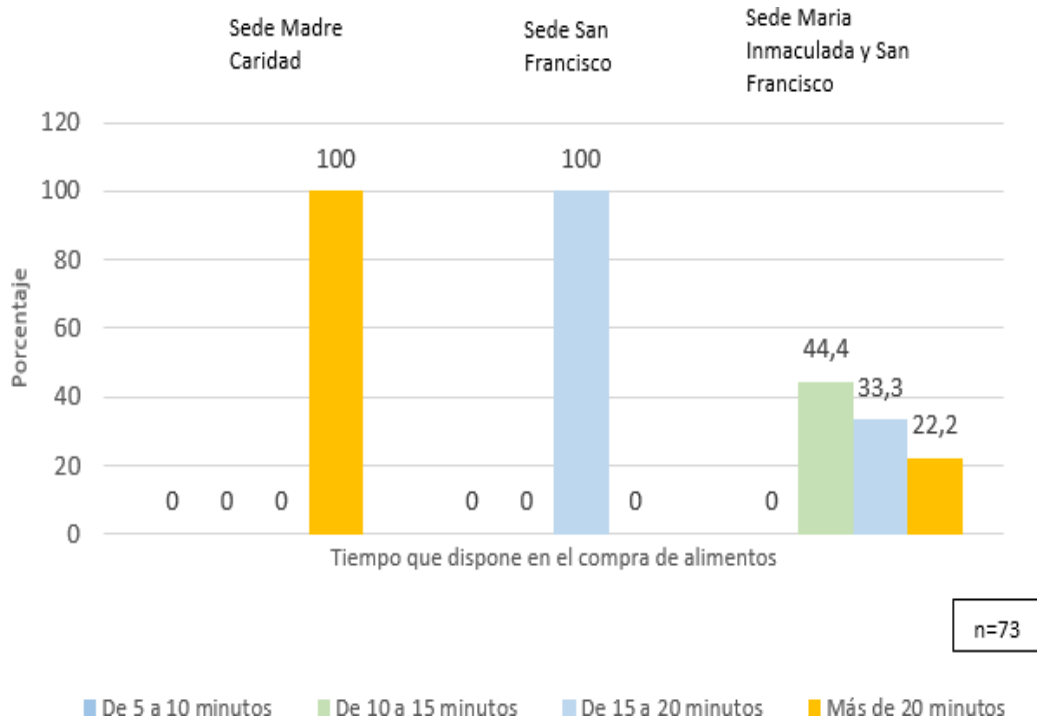
*Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media mañana.*



De acuerdo a la figura 18, respecto a los estudiantes que contestaron que si compraban alimentos en los expendios de la Universidad en la media mañana, se encontró que en la cafetería de la sede San Francisco el 66,7% de los encuestados respondieron que el tiempo que disponen para la compra de alimentos es de 5 a 10 minutos, en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco el 52,4% de los encuestados respondieron que el tiempo que disponen para la compra de alimentos es de 10 a 15 minutos, en la cafetería de la sede Madre Caridad el 40% de los encuestados respondieron que el tiempo que disponen para la compra de alimentos es 10 a 15 minutos, y otro 40% de 15 a 20 minutos.

**Figura 19**

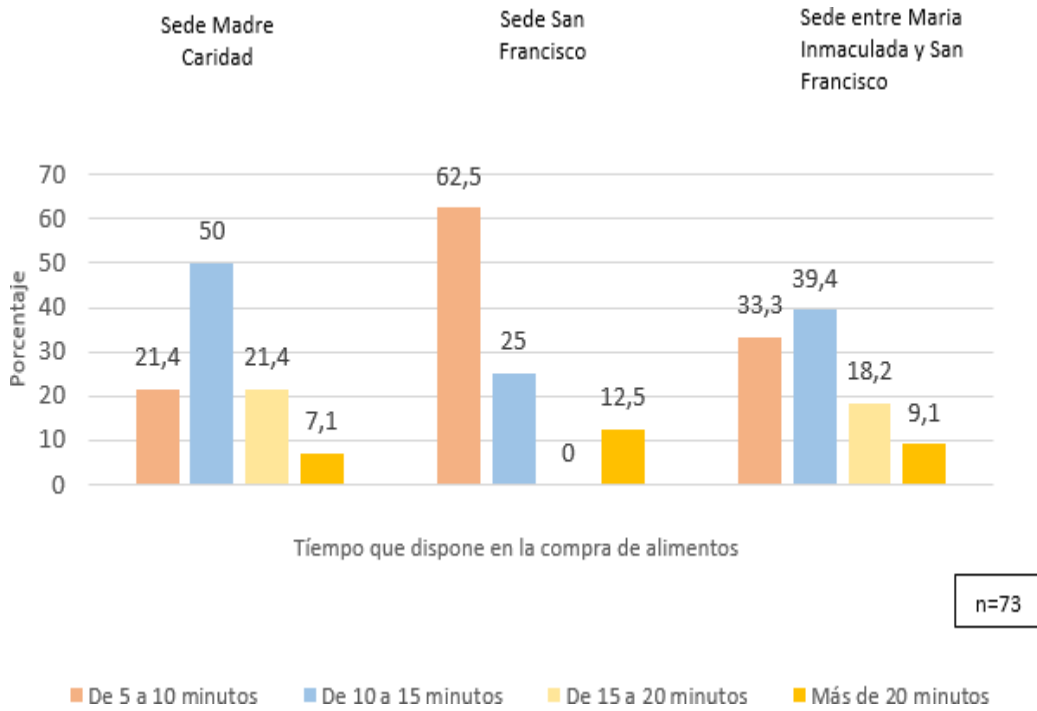
*Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en hora de almuerzo.*



De acuerdo a la figura 19, respecto a los estudiantes que contestaron que si compraban alimentos en la Universidad en el almuerzo, el tiempo que disponen para la compra de alimentos en los expendios de la Universidad, se encontró que en la cafetería ubicada en la sede Madre caridad el 100% dispone de más de 20 minutos en la compra de alimentos, por otro lado en la sede San Francisco el 100% respondieron que disponen de 15 a 20 minutos, siendo estas las que tienen el mayor porcentaje, por último en la Sede entre María Inmaculada y San Francisco el 44,4% respondieron que disponen de 10 a 15 minutos, el 22,2 % de 15 a 20 minutos.

**Figura 20**

*Distribución porcentual del tiempo que disponen los estudiantes de pregrado en la compra de alimentos en los expendios de la Universidad Mariana en la media tarde.*



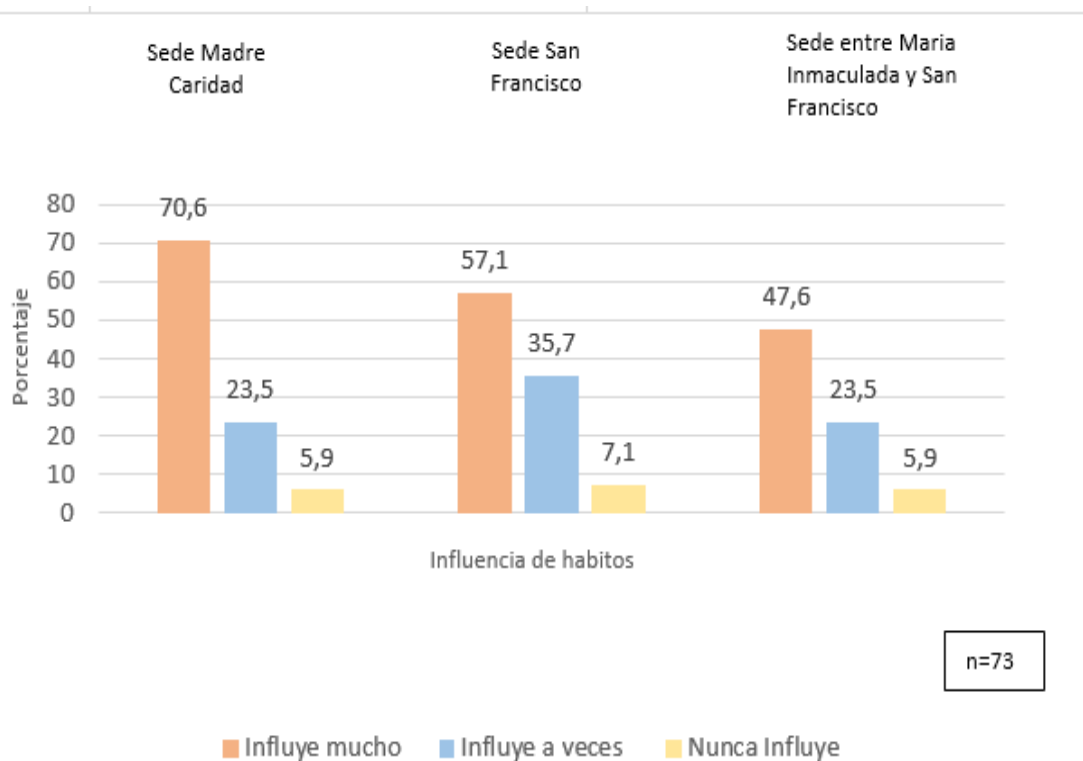
De acuerdo a la figura 20, respecto a los estudiantes que contestaron que si compraban alimentos en la Universidad en la media tarde, el porcentaje máximo de tiempo que disponen para la compra de alimentos en los expendios de la Universidad se encontró en la cafetería ubicada en la sede San Francisco con un 62,5%, donde disponen de 5 a 10 minutos en la compra de alimentos, en la sede Madre Caridad el 50% de estudiantes disponen de 10 a 15 minutos, por último en la sede entre María Inmaculada y San Francisco el 39,4 % de estudiantes respondieron de 15 a 20 minutos.

### 2.3.5. Características socioculturales

Propiedades fundamentadas en el estilo de vida que se afectan por la variedad de corrientes sociales, económicas y políticas (Narváez et al. 2019).

**Figura 21**

*Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran que los hábitos alimentarios influyen en sus preferencias a la hora de elegir un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



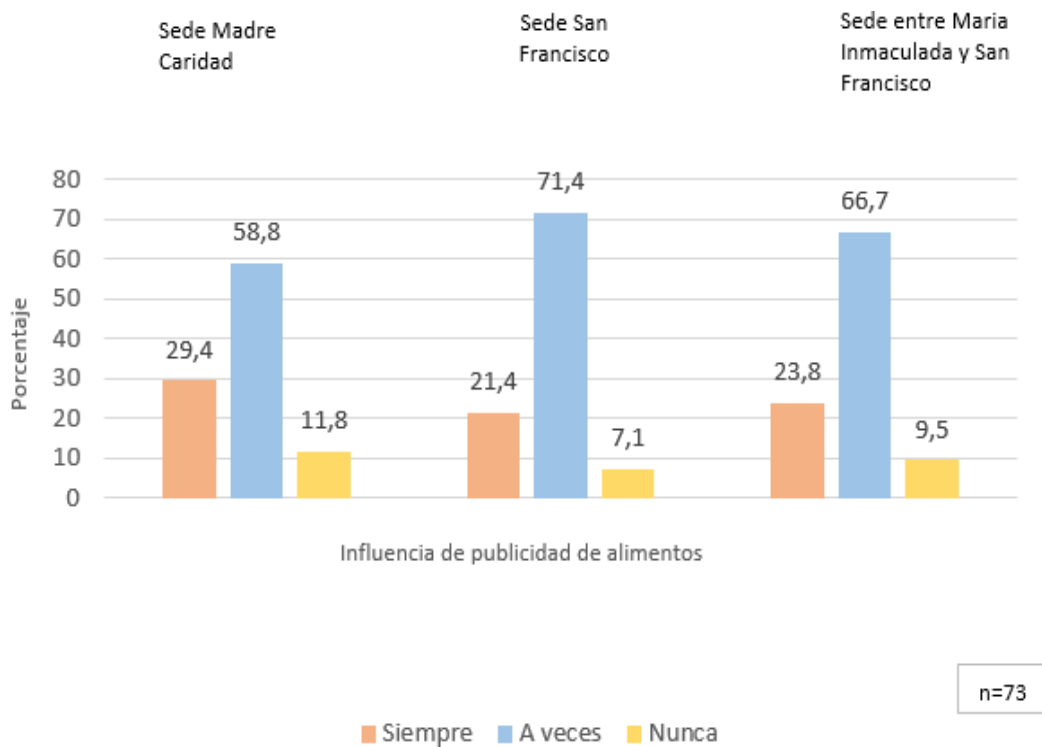
De acuerdo a la figura 21, respecto a lo que consideran los estudiantes de pregrado sobre si los hábitos alimentarios influyen a la hora de elegir un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad, se encontró que en las tres cafeterías los estudiantes consideran que influye mucho, con el 70,6% en la cafetería ubicada en la Sede Madre Caridad, el 51,1% en la cafetería de la Sede San Francisco y, por último, el 47,6% en la cafetería entre la Sede María Inmaculada y San Francisco.

### 2.3.6. Factor asociado a publicidad

Acción y efecto de percibir la influencia de diversas actividades en la promoción de ventas mediante el anuncio de los productos (RAE, 2020; DPEJ, 2022).

**Figura 22**

*Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran que la publicidad repercute a la hora de comprar un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 22, respecto si los estudiantes de pregrado consideran que la publicidad repercute a la hora de comprar un alimento en los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en las tres cafeterías los estudiantes consideran que a veces, específicamente con el 71,4% en la cafetería de la Sede San Francisco, con el 66,7% en la cafetería entre la Sede María Inmaculada y San Francisco y por ultimo con el 58,8% en la cafetería ubicada en la Sede Madre Caridad.

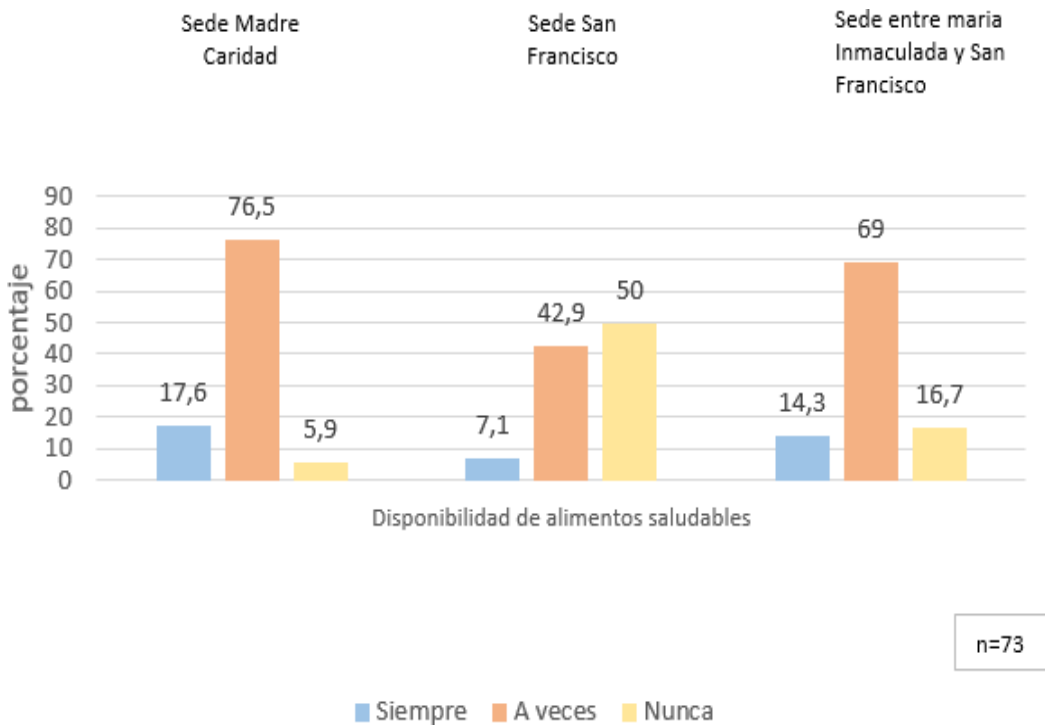


### 2.3.7. Factores asociados a disponibilidad de alimentos

Sensación interior que resulta de una impresión producida por el suministro de alimentos que pueden estar dentro de la producción familiar, comercial, reservas de alimentos, importaciones, y la asistencia alimentaria. (RAE, 2020; OPS, 2010)

**Figura 23**

*Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran si existe disponibilidad de alimentos saludables en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



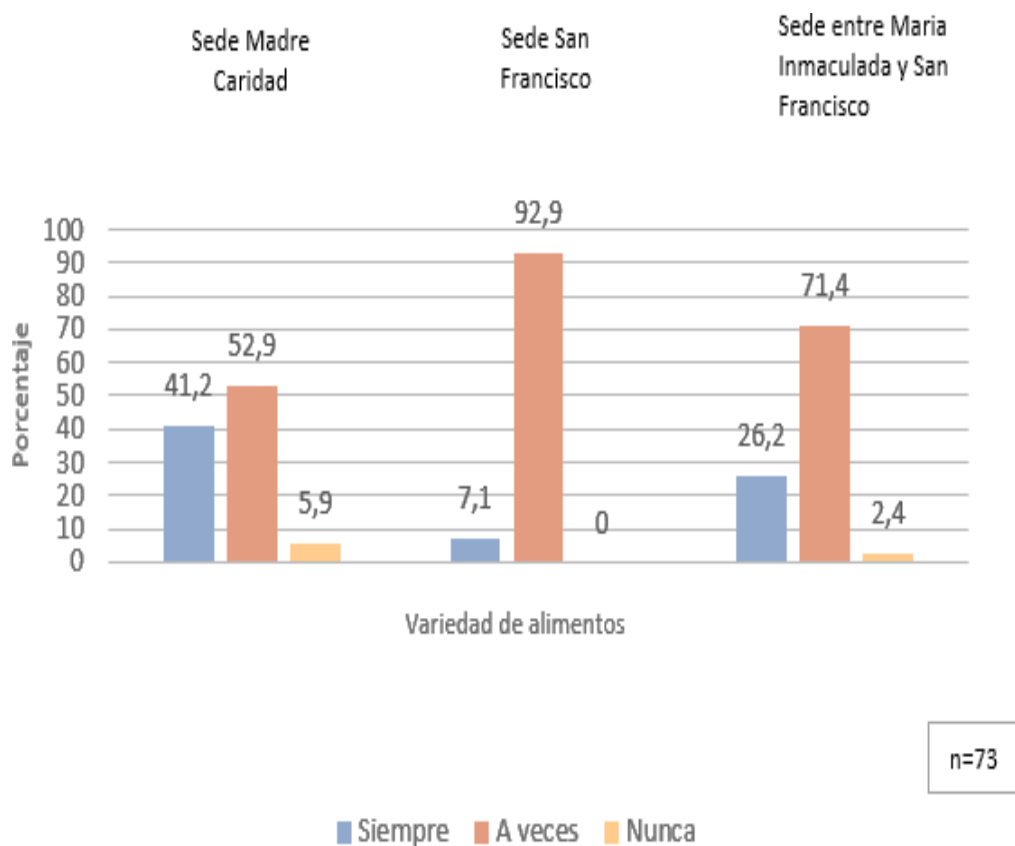
De acuerdo a la figura 23, respecto a lo que consideran los estudiantes de pregrado sobre la disponibilidad de alimentos saludables en los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en la cafetería ubicada en la Sede Madre Caridad el 76,5 consideran que a veces encuentran alimentos saludables, la cafetería entre la Sede María Inmaculada y San Francisco el 69% considera que a veces encuentran alimentos saludables, y, por último en la cafetería Sede San Francisco el 50% consideran que nunca encuentran alimentos saludables.

### 2.3.8. Factores asociados a la variedad de alimentos

(Izquierdo et al., 2004, párr. 9). “La variedad de alimentos se refiere a la inclusión de diferentes tipos de alimentos en la dieta de una persona”

**Figura 24**

*Distribución porcentual de los estudiantes de pregrado que consideran si existe variedad de alimentos en los expendios de alimentos de la Universidad Mariana.*



De acuerdo a la figura 24, respecto a lo que consideran los estudiantes de pregrado sobre si hay variedad de alimentos en los expendios de alimentos de la Universidad se encontró que, en la cafetería de la Sede San Francisco el 92,9% a veces encuentra variedad, en la cafetería entre la Sede María Inmaculada y San Francisco el 71,4% consideran que a veces encuentra variedad, y,

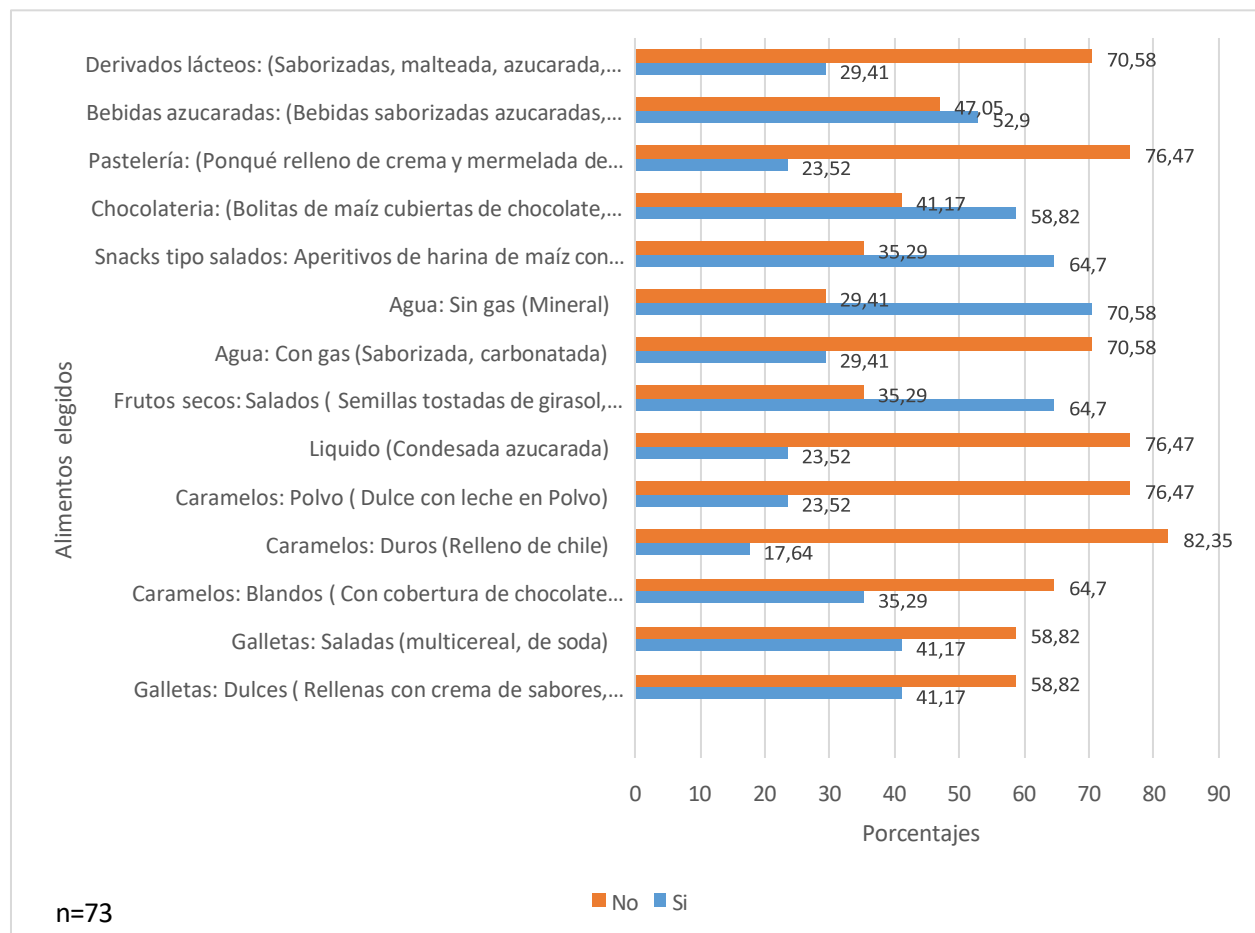
por último, en la cafetería ubicada en la Sede Madre Caridad el 52,9% a veces encuentran variedad.

### 2.3.9. Factores asociados a las preferencias alimentarias

(Arboleda y Villa, 2016, párr. 56). “Las preferencias alimentarias están dadas por el gusto, una experiencia que puede ser positiva o negativa frente a los alimentos y que combina sabor, agrado y en ocasiones, costumbre”

#### Figura 25

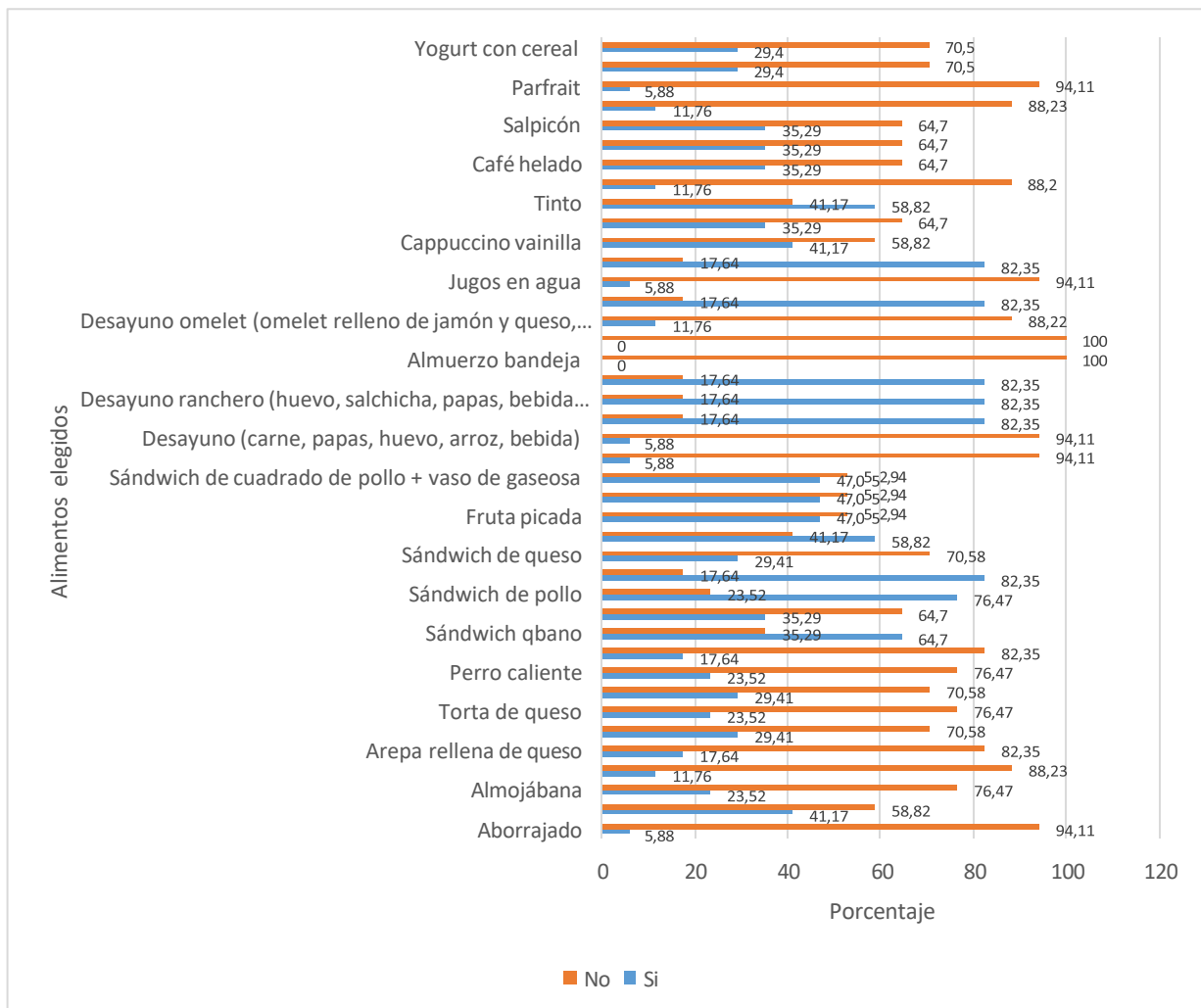
Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede Madre Caridad).



De acuerdo a la figura 25, en la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad, respecto a los alimentos listos para el consumo se presenta un comportamiento de consumo mayoritario de agua mineral sin gas con un porcentaje de 70,58% a diferencia de los derivados lácteos que tiene un carácter de menor consumo con el 29,41%, además se encontró un elevado consumo de productos de snacks salados con el 64,7% y un carácter de menor consumo de galletas dulces con el 41,17%.

**Figura 26**

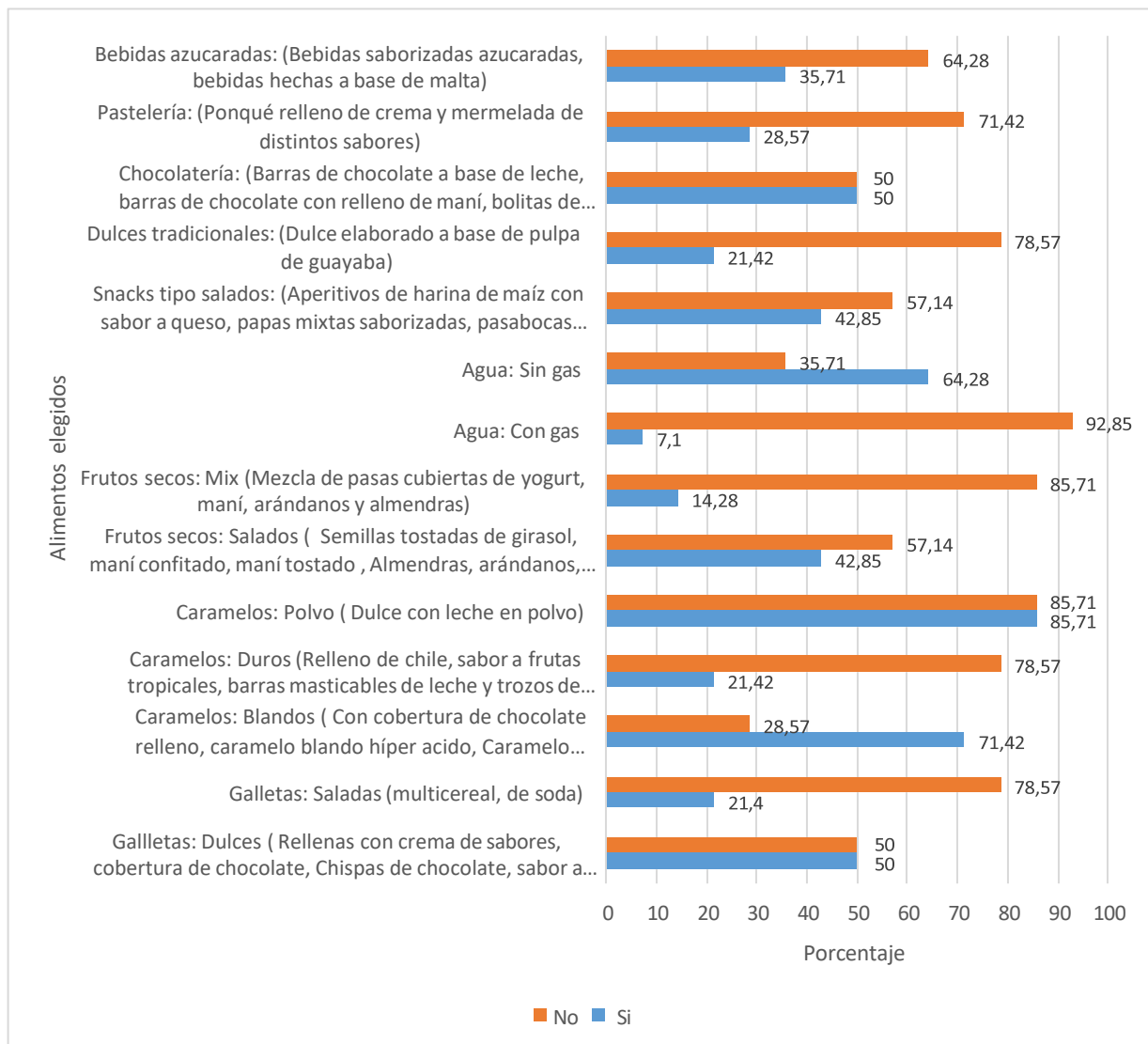
*Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede Madre Caridad).*



De acuerdo a la figura 26, en la cafetería ubicada en la sede Madre Caridad respecto a los alimentos preparados en sitio, se encontró que se presenta un mayor consumo de desayuno sencillo, desayuno ranchero, almuerzo completo, jugos en leche y cappuccino con un mismo porcentaje de 82,35%, seguidos del sándwich de pollo con un porcentaje de 76,47 % y el sándwich qbano con un 64,7 %. A diferencia de alimentos como la sopa y la bandeja que 100 % de los encuestados marcó que no consumen estos alimentos.

### Figura 27

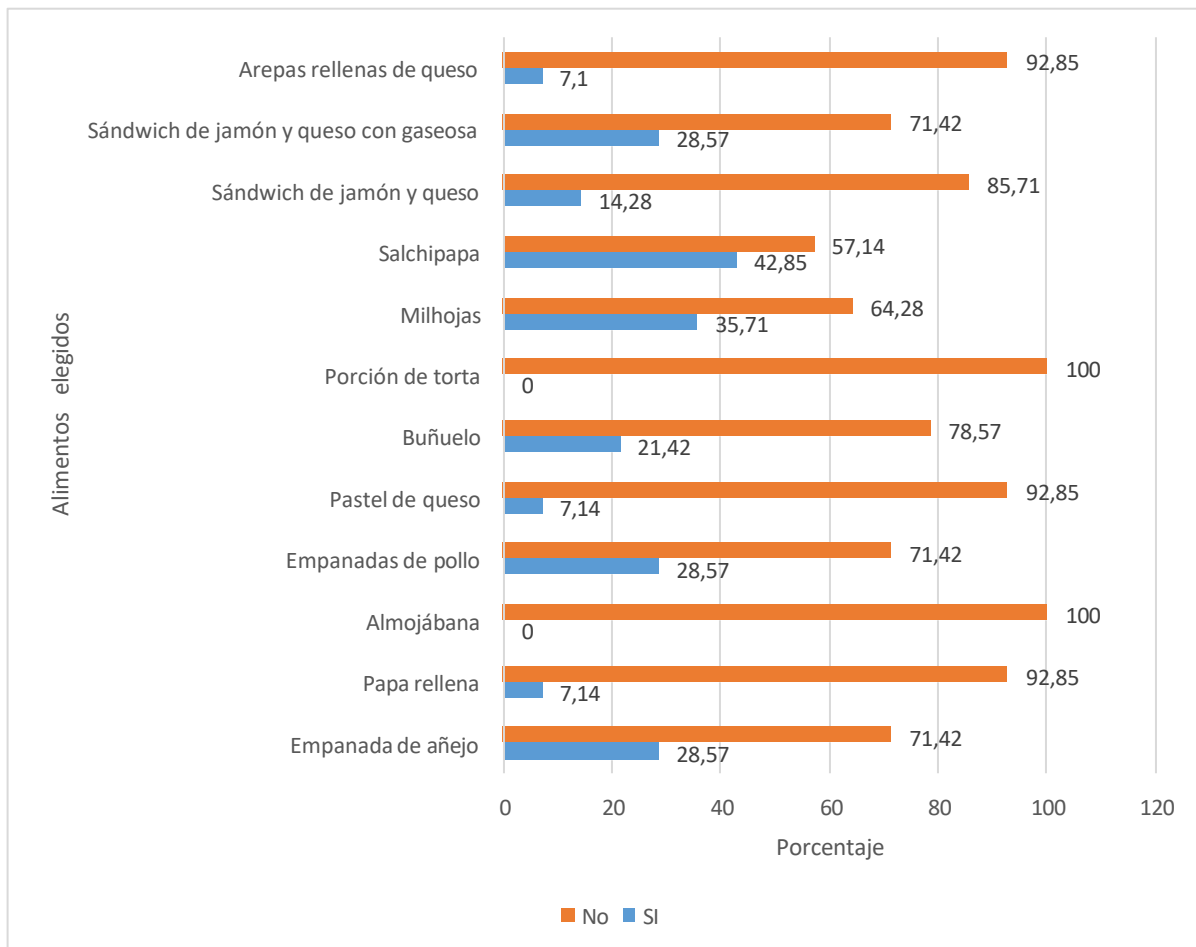
*Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede San Francisco).*



De acuerdo a la figura 27, en la cafetería ubicada entre la San Francisco, respecto a los alimentos listos para el consumo, se presenta un comportamiento mayoritario de consumo de caramelos en polvo con un porcentaje de 85,71% mientras que los dulces tradicionales tienen un comportamiento de carácter menor con un 21,42%, así mismo, el consumo de caramelos blandos presenta mayor consumo con 71,42% a diferencia de chocolatería que tiene un comportamiento de carácter menor con 50%.

**Figura 28**

*Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede San Francisco).*

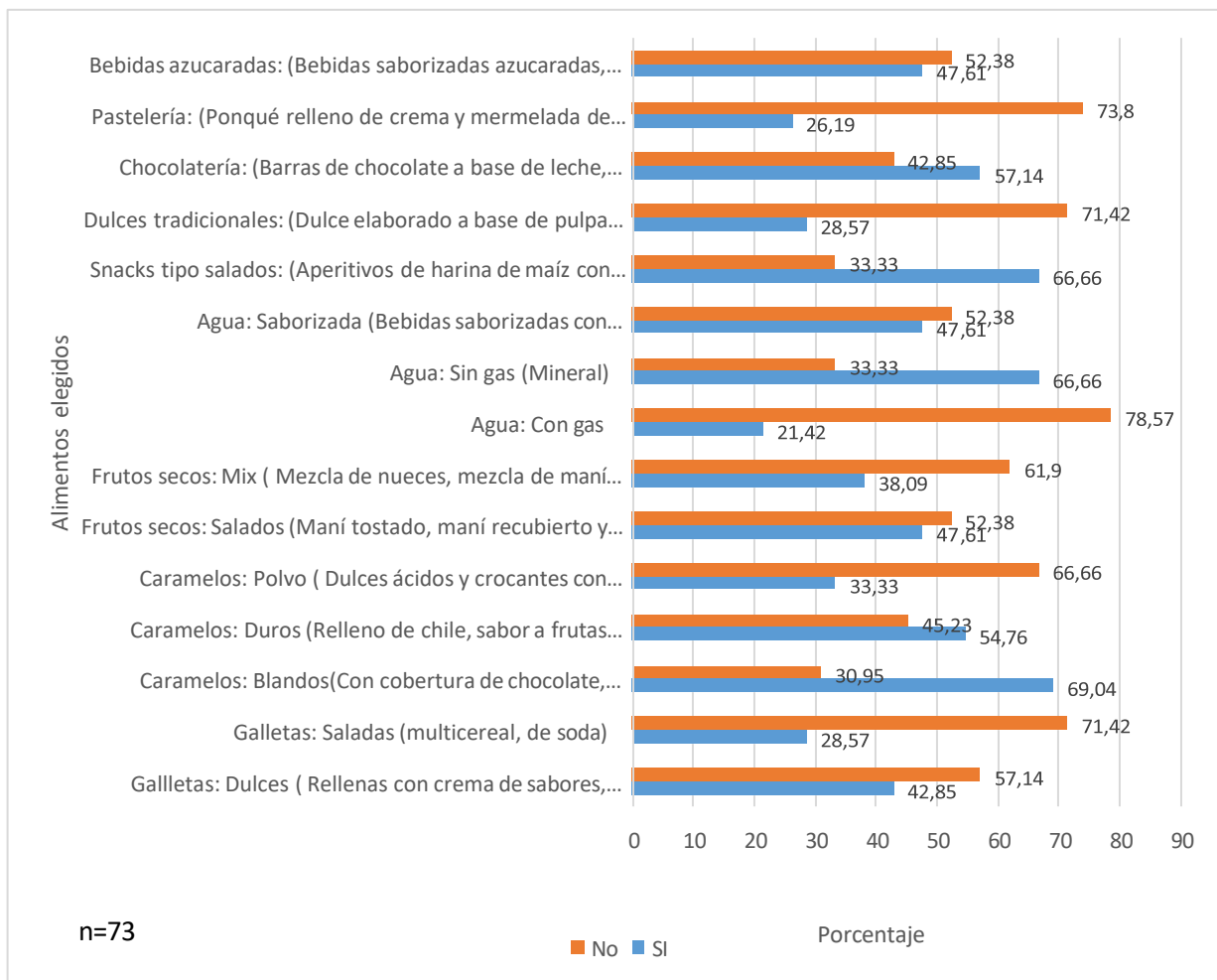


De acuerdo a la figura 28, en la cafetería de la sede San Francisco respecto a los alimentos preparados en sitio se presenta un comportamiento mayoritario de consumo de salchipapa con un

porcentaje de 42,85 %, mientras que las arepa rellenas de queso tienen un comportamiento de carácter menor con un porcentaje de 7,1 %, así mismo, se encuentran las milhojas con consumo elevado con un porcentaje de 35,71% a diferencia del pastel de queso y papa rellena que tienen un comportamiento de carácter menor con un porcentaje igual de 7,14%, además también se encontró un consumo mayoritario de sándwich con jamón y gaseosa, empanadas de pollo y empanada de ñeño con un porcentaje igual de 28,57 % , mientras que el sándwich de jamón y queso tiene un menor consumo con un porcentaje de 14,28%.

**Figura 29**

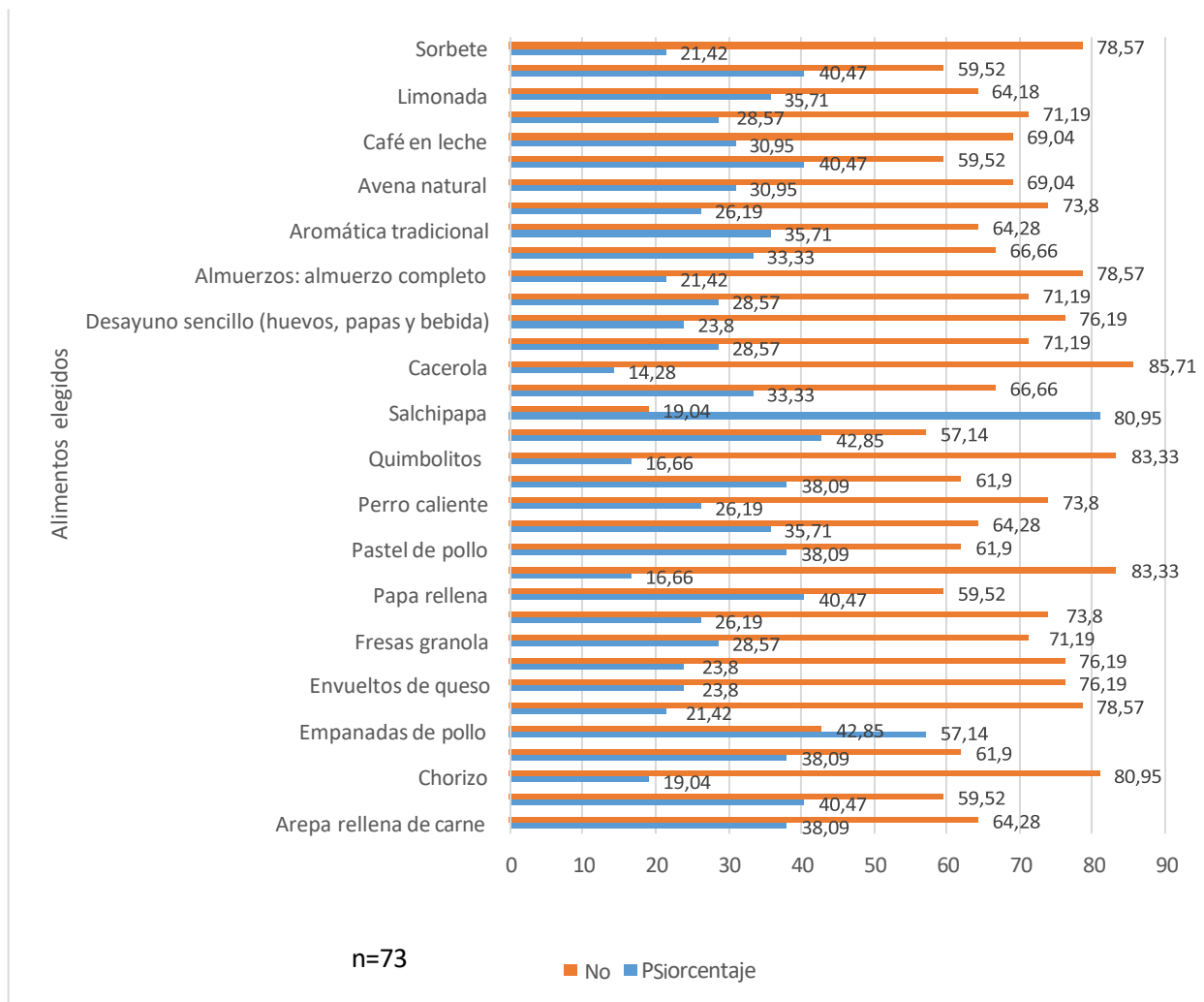
*Distribución porcentual de alimentos listos para el consumo que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (sede entre María Inmaculada y San Francisco).*



De acuerdo a la figura 29, en la cafetería de la sede entre María Inmaculada y San Francisco respecto a los alimentos listos para el consumo se presenta un comportamiento mayoritario de consumo de caramelos blandos con un porcentaje de 69,04 %, mientras que el agua con gas tiene un comportamiento de carácter menor con un porcentaje de 21,42 %, así mismo, se encuentran el agua sin gas y snacks tipo salados con consumo elevado con un porcentaje igual de 66,6 % a diferencia de pastelería que tienen un comportamiento de carácter menor con un porcentaje igual de 26,19%.

**Figura 30**

*Distribución porcentual de alimentos preparados en sitio que eligen los estudiantes de pregrado en la cafetería de la Universidad Mariana (Sede entre María Inmaculada y San Francisco).*



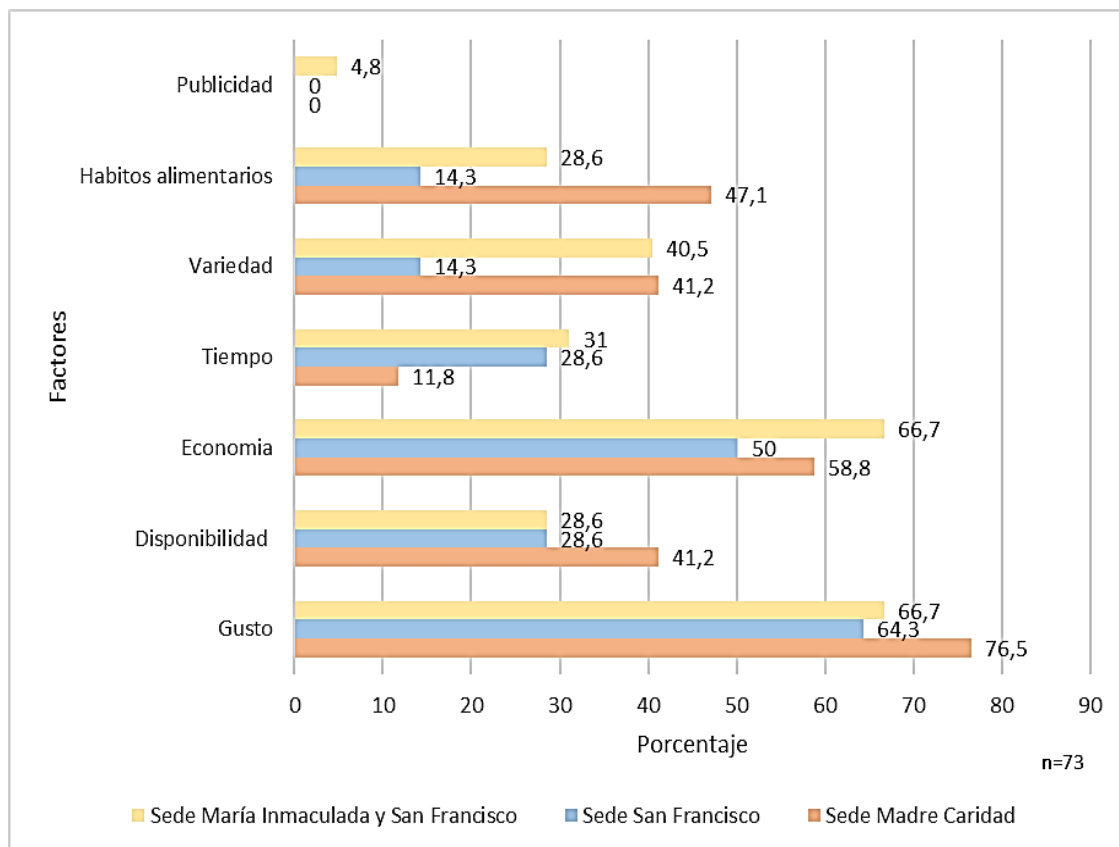


De acuerdo a la figura 30, en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco respecto a los alimentos preparados en sitio, se encontró que se presenta un mayor consumo de salchipapa con un porcentaje de 80,95 %, seguido de las empanadas de pollo con un 57,14 % y salchipapa ranchera con un 42,85 %. A diferencia de alimentos como la cacerola que el 85,71 % de los encuestados marcó que No consumen este alimento, al igual que los quimbolitos y la papa con maní con un mismo porcentaje de 83,33 %.

### 2.3.10. Diferentes factores

**Figura 31**

*Distribución porcentual de los factores que tienen en cuenta a la hora de elegir alimentos los estudiantes de pregrado de la Universidad Mariana.*



En cuanto a la figura 31, respecto a los diferentes factores que tienen en cuenta los estudiantes a la hora de elegir alimentos se puede determinar que en la cafetería Madre Caridad el gusto

tiene el porcentaje más representativo con 76,5%, en la cafetería ubicada entre la sede María Inmaculada y San Francisco el mayor porcentaje lo tiene el gusto y la economía con 66,7%, por último, en la cafetería San Francisco el mayor porcentaje lo tiene el gusto con un 64,3%.

## **2.4 Discusión**

En el estudio realizado se determinó la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. Del mismo modo, se caracterizó sociodemográficamente, se identificó la oferta alimentaria en los expendios de alimentos y se analizó los factores que intervienen en las elecciones alimentarias de los consumidores en la Universidad Mariana.

Por lo tanto, se tiene en cuenta la oferta alimentaria, la cual tiene relación con la disponibilidad de alimentos que es un componente clave en la seguridad alimentaria de una población, dentro de la seguridad alimentaria la “oferta” se refiere al nivel de producción de alimentos, los niveles de las existencias y el comercio neto (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2011). En las universidades hay una inadecuada oferta para la selección de alimentos saludables, además las costumbres alimentarias adquiridas desde los hogares y la situación económica de los estudiantes condicionan sus hábitos alimentarios (Troncoso, 2011). Por lo que se necesita que haya una oferta de alimentos adecuada para garantizar que las personas tengan acceso a una dieta saludable y equilibrada.

Una alimentación adecuada mejora el estado de nutrición al asegurar que los requerimientos de energía y nutrientes estén satisfechos a través de la comida que se consume, lo que resulta en una mayor eficacia en las actividades diarias. Las personas que siguen este enfoque tienden a tener una dieta más baja en grasas y más enriquecida con fibra, vitaminas y minerales (Corazón, 2020). De tal forma que llevar una vida saludable conlleva múltiples beneficios: mejora la calidad de vida, previene el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles, mejora el humor y la autoestima, aumenta la energía, mejora el aspecto físico, entre otros (Sistema de Atención Integral a la Salud, 2019).

Comprendido lo anterior, es importante mencionar las características sociodemográficas, en donde se encuentra que, en dos de las cafeterías de la Universidad el mayor porcentaje de consumidores son mujeres. Esto también lo evidenció (Castillo y Gamarra, 2021) donde determinan que las personas que mayormente asisten a una cafetería son las mujeres, esto puede ser debido a que la mujer en la actualidad presenta un papel mucho más protagónico en la sociedad, eso se puede determinar desde la compra de alimentos, haciendo que se conviertan en una nueva masa de consumidoras.

Por otra parte en el estudio de (Chacón y Shaw, 2015) se determina que las principales características socioculturales identificadas fueron que el 80% de los jóvenes universitarios son estudiantes diurnos, entre los cuales el 62% pertenecen a universidades públicas y el 78% pertenecen a estratos socioeconómicos 2 y 3. Esto se asemeja a los resultados de esta investigación en la cual se evidencia que en los consumidores de la universidad predominan los estratos bajos y esto también se puede ver reflejado en que los estudiantes respondieron que sus ingresos mensuales o de su familia se encontraban alrededor de menos de 1 SMMLV hasta 2 SMMLV. A pesar de que en la universidad predominan los estratos bajos esto no influye en la compra de alimentos como se podrá ver analizado posteriormente.

En este mismo contexto se puede resaltar que en este estudio en 2 de las cafeterías de la universidad predominó la procedencia urbana. De acuerdo con esto en la investigación realizada por (Deliens, et, al., 2014) menciona que los entornos físicos y sociales interactúan continuamente con las conductas alimentarias, por lo que puede ser un factor por el cual los estudiantes de procedencia urbana consuman frecuentemente en las cafeterías. Esto también se puede argumentar con otro estudio efectuado por (Velero, et, al., 2015), en el que describe que en algunos países la comida chatarra y los ultraprocesados aún siguen siendo más predominantes en las ciudades, y la idea de la comida saludable se sigue manteniendo para el medio rural. Esto puede ser una causa por la cual los estudiantes de procedencia urbana consuman mucho más en las cafeterías, además los patrones de alimentación de las personas se pueden ver influenciados por aspectos culturales como el lugar de procedencia puesto que en cada lugar tienen costumbres y tradiciones alimentarias propias.

En este orden de ideas en la investigación llevada a cabo por Castillo y Gamarra (2021) el mayor número de personas que consumen en un establecimiento, tienen entre 20 a 24 años. En otro estudio realizado por (Gómez y Gómez, 2018) en una muestra total de 270 estudiantes, la mayoría de estudiantes se encuentra en un rango de edad entre los 16 y 25 años. Estas dos investigaciones se pueden comparar con el presente estudio puesto que se destaca que en las 3 cafeterías de la Universidad Mariana el mayor porcentaje de consumidores se encuentra entre el rango de edad de 19-22 años, por lo que se determina que las personas que más consumen en las cafeterías son los adultos jóvenes, este resultado puede ser debido a que en la actualidad el mayor consumo se percibe desde los adolescentes, gracias a que tienen mayor poder de decisión de consumo y hasta de compra, aunque en muchos casos, no tienen poder económico directo, tienen una gran influencia para elegir lo que desean consumir (Castillo y Gamarra, 2021).

Por otro lado, (Gómez y Gómez, 2018) obtienen como resultado que el 60,37 % de los estudiantes encuestados no tenían empleo y un 84% compraban algún tipo de alimento en la universidad. Esta tendencia también se presenta en este estudio puesto que en las 3 cafeterías de la universidad el mayor porcentaje de los consumidores no tenía empleo. No tener empleo en la mayoría de personas que se encuentran estudiando educación superior no repercute en la compra de alimentos puesto que sus ingresos económicos no vienen de relaciones laborales, sino por el dinero de personas allegadas, como sus padres (Gil y Ríos, 2016). Esto puede dar a entender por qué también en las cafeterías de la universidad eligen los alimentos teniendo como prioridad el gusto antes que la economía y en solo una de ellas tenían en cuenta el gusto y la economía.

Respecto a las características sociodemográficas es importante resaltar los ingresos mensuales de los consumidores, según (Cancino y Velasco, 2014) los estudiantes universitarios tienen ingresos económicos entre menos de un salario SMMLV y un SMMLV, añadiendo que estos en mayor promedio provienen por la familia, ahora bien, lo anteriormente mencionado se relaciona con la investigación de (Martínez, et, al. 2020) donde expresa que los ingresos mensuales de los estudiantes son significativos por el aporte que generan los recursos familiares, becas o préstamos al Icetex y en menor medida los ingresos propios, por ende, en relación a los estudios anteriores se encuentra una semejanza con este estudio, puesto que los estudiantes tienen una estimación de ingresos en menos de un SMMLV, un SMMLV y dos SMMLV, por lo cual, se puede deducir,

que estos resultados es debido a que algunos estudiantes solo dependen de becas y por ello sus ingresos son bajos, otros de sus ingresos propios o recursos familiares, y por último, los ingresos mensuales altos se debe a una combinación de ingresos familiares y propios.

De acuerdo a la oferta alimentaria de las cafeterías se determina que, según OPS (2019) la oferta y demanda de alimentos ultraprocesados ha incrementado en los últimos años debido a la tendencia que es impulsada por el marketing y la publicidad, aún más cuando se trata de centros educativos en el que se oferta opciones rápidas y de fácil acceso para el consumidor. Por lo tanto, se puede decir que la demanda se ve influenciada por el marketing y por el fácil acceso a estos productos, aún más cuando están cerca del entorno OPS (2015). Lo anteriormente mencionado se relaciona de forma directa con el estudio realizado donde se encontró que existe una alta oferta de ultraprocesados en las tres cafeterías.

En cuanto a la categoría de alimentos listos para consumir, se destaca la opción de desayunos, como sugiere (Caicedo y Pérez, 2023) señala que las cafeterías universitarias, ubicadas en el rango intermedio de alternativas, ofrecen opciones caseras de desayunos, dado que la demanda de productos de cafetería entre la población universitaria es notablemente elevada, especialmente durante sus jornadas de estudio. Por lo tanto, se infiere que existe una oferta y demanda considerable de desayunos por parte de los estudiantes, influenciada por diversos factores, como los estilos de vida contemporáneos marcados por la escasez de tiempo, puesto que se se ha observado que algunos estudiantes optan por omitir el desayuno para llegar puntualmente a la universidad, prefiriendo adquirir su desayuno en las cafeterías universitarias. Esta situación ha conducido a la adopción de prácticas alimenticias, especialmente en el consumo de desayunos, ya que los estudiantes prefieren obtener su desayuno en las cafeterías universitarias debido a la carga académica intensa y la falta de tiempo, debido a que son factores que ejercen una notable influencia en sus elecciones alimenticias.

De acuerdo con (Rodríguez y Villada, 2019) menciona que los almuerzos en las cafeterías universitarias son de alta oferta y demanda debido a varios factores. En primer lugar, los expendios de alimentos están ubicadas en el campus, lo cual significa que los estudiantes no tienen que salir de la universidad en busca de alimentos, facilitando así su consumo, además es

tradición de la cultura colombiana el que las personas tomen un descanso a mediodía para almorzar, siendo así, las cafeterías se convierten en un escenario de elevada oferta y demanda. Ahora bien, lo anteriormente mencionado se relaciona con (Troncoso, (2011) donde refiere que la aceleración del ritmo de vida y la carencia de tiempo debido a las exigencias académicas imposibilita a los estudiantes dirigirse a sus hogares para incluir este tiempo de alimentación, por lo cual, optan por adquirir los almuerzos ofrecidos por la universidad, aumentando así la demanda.

Además, en esta categoría de alimentos se puede confirmar que la oferta de la salchipapas es un hecho común en todas las cafeterías de la universidad, esto puede ser causado porque según la Ensin (2015) la papa se encuentra entre los 40 alimentos más consumidos por la población de 18 a 64 años, específicamente en el tercer lugar. También el (Ministerio de Agricultura, 2018) resalta que, en 2018, el consumo de papa en Colombia alcanzó los 2 millones 782 mil toneladas, incluidos productos frescos y procesados, con un aumento de alrededor de 30 mil toneladas frente a las consumidas en 2017. Por lo que se puede determinar que este incremento en la demanda de la papa se ve reflejado en que se genere una mayor oferta de salchipapa por parte de las cafeterías de la universidad.

En cuanto al consumo de sándwich de pollo y cubano en las cafeterías de la universidad, la (Federación Colombiana de Avicultores de Colombia, 2022) resalta que en Colombia el consumo de pollo por habitante es de 35,1 kilogramos, estos números reflejan un aumento considerable, puesto que hace 20 años la cifra sólo llegaba a los 14 kilos por persona. Este incremento puede atribuirse a la creciente incorporación del pollo en diversas preparaciones culinarias, como respuesta a la alta demanda de la población. Este fenómeno también se refleja en la oferta de alimentos en las cafeterías de la Universidad, como los sándwiches de pollo y cubano. Además, la universidad proporciona almuerzos que incluyen proteínas, entre las cuales se encuentra el pollo, esto puede ser dado porque hay alta demanda de este alimento.

Según (Dávila, et, al., 2014) menciona que uno de los alimentos listos para consumir son las empanadas las cuales se encuentran posicionadas en las cafeterías de Nariño, especialmente en Pasto e Ipiales, su alta oferta y demanda se debe a distintos factores entre ellos se destaca que

estas son una tradición cultural de dimensión gastronómica, además de ello las consumen personas de cualquier estrato social debido a su asequibilidad, igualmente las empanadas son de alto consumo ya que el ritmo de vida actual implica que los intervalos para comer o descansar sean reducidos, lo que involucra la necesidad de que los refrigerios a media mañana o tarde sean accesibles para todos, evitando así que se salte estos tiempos de comida, de esta manera en la mayoría de establecimientos de comida las empanadas se convierten en el alimento con más oferta y demanda, siendo así hay semejanza con este estudio puesto que las empanadas se ofertan en los 3 expendios de alimentos.

Así mismo se encontró el pastel de queso, el cual está a disposición en las tres cafeterías de la Universidad Mariana, según (Castillo, et, al. 2020) señala que el mercado de repostería está experimentando un crecimiento en su tamaño y alcance comercial, debido al aumento en las ventas internacionales impulsado por la creciente demanda generada por la popularidad de los alimentos preparados. Del mismo modo, el incremento en la participación global de mercado de productos de bollería entre ellos se encuentra el pastel de queso, el cual está relacionado con la expansión de la industria de panadería y repostería, por ende, la mayoría de las ventas de bollería, repostería y pasteles preelaborados se efectúan a través de canales físicos, lo que ha resultado en un aumento de los precios. Por tanto, se puede afirmar que, si hay una demanda considerable de pastel de queso entre los estudiantes y el personal de la universidad, las cafeterías pueden optar por ofrecer este producto para satisfacer las preferencias de los estudiantes.

Respecto a la oferta de arepas en las cafeterías, la FAO (2023) menciona que se ha innovado en diferentes tipos de harinas, entre ellas la harina precocida de maíz a causa de su alto consumo. La elevada oferta de este producto se da por el bajo costo relativo de la mano de obra, lo cual ha promovido la producción de grandes volúmenes, extendiendo el comercio de la arepa a otras regiones del país, como producto de alta demanda y fácil acceso, en cuanto a su disponibilidad y costo. Por ello, es común encontrar este producto en tiendas, supermercados, distribuidores mayoristas, o expendios en el que lo emplean en otras preparaciones (Rodríguez et al, 2018). De esta forma, se relaciona con esta investigación, dado que en las tres cafeterías de la Universidad Mariana se oferta la arepa la cual es preparada con harinas precocidas.

Dentro de los grupos de bebidas se encuentra la oferta de café en las tres cafeterías de la Universidad Mariana, esta oferta puede ser causada a que según (Ocampo y Álvarez, 2017) plantean que estas fluctuaciones en la oferta y la demanda tienen efectos significativos en el precio del café y ejercen una influencia notable en la industria cafetera, en el caso del año 2016, se observa que aunque el consumo global de café aumenta, los precios continúan bajos debido a los altos niveles de inventarios en los países que importan café y la perspectiva de una cosecha según la OIC. Por tanto, se puede decir que la oferta de café resulta beneficioso para las ventas en las cafeterías, además de que también presenta una influencia en la microeconomía, puesto que las personas eligen qué comprar en función de lo que pueden permitirse, desde su cultura y ubicación geográfica. Esto se debe a que cada individuo tiene un presupuesto y sus propias influencias culturales que afectan sus decisiones de consumo.

Finalmente, este estudio revela que hay una oferta limitada de alimentos saludables, siendo los jugos de frutas el único producto que se encuentra ofertado en todas las cafeterías de la Universidad, según el (Ministerio de Agricultura, 2018) en Colombia cada habitante apenas consume 90,5 kilos al año, mientras que lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud es 146 kilos. Por lo que se puede resaltar que en Colombia no existe una marcada tendencia de consumo de frutas, lo que podría explicar la limitada oferta de opciones saludables, como las frutas, en las cafeterías de la Universidad.

Conforme a los factores que intervienen en las elecciones alimentarias, se tiene en cuenta los resultados de la frecuencia de consumo de esta investigación. Se determina que en las 3 cafeterías los porcentajes mayoritarios indican a estudiantes que van una vez al día, en consecuencia, este número de veces depende de factores como gusto y economía. De esta forma, se encuentra cierta relación con lo realizado por Gómez y Gómez (2018) donde se manifiestan 5 razones principales las cuales determinan el número de veces que van al expendio de alimentos, entre ellas encontraron hambre, necesidad, falta de tiempo y antojo, debido a estas razones se obtuvo que la compra alimentos suele realizarse entre 1 y 3 veces por semana. Así mismo, (Contreras, et, al. 2013) evidencia que los estudiantes hacen al menos una comida estando en la zona universitaria y depende mayoritariamente por el gusto, continuando la accesibilidad y al igual que el anterior estudio la necesidad.



Dicho esto, (Becerra, et, al., 2016) encuentra que los estudiantes realizan compras en la media mañana en los expendios de alimentos, según investigaciones las compras se realizan mayoritariamente en media mañana y media tarde, debido a que regularmente los estudiantes toman café, puesto que es una bebida la cual les brinda energía para la jornada estudiantil, siendo así la compra más regular de lunes a viernes (Colombus, et, al., 2015). Asimismo, Parra et al. (2021) observa que en las universidades privadas hay mayor prevalencia en estos dos tiempos de comida, añadiendo que el consumo de alimentos en la media tarde influye positivamente en el desempeño académico, al igual que los universitarios expresaron que sienten más hambre en este tiempo de comida. Debido a esto, los resultados de esta investigación tienen afinidad, dado que, los estudiantes realizan sus compras mayormente en la media mañana y en la media tarde.

En cuanto a este estudio los estudiantes eligen comprar en la cafetería que se encuentra entre los bloques María Inmaculada y San Francisco, por lo cual se puede decir que los estudiantes de la Universidad Mariana prefieren esta cafetería puesto que encuentran condiciones de calidad y de servicio, que son las características principales de la elección de expendio, de tal manera que se relaciona con lo mencionado por (Giraldo y Manco, 2016) donde determina que las principales características por las que los estudiantes eligen una cafetería son: alimento, instalaciones físicas, personal, normas de cortesía, confianza, tiempo de atención, promesa de valor, gustos y preferencias.

Por otro lado, (Gallardo y Vargas, 2021) determinan que los universitarios, frente a la selección de los alimentos un 36,5% lo hace por el sabor del mismo y otro 32,8% lo hace por el contenido nutricional; así mismo lo confirma (Cáceres, et, al. 2018) donde menciona que el sabor de la comida es la principal variable en influenciar la decisión de comer el almuerzo escolar. Por lo tanto, se puede evidenciar la similitud en los resultados obtenidos en este estudio donde el 94% de los estudiantes tienen cuenta el sabor a la hora de comprar alimentos, que puede estar relacionada con los hábitos por lo tanto no tienen en cuenta otras características organolépticas ni el aporte nutricional que les brinde el alimento.

En base a los recursos económicos de este estudio se evidencia que los estudiantes destinan \$1.000 -\$3.000 para la compra de alimentos en la media mañana, más de \$10.000 en el almuerzo

y \$4.000 - \$6.000 para la compra de alimentos en la media tarde, por lo tanto, se puede decir que existe cierta similitud con lo dicho por (Barbosa y Duque, 2017), donde la población encuestada realiza un gasto promedio de menos de \$20.000 pesos diarios, a diferencia de lo mencionado por (Gómez y Gómez, 2018) donde se evidencia que los encuestados destinan para la compra de alimentos diariamente en la universidad entre \$5.000 - \$10.000 pesos. De tal modo, se puede constatar que la cantidad más alta de dinero es debido a que lo disponen a la compra de alimentos nutritivos o a diferentes tiempos de comida como por ejemplo el almuerzo y por ende el costo es más elevado, a diferencia de los que disponen menor dinero que se puede relacionar a más fácil accesibilidad de productos de menor valor o también a que estos solo realizan compra en media mañana o media tarde.

En relación al tiempo, Salinas y Sánchez, (2022) plantean que la cantidad de tiempo que los estudiantes de enfermería destinan para adquirir alimentos, se dividen en dos categorías principales: alrededor de 15 minutos siendo el porcentaje más alto, y en la otra categoría invierten más de 15 minutos en esta actividad. Además, se registra un bajo nivel de frecuencia en el consumo de meriendas. Por otro lado, en la Universidad Mariana, el porcentaje más alto de los estudiantes encuestados indicaron que contaban con 15 minutos para la alimentación. De esta manera, se puede concluir que los estudios previos tienen similitud en cuanto al tiempo en que los estudiantes asignados emplean para las compras y consumo de comida el cual es de 15 y 10 minutos respectivamente.

Por otra parte, según Ayala, (2017) en lo que respecta al tiempo que los estudiantes tienen disponible para comer y realizar compras durante su estancia en la universidad, se encuentra que el mayor porcentaje de los participantes cuentan con un rango de 30 minutos a una hora para realizar estas actividades. Debido a esta investigación se puede deducir que los estudiantes ocupan más tiempo a comparación de los estudios anteriores. Se puede determinar según las investigaciones anteriores que la gran proporción de estudiantes encuestados presentan escasez de tiempo para la compra de alimentos durante su estancia en la universidad, además de que la mayoría de veces existe limitación temporal, puesto que no se incorporan ciertos momentos y tiempos adecuados para la compra de alimentos, además de que los horarios de clases y otras actividades pueden ser muy compactos, lo que los lleva a comer rápidamente para poder asistir a

sus compromisos académicos, esto lleva a la percepción de que esta situación no les permite llevar a cabo una alimentación apropiada para su grupo de edad.

Respecto a la percepción de la publicidad se puede demostrar que en la Universidad Mariana el mayor porcentaje de estudiantes encuestados consideran que a veces influye la publicidad a la hora de comprar alimentos. Por otro lado, en otro estudio se encuentra que el empaque ha demostrado tener un impacto en las decisiones de compra de las personas, ya que un alto porcentaje de ellas reconoce haber cedido al menos una vez ante la atracción del empaque al realizar sus compras, esto resalta la influencia que el diseño del empaque puede ejercer en la elección de un producto en particular (Alvarado, 2015).

Asimismo, según (Nieto y Piedreschi, 2020) plantean que la mayoría de los estudiantes de Licenciatura en Administración de Mercadeo se ven influenciados por la publicidad en sus elecciones de compra puesto que ejerce una influencia casi constante en sus decisiones, mientras que algunos de ellos afirmaron que siempre son afectados por la publicidad al tomar decisiones relacionadas con la compra.

Estos datos enmarcan cómo el diseño del empaque puede ser un factor determinante en la decisión de compra, aunque exista una minoría que adopte un enfoque más razonado en sus elecciones dando énfasis en que en los resultados de las investigaciones anteriores la mayoría de encuestados afirman de que a veces, o casi siempre se ven influenciados por la publicidad en la compra de alimentos ofertados, esto puede traer relevancia a que esta generación actual suelen ser más espontáneos a la hora de elegir marcas o productos que actúen de manera llamativa, por ende el comportamiento del consumidor es el estudio de los procesos involucrados cuando individuos o grupos seleccionan, compran, usan o disponen de productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos, incluyendo así mismo diversos factores como son el tiempo, economía, hábitos. Por ende, las estrategias de marketing siempre van a buscar conocer el comportamiento del consumidor puesto que es fundamental para el éxito de cualquier compañía. Esto implica analizar cómo los consumidores toman decisiones, qué factores influyen en esas decisiones y cómo pueden ser persuadidos para elegir ciertos productos o servicios (Mirabá, 2016).

Conforme a ello Miraba (2016) refiere que la respuesta del 69% de los estudiantes encuestados dicen que no existe variedad de los alimentos saludables en las universidades, así mismo. (Alarcón, et, al. 2019) mencionan que las principales barreras para una alimentación saludable es la falta de tiempo debido a los estudios, la oferta limitada de comidas saludables en el comedor universitario y a los altos precios de los alimentos saludables. Por lo tanto, se puede evidenciar la similitud en los resultados obtenidos en este estudio donde los estudiantes consideran que a veces encuentra alimentos saludables y otros en menor proporción mencionan que nunca que puede estar asociada a demanda de productos de bajo valor nutricional por las preferencias de los consumidores y en otro caso podría estar relacionado al costo de estos productos.

En el mismo contexto en este estudio se evidencia que en las 3 cafeterías de la universidad los estudiantes consideran que a veces encuentran variedad de alimentos, así mismo Mirabá, (2016) menciona que los jóvenes consideran que no se está ofertando variedad de alimentos en sus universidades. Por lo que se puede determinar que en la actualidad se debe incorporar nuevas modalidades de comida para poder ofrecer a los consumidores alternativas variadas, puesto que la variedad se está considerando un factor importante dentro de los restaurantes (Galindo y Torres, 2020).

Igualmente frente a los resultados obtenidos en este estudio sobre preferencias alimentarias, se encuentra que los universitarios tienen como prioridad el desayuno y presentan alto consumo de caramelos blandos y en polvo, de esta forma Mirabá, (2016) menciona que los jóvenes universitarios diariamente eligen los almuerzos, seguido de los desayunos, estos resultados mayoritarios en el almuerzo se debe a que los universitarios refieren que desayunan en sus casas, por el contrario el almuerzo suele ser en las universidades, ahora bien, (Fajardo, et, al. 2016) evidencia la frecuencia de consumo de alimentos y bebidas ofrecidas en la cafetería, y observa que gran parte de los estudiantes desayunan y almuerzan diariamente en la cafetería de la universidad, por otra parte, menciona que la mayoría de la población consume dulces y golosinas al menos una vez por semana. Los resultados expuestos anteriormente, tienen relación con este estudio, precisamente con las preferencias alimentarias, puesto que, los universitarios tienen como prioridad el desayuno y presentan alto consumo de caramelos blandos y en polvo.

Para concluir, conforme a los resultados obtenidos sobre el factor que tienen en cuenta los estudiantes la hora de elegir un alimento se determina que en las 3 cafeterías fue predominante el gusto, seguido de la economía, de esta forma se encuentra semejanza con lo que menciona (Vargas, et, al. 2021), el cual plantea que la situación financiera de los estudiantes es un factor importante en la compra de alimentos, considerando que la mayoría aún depende económicamente de sus padres. Así mismo (Gómez y Gómez 2018) mencionan que estas circunstancias influyen sus hábitos alimenticios, ya que los ingresos económicos que reciban determinarán la compra de estos. Por ende, los estudiantes suelen comprar alimentos por gustos adquiridos antes o simplemente porque ven habitual comer ciertos alimentos en sus compañeros.

### **3. Conclusiones**

Se logró determinar que la oferta alimentaria en la universidad no cumple con los estándares saludables, sin embargo, esto no influye en la decisión de compra de los consumidores y su percepción sobre la oferta de alimentos. Los consumidores consideran que sí hay variedad de alimentos puesto que sus preferencias son inclinadas hacia otros tipos de alimentos poco saludables.

Tras el análisis realizado en la investigación se revela una tendencia de compra más pronunciada hacia las mujeres, además de concentrarse en personas principalmente en del área urbana, donde los adultos jóvenes son los principales consumidores y es relevante constatar que la mayoría de estas personas no cuentan con empleo y sus ingresos mensuales se sitúan en un rango que oscila entre uno y dos salarios mínimos vigentes. Estos hallazgos resaltan la necesidad de abordar y comprender las dinámicas subyacentes a este fenómeno, así como de implementar medidas para promover la igualdad de género, la equidad social y el desarrollo económico sostenible.

Se concluye que los expendios de alimentos de la Universidad Mariana tienen una alta oferta y demanda de alimentos ultraprocesados y alimentos preparados, para mantener esta elevada demanda (tendencias de consumo) las cafeterías tienen en cuenta los gustos, preferencias y costos asequibles tanto para ellos como para los consumidores. Por otro lado, se evidenció que hay una baja oferta de alimentos saludables, siendo así es importante promover conciencia sobre los riesgos para la salud asociados con el consumo excesivo de estos alimentos y fomentar alternativas más saludables.

La dinámica de los estudiantes en las cafeterías universitarias refleja una tendencia de visitas diarias, con una mayor afluencia en las horas de la media mañana. La influencia de la publicidad en las decisiones de compra es variable, lo que indica la necesidad de estrategias publicitarias más efectivas. Los estudiantes aprecian la disponibilidad de variedad de alimentos, pero a menudo se ven limitados por la falta de tiempo para realizar sus compras. Además, se destaca la percepción intermitente de la disponibilidad de opciones saludables. En este contexto, es

importante que las universidades y las cafeterías trabajen en la optimización de horarios, la promoción de opciones saludables y la mejora de la publicidad para satisfacer las necesidades de los estudiantes y promover elecciones más saludables en las cafeterías universitarias.

#### **4. Recomendaciones**

Al programa de nutrición y dietética se recomienda implementar estrategias para que el consumo de los productos ofertados en las cafeterías sea de alto valor nutricional, haciendo la educación previa sobre buenos hábitos alimenticios tanto para los estudiantes como para los dueños de las cafeterías.

Se sugiere que las cafeterías de la Universidad Mariana amplíen su oferta de alimentos saludables, como por ejemplo ensaladas, frutas frescas, sándwiches con pan integral y elecciones vegetarianas o veganas, yogures bajos en grasa, smoothies naturales entre otros, ya que se evidencia un alto consumo de alimentos ultraprocesados, los cuales afectan la salud de los consumidores. Además de ello, se recomienda una capacitación al personal sobre las opciones saludables y que con ello se brinde información nutricional clara y visible para que los estudiantes puedan tomar decisiones informadas sobre sus elecciones alimentarias, convirtiéndose así en cafeterías que promuevan la salud y bienestar de los estudiantes.

Es fundamental recomendar a los consumidores universitarios la elección de alimentos saludables por varias razones cruciales. En primer lugar, una dieta equilibrada y nutritiva nutre tanto el cuerpo como la mente, lo que resulta en un rendimiento académico óptimo y una mayor capacidad de concentración en las actividades de estudio. La alimentación saludable también desempeña un papel importante en el mantenimiento de un peso corporal adecuado y en la prevención de enfermedades a largo plazo, lo que contribuye a un bienestar duradero. Además, una dieta rica en alimentos saludables refuerza el sistema inmunológico, lo que es especialmente relevante en el contexto universitario, donde los estudiantes a menudo enfrentan situaciones de estrés y exposición a enfermedades. Fomentar la elección de alimentos saludables no solo beneficia el bienestar individual, sino que también sienta las bases para hábitos alimenticios a largo plazo que promueven una vida saludable y activa, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para alcanzar su máximo potencial en todos los aspectos de sus vidas.

Es importante que otros investigadores interesados en profundizar más sobre este tema o llevar a cabo investigaciones similares, consideren la necesidad de aumentar el tamaño de la muestra.



Esto garantizará una mayor claridad en los resultados y facilitará la identificación de mayores puntos de contraste, de esta manera, se generará un análisis más detallado de todas las variables que pueden influir en la percepción de la oferta alimentaria.

## **Referencias bibliográficas**

- Alcalde, I. y Laspeñas, M. (2005). Ocio en los mayores. Universidad de la Rioja. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1165462>
- Alfonso, K. (2019). Percepción de Alimentación Saludable y Prácticas Alimentarias en Población Adolescente [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repository Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46424/Trabajo%20de%20Grado%20Karina%20Alfonso.pdf?sequence=1>
- Arboleda, L. y Villa, P. (2016). Preferencias alimentarias en los hogares de la ciudad de Medellín, Colombia. *Saúde Soc*, 25 (3), 750-759. [https://www.researchgate.net/publication/309897436\\_Preferencias\\_alimentarias\\_en\\_los\\_hogares\\_de\\_la\\_ciudad\\_de\\_Medellin\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/309897436_Preferencias_alimentarias_en_los_hogares_de_la_ciudad_de_Medellin_Colombia)
- Arcila, A., Atehortúa, S., Calle, J., Carillo, L. y Echeverri, D. (2018). [Tesis de pregrado, Universidad CES]. Archivo digital. <https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/3856/Trabajo%20de%20grado?sequence=2&isAllowed=y>
- Arias, L. (2016). Razones subyacentes a la elección de alimentos habituales en estudiantes universitarios [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia]. Biblioteca digital UDEA. [https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14548/1/AriasLizeth\\_2016\\_RazonesSubyacentesEleccion.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14548/1/AriasLizeth_2016_RazonesSubyacentesEleccion.pdf)
- Arroyo, A., Gutiérrez, D., Narváez, A., Maza, F., Ramos, P. (2020). Hábitos alimenticios y sus efectos en la salud de estudiantes de la facultad de ciencias económicas de la universidad de Cartagena. *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, 3 (2), 100-114. <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/advalorem/article/view/3242/2755>

- Asamblea Mundial de la Salud. (2000). Prevención y control de las enfermedades no transmisibles. [https://apps.who.int/gb/archive/pdf\\_files/WHA53/ResWHA53/s17.pdf](https://apps.who.int/gb/archive/pdf_files/WHA53/ResWHA53/s17.pdf)
- Asdmunson, I. & Oner, C. (2012). What Is Money?. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/09/basics.htm>
- Babio, N., Casas, P. y Salas, J. (2020). Alimentos ultraprocesados: revisión crítica, limitaciones del concepto y posible uso en salud pública. Unidad de nutrición humana. [https://www.nutricio.urv.cat/media/upload/domain\\_1498/imatges/llobres/ULTRAPROCESA DOS%2021-06.pdf](https://www.nutricio.urv.cat/media/upload/domain_1498/imatges/llobres/ULTRAPROCESA%20DOS%2021-06.pdf)
- Barbosa, L. y Duque, N. (2017). Percepción, hábitos y consumo de alimentos nutricionales y saludables en Colombia [Tesis de pregrado, Universidad ICESI]. Repository ICESI. [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83069/1/barbosa\\_percepcion\\_habitos\\_2017.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83069/1/barbosa_percepcion_habitos_2017.pdf)
- Barrios, D. (2021). La Influencia Del Entorno Alimentario Sobre El Comportamiento Del Consumidor Universitario, Una Revisión De Literatura [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Javeriana. [https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/55891/Trabajodegrado\\_DanielaBarrios%20282%29.pdf?sequence=2](https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/55891/Trabajodegrado_DanielaBarrios%20282%29.pdf?sequence=2)
- Becerra, F., Pinzón, G. y Vargas, M. (2015). Prácticas alimentarias de un grupo de estudiantes universitarios y las dificultades percibidas para realizar una alimentación saludable. *Revista de la Facultad de Medicina*, 63 (3), 457-463. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-00112015000300013](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00112015000300013)
- Begué, C., Goldberg, L., King, A., O'Donne I, V., Piaggio, L. y Rolón, M. (2019). ¿Cuán disponibles están las opciones saludables?: estudio descriptivo de entornos alimentarios de universidades argentinas. *Revista Argentina de Salud Pública*, 10(41), 37-45.

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-810X2019000400037&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-810X2019000400037&lng=es&tlng=es)

Beltrán, M. P., y Romero, Y. M. (2019). Alimentación saludable y oferta de restaurantes. Una revisión de la evidencia reciente en la literatura. <https://www.scielo.br/j/csc/a/DD5sqsYbLvWC8hkdprzV8Pf/?lang=es>

Cadena, X., Reina, M. y Rivera, A. (2019). Precio regulado de la leche: Ineficiencias, costos y alternativas. [https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3865/Repor\\_Octubre\\_2019\\_Cadena\\_Reina\\_y\\_Rivera.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3865/Repor_Octubre_2019_Cadena_Reina_y_Rivera.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Caicedo, M. Pérez, M. (2023). Estudio de mercado para la comercialización de alimentos saludables: Estudiantes de la Universidad Libre de Cúcuta, Norte de Santander. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/24824/ARTICULO%20FINAL%20MARGY-EDIS%20%281%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Campos, G. y Lule, N. (2012). LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD. Revista Xihmai, 7(13), 45-60. <https://www.javerianacali.edu.co/sites/default/files/2022-06/Manual%20de%20Normas%20APA%207ma%20edicio%CC%81n.pdf>

Capitán, M. (2018, 19 de enero). Implantación, seguimiento y promoción de menú saludable en la Universidad de Sevilla. Restauración colectiva. <https://restauracioncolectiva.com/n/implantacion-seguimiento-y-promocion-de-un-menu-saludable-en-la-universidad-de-sevill>

Cardona, C. S., y Restrepo, A. C. (s.f). Lista de Chequeo, Herramientas de Control. Puntos de Encuentro. [http://puntosdeencuentro.weebly.com/uploads/2/2/3/6/22361874/listas\\_de\\_chequeo.pdf](http://puntosdeencuentro.weebly.com/uploads/2/2/3/6/22361874/listas_de_chequeo.pdf)

- Casas, j., Repullo, J. y Donato, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. Elsevier, 31(8), 527-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Castillo, R. (2019). Estudio de la percepción sobre la calidad del servicio de alimentos y bebidas en la Ciudadela Universitaria “Salvador A Iende” [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/41989/1/BINGQ-GS-19P14.pdf>
- Castillo, S. Martínez, L. López, A. Bonilla, J. Gutiérrez. y A. Hernández, M. (2020). Proyecto de Inversión: Caso de Estudio de Cafetería Gourmet. Red Iberoamericana De Academias De Investigación A.C. <https://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2021/03/94-4.pdf>
- Colombia Estudia, (s.f). Unimar- Universidad Mariana Pasto Nariño. <https://colombiaestudia.com/universidades/unimar/>
- Couttolenc, L. (2017). UV, con liderazgo en la Red de Universidades Promotoras de la Salud. Universo sistemas de noticias de la Universidad Veracruzana. <https://www.uv.mx/prensa/general/uv-con-liderazgo-en-la-red-de-universidades-promotoras-de-la-salud/>
- Cvetkovic, A., Maguiña, J., Soto, A., Lama, J. y Correa, L. (2021). Estudios Transversales. Revista de la facultad de medicina, 21(1), 179-185. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n1/2308-0531-rfmh-21-01-179.pdf>
- Dávila, K., Guancha, E., Ordoñez, D. y Rosero, I. (2014). Análisis de factores críticos que determinan la conducta alimenticia a la hora del almuerzo de los estudiantes en la universidad tecnológica de Pereira para la presentación de una propuesta de productos de la cafetería principal [Tesis de Posgrado, Universidad de Nariño en convenio con la Universidad Jorge Tadeo de Bogotá]. Archivo digital. <https://sired.udenar.edu.co/1796/1/90310.pdf>

Declaración de Adelaida, 1988. <https://www.mspbs.gov.py/dependencias/dgps/adjunto/7c433e-SegundaAdelaida.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Encuesta Nacional de calidad de vida.

Díaz, M. y Hernández, Y. (2019). Alimentación saludable y oferta de restaurantes. Una revisión de la evidencia reciente en la literatura. *Ciencia & Saúde colectiva*, 24(3), 853-864. <https://www.scielo.br/j/csc/a/DD5sqYbLvWC8hkdprzV8Pf/?lang=es>

Diccionario Panhispánico [DPEJ]. (2022). Publicidad. <https://dpej.rae.es/lema/publicidad> El-said, O. y Fathy, E. (2015). Dietary Contribution of Foods and Beverages sold within a University Campus and its Effect on Diet-Quality of Young Adults. 16, 318-324. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973615300064>

Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, mayo, 2004. <https://www.paho.org/es/file/30975/download?token=c2NoApyZ>

Fajardo, E., Camargo, Y., Buitrago, E., Peña, L y Rodríguez, L. (2016). Estado Nutricional y Preferencias Alimentarias de una Población de Estudiantes Universitarios en Bogotá. *Revista Med*, 24 (2), 58-65. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-52562016000200006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-52562016000200006)

Federación Nacional de Avicultores de Colombia. (2022). Los retos y Proyecciones Hacia el Futuro. <https://fenavi.org/wp-content/uploads/2023/01/revista-297.pdf>

Fisher, J. & Birch, L. (2001). Early experience with food and eating: Implications for the development of eating disorders. *American Psychological Association*, 23–39. <https://doi.org/10.1037/10404-001>

- García, M., Ibañez, J. y Alvira, F. (2000). El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza, 2000.  
[https://www.academia.edu/download/38703988/Garcia-et-al-\\_El-analisis-de-la-realidad-social-metodos-y-tecnicas-de-la-investigacion.pdf](https://www.academia.edu/download/38703988/Garcia-et-al-_El-analisis-de-la-realidad-social-metodos-y-tecnicas-de-la-investigacion.pdf)
- Garzón, P. (2020). Factores que influyen en el comportamiento de selección de alimentos en los estudiantes de adolescencia media a tardía de la unidad educativa “ecuatoriano suizo” [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Repositorio Pontificia Universidad Católica de Ecuador.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17463/DISERTACI%c3%93N%20PAOLA%20GARZ%c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giraldo, C. y Manco, M. (2016). Evaluación de la percepción de la calidad del servicio de los expendios de alimentos de ciudad universitaria de la universidad de Antioquia [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia]. Biblioteca digital Universidad de Antioquia.  
[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/7351/1/GiraldoSalazarC%26MancoOsorioM\\_2017\\_EvaluacionPercepci%c3%b3nCalidad.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/7351/1/GiraldoSalazarC%26MancoOsorioM_2017_EvaluacionPercepci%c3%b3nCalidad.pdf)
- Gobierno de Colombia. (2015). Encuesta Nacional de la Situación Nutricional ENSIN 2015.  
[https://www.researchgate.net/profile/Lina-Sanchez-Cespedes/publication/335754940\\_Resultados-generales-ENSIN-2015-preliminar\\_-\\_Chapters\\_3\\_and\\_4\\_Determinantes\\_estructurales\\_de\\_la\\_situacion\\_nutricional\\_y\\_Determinantes\\_intermedios\\_del\\_estado\\_nutricional/links/5d79b167299bf1cb809979f3/Resultados-generales-ENSIN-2015-preliminar-Chapters-3-and-4-Determinantes-estructurales-de-la-situacion-nutricional-y-Determinantes-intermedios-del-estado-nutricional.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Lina-Sanchez-Cespedes/publication/335754940_Resultados-generales-ENSIN-2015-preliminar_-_Chapters_3_and_4_Determinantes_estructurales_de_la_situacion_nutricional_y_Determinantes_intermedios_del_estado_nutricional/links/5d79b167299bf1cb809979f3/Resultados-generales-ENSIN-2015-preliminar-Chapters-3-and-4-Determinantes-estructurales-de-la-situacion-nutricional-y-Determinantes-intermedios-del-estado-nutricional.pdf)
- Gonzales, J., León, L., Lomas, C., Jesús, A. (2016). Factores socioculturales determinantes de los hábitos alimentarios. *Revista peruana de medicina experimental y salud pública*, 33(4), 700-5.  
<https://www.scielo.org/article/rpmesp/2016.v33n4/700-705/es/>

González, E. (2010). Evaluación de la frecuencia de consumo de alimentos de los estudiantes de Zamorano. [Tesis de posgrado, Universidad Zamorano]. Archivo digital. <https://docplayer.es/16720693-Evaluacion-de-la-frecuencia-de-consumo-de-alimentos-de-los-estudiantes-de-zamorano-eric-jose-gonzalez-garay.html>

Hernández, H. (2017). Dieta y envejecimiento: Influencia de los hábitos alimentarios en la calidad de vida y en el estatus antioxidante de adultos mayores españoles no institucionalizados de más de 75 años [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Archivo digital. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46598/1/T39623.pdf>

Instituto de Nutrición de Centro América. (2020). Análisis Sensorial para control de calidad de los alimentos. <https://www.incap.int/index.php/es/noticias/201-analisis-sensorial-para-control-de-calidad-de-los-alimentos>

Ley 1355 de 2009. (2009, 14 de octubre). Congreso de la República. Diario oficial No. 47.502. [https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1355\\_2009.htm#:~:text=Derecho%20del%20Bienestar%20Familiar%20%5BLEY\\_1355\\_2009%5D&text=Por%20medio%20de%20la%20cual,su%20control%2C%20atenci%C3%B3n%20y%20prevenci%C3%B3n](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm#:~:text=Derecho%20del%20Bienestar%20Familiar%20%5BLEY_1355_2009%5D&text=Por%20medio%20de%20la%20cual,su%20control%2C%20atenci%C3%B3n%20y%20prevenci%C3%B3n)

Ley 1480 de 2011. (2011, 12 de octubre). Congreso de la República. Diario oficial No. 48.220. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1480\\_2011.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html)

Ley 2120 de 2021. (2021, 30 de julio). Congreso de Colombia. Diario oficial No. 51.751 [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2120\\_2021.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2120_2021.html)

López, L. y Contreras, J. (2020). Percepciones sobre la alimentación saludable y sus implicaciones en la cocina doméstica en un grupo de mujeres de Cataluña, España. *Escuela de Nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia*, 22(1), 19-34. <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v22n1/0124-4108-penh-22-01-19.pdf>



- Mardones, L., Muñoz, M., Esparza, J. y Troncoso, P. (2021). Hábitos alimentarios en estudiantes universitarios la Región de Bio-Bio, Chile, 2017. *Universidad de Antioquia*, 23(1), 27-38. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/342936/20805219>
- Martínez, C. (s.f). Investigación Descriptiva: Tipos y Características. <https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548087569/name/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Mc Graw Hill. (s.f). La oferta, la demanda y el mercado. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Medrano, B. (2021). Consumo de comida chatarra según el estar en época de exámenes en estudiantes universitarios de cinco países en Latinoamérica [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9154/4/IV\\_FCS\\_502\\_TE\\_Medrano\\_Velasquez\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9154/4/IV_FCS_502_TE_Medrano_Velasquez_2021.pdf)
- Ministerio de Agricultura. (2018). Los mercados internacionales demandan frutas y hortalizas que Colombia tiene el potencial para vender a todo el mundo. <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/%E2%80%9CEl-mundo-demanda-frutas-y-hortalizas-que-Colombia-tiene-el-potencial-para-vender-a-todo-el-mundo%E2%80%9D.aspx>
- Ministerio de Agricultura. (2019). Ministerio de Agricultura busca incentivar el consumo de papa en Colombia. <https://www.larepublica.co/economia/ministerio-de-agricultura-busca-incentivar-el-consumo-de-papa-en-colombia-2853465>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2018). Estrategia de entorno educativo saludable Dirección de Promoción y Prevención Subdirección de Salud Ambiental. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SA/estrategia-entorno-educativo-2019.pdf>

Ministerio de Salud y Protección social. (2023). ¿Qué es una alimentación saludable?.  
<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>

Molano, Y., Linares, J. y Revelo, A. (2016). Estudio de Factibilidad para Encontrar Solución a la Dificultad en el Acceso a Comida Saludable en Zonas de Alta Población Flotante como Las Upz's Chapinero y Chicó Lago en Bogotá. [Tesis de Posgrado, Universidad Piloto de Colombia]. Archivo digital. <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003386.pdf>

Mozarco, J., Rojas, G., Gómez, R., Duarte, J. y Granados, M. (2020). Diseño de una metodología para la co-creación de ambientes saludables en entornos educativos universitarios. *Hacia Prom. Salud* 26 (2), 10.17151.  
[http://vip.ucaldas.edu.co/promocionsalud/downloads/Revista26\(2\)\\_5.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/promocionsalud/downloads/Revista26(2)_5.pdf)

Narváez, C., Díaz, A., y Berbesi, D. (2019). Características socioculturales y de salud asociadas a enfermedad coronaria en mujeres. Estudio caso-control. *Revista Cuidarte*, 10(3), 856.  
<https://www.redalyc.org/journal/3595/359562712017/359562712017.pdf>

Nieto, C., Sangochian, A., Tamborrel, N., Vidal, E., Tolentino, L. y Vergara, A. (2017). Percepción sobre el consumo de alimentos procesados y productos ultraprocesados en estudiantes de posgrado de la Ciudad de México. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 9 (2), 82-88.

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2007078018300087?token=D3AC62A4CA137AA7EF9E603D76AA84DAC32D0B92B753D14D47189E65A1BADAE609D3C3727A093359A>

Ocampo, O. Álvarez, L. (2017). Tendencia de la producción y el consumo del café en Colombia. *Apuntes del Cenec*, 36(64), 139-165.  
<https://www.redalyc.org/journal/4795/479553174006/html/>

Oliva, P. (2009). Desarrollo del plan de estudios. *Educación Creativa*, 5(5).  
[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1158723](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1158723)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (1985). CODEX STAN 1-1985. <https://www.fao.org/3/y2770s/y2770s02.htm#fnB1>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2023). Situación Alimentaria Mundial. <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). Codex Alimentarius. <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). Entornos alimentarios y alimentación escolar saludables. <https://www.fao.org/school-food/areas-work/food-environment/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (s.f). Glosario de términos. <https://www.fao.org/3/am401s/am401s07.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. (2020). Guías Alimentarias Basadas en Alimentos para la población colombiana mayor de 2 años. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/guias-alimentarias-basadas-en-alimentos.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (1986). Carta de Ottawa para la promoción de la salud. <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/Carta-de-ottawa-para-la-apromocion-de-la-salud-1986-SP.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2004). La gestión educativa: Hacia la optimización de la formación docente en la educación superior en Colombia. [https://apps.who.int/gb/archive/pdf\\_files/WHA57/A57\\_9-sp.pdf](https://apps.who.int/gb/archive/pdf_files/WHA57/A57_9-sp.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (2018). Género y Salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender#>

Organización Panamericana de la Salud. (2015). Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645\\_esp.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf)

Organización Panamericana de la Salud. (2019). Alimentos ultraprocesados ganan más espacio en la mesa de las familias latinoamericanas. [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15530:ultra-processed-foods-gain-ground-among-latin-american-and-caribbean-families&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15530:ultra-processed-foods-gain-ground-among-latin-american-and-caribbean-families&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0)

Organización Panamericana de la Salud. (s.f). Clasificación de los alimentos y sus implicaciones en la salud. <https://www3.paho.org/ecu/1135-clasificacion-alimentos-sus-implicaciones-salud.html#>

Organización Panamericana de Salud. (2010). Seguridad Alimentaria y Nutricional. <https://www.paho.org/es/noticias/3-10-2010-seguridad-alimentaria-nutricional#:~:text=Disponibilidad%20de%20alimentos%2C%20es%20decir,importaciones%2C%20y%20la%20asistencia%20alimentaria.>

Popkin, B. (2020). El impacto de los alimentos ultraprocesados en la salud. FAO, (34), 1-29. <https://www.fao.org/3/ca7349es/CA7349ES.pdf>

Real Academia Española (2022). Oferta. <https://dle.es/oferta>

Real Academia Española [RAE]. (2022). Cafetería. <https://dle.rae.es/cafeter%C3%ADa>

Real Academia Española [RAE]. (2022). Elección. <https://dpej.rae.es/lema/elecci%C3%B3n>

Real Academia Española [RAE]. (2022). Preferencia. <https://dle.rae.es/preferencia>

Real Academia Española, [RAE]. (2022). Percepción. <https://dle.rae.es/percepci%C3%B3n>

Real Academia Española. [RAE]. (2022). Procedencia. <https://dle.rae.es/procedencia>

Resolución 1035 de 2022. (2022, 14 de junio). Ministerio de Relaciones Exteriores. Diario oficial No. 51.949.  
[https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion\\_minrelaciones\\_1035\\_2022.htm](https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion_minrelaciones_1035_2022.htm)

Resolución 2013 de 2020. (2020, 9 de noviembre). Ministerio de Salud y Protección Social. Diario oficial No 51.493.  
[https://jurinfo.jep.gov.co/normograma/compilacion/docs/resolucion\\_minsaludps\\_2013\\_2020.htm](https://jurinfo.jep.gov.co/normograma/compilacion/docs/resolucion_minsaludps_2013_2020.htm)

Resolución 2674 de 2013. (2013,22 de julio). Ministerio de Salud y Protección Social. Diario Oficial No. 48.862.  
[https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/resolucion\\_minsaludps\\_2674\\_2013.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/resolucion_minsaludps_2674_2013.htm)

Resolución 8430 de 1993. (1993, 4 de octubre). Ministro de Salud. Diario oficial No. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/RESOLUCION-8430-DE-1993.PDF>

Rodríguez, A. (2022). Barreras y facilitadores para ofertar preparaciones saludables en cafeterías de una universidad pública de Lima, 2020 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Archivo digital.  
[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18323/Rodr%C3%ADguez\\_pa.pdf?sequence=1](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18323/Rodr%C3%ADguez_pa.pdf?sequence=1)

Rodríguez, H., Higuaita, J. y Bonilla, K. (2018). Innovación en la industria de la arepa de maíz en Colombia. Universidad de Antioquia  
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/biogenesis/article/download/336226/20791755/>

- Rodríguez, J. y Villada, V. (2019). Análisis de factores críticos que determinan la conducta alimenticia a la hora del almuerzo de los estudiantes en la universidad tecnológica de Pereira para la presentación de una propuesta de productos de la cafetería principal [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. Archivo digital. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/c4b72b92-0eb7-43e1-a24b-78acc1cc6550/content>
- Roy, R., Rangan, A., Hebden, L., Chun Yu Louie, J., Ming, L., Kay, J. y Allman, M. (2016). Dietary Contribution of Foods and Beverages sold within a University Campus and its Effect on Diet-Quality of Young Adults. *Nutrition*, 34, 118-123. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0899900716302209?via%3Dihub>
- Sampieri, S., Collado, C. y Lucio, P. (2003). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericana México. <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- Samuelson, P. y Northaus, W. (2019). La oferta, la demanda y el mercado. McGraw-Hill. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Sánchez, N. (2019). Sensación y percepción: una revisión conceptual. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15739/3/2019\\_NC\\_Sensacion%20y%20Percepcion\\_Sanchez\\_VF.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15739/3/2019_NC_Sensacion%20y%20Percepcion_Sanchez_VF.pdf)
- Scarlatta, V. y Defagó, M. (2020). Urbanización y entornos alimentarios relacionados a la salud cardiovascular en la ciudad de la calera, Córdoba, Argentina, 2016- 2017. *Revista de Salud Pública*. 24 (2), 18-30. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/RSD/article/view/28515>

Sembler, C. (2006). Estratificación social y clases sociales. Una revisión analítica de los sectores medios. CEPAL-Naciones Unidas.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6130/S0600897\\_es.pdf;j](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6130/S0600897_es.pdf;j)

Todoí, J. (2008). Curso de control de calidad de los alimentos. RUA Repositorio institucional de la universidad de Alicante. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/8537#vpreview>

Troncoso, C. (2011). Percepción de la alimentación durante la etapa de formación universitaria, Chile. Revista Costarricense de Salud Pública, 20(2), 83-89.  
[https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-14292011000200003](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-14292011000200003)

Troncoso, C. y Amaya, J. (2009). Factores sociales en las conductas alimentarias de estudiantes universitarios. Revista chilena de nutrición, 36(4), 1090-1097.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75182009000400005](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182009000400005)

Universidad Autónoma de Madrid. (2022, 11 de marzo). La UAM ofrecerá menús sostenibles en cafeterías hasta mayo. UAM. <https://www.uam.es/uam/noticias/alimentando-campus-menus-sostenibles-cafeterias>

Universidad Mariana (2022). Programas profesionales. Umariana.  
<https://www.umariana.edu.co/pasto.html>

Universidad Mariana, (s.f). Oficina de servicios operacionales instalaciones físicas universidad mariana. <https://kevin-montufar.github.io/nutricion/docs/CONDICION%208/Anexo%2040.%20Planta%20F%20C3%20ADsica..pdf>

Universidad Mariana. (2011). Proyecto Educativo Institucional. Umariana  
<https://www.umariana.edu.co/docinstitucionales/pei.pdf>

Universidad Mariana. (s.f). Bienestar Universitario. Umariana.  
<http://www.umariana.edu.co/pedagogia/14-bienestar-universitario/bienestar%20universitario.pdf>

Velandia, N., Cárdenas, L. y Agudelo, N. (2011). ¿Qué ofrecen las tiendas escolares y qué consumen los estudiantes durante el descanso? estudio en la ciudad de tunja, 2009. *Hacia la promoción de la salud*, 16 (1). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-75772011000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-75772011000100008&script=sci_arttext)

Vilas Boas, V. (2020). Importancia de las características del etiquetado nutricional asociado a la percepción de la elección del alimento ultra procesado en universitarios de Trujillo [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Universidad Cesar Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89079/Vilas\\_BAV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89079/Vilas_BAV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



**Anexos**

**Anexo A Cronograma 2022- 2023**

Actividades	Cronograma de Actividades													
	Año	2022				2023								
	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Feb.	Mar.	Abr.	Mayo	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct	Nov
Justificación, objetivo	X													
Marcos (Referencial, teórico, contextual, legal, y ético)		X	X											
Metodología				X										
Socialización y aprobación de propuesta				X										
Construcción de instrumento de recolección de información					X	X								
Validación del							X	X						

instrumento							
Recolección información - trabajo de campo	X						
Análisis de información	X						
Construcción informe de resultados				X	X	X	X
Socialización final							X

**Anexo B Presupuesto**

<b>Actividad</b>	<b>Justificación</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Impresión de Formato	Consentimiento informado	100	73	7.600
	Impresión de encuesta para uso en la investigación	100	73	7.600
Asesorías	Pago de asesor	40.000	1	1.920.000
Herramientas de trabajo	Lapiceros	1.000	5	5.000
	Carpeta	500	2	1.000
	Tabla de apoyo	10.000	4	40.000
	Computadores	2.500.000	1	2.500.000
<b>TOTAL</b>				<b>4.481.200</b>

**Anexo C Consentimiento cafetería Madre Caridad**

San Juan de Pasto, 17 de marzo del 2023  
PND. 2.7.6 - 060

Propietaria  
**Margarita Patiño Carvajal**  
Cafetería Universidad mariana  
Pasto

**Asunto:** solicitud intervención estudiantil programa de Nutrición y Dietética Universidad Mariana

Reciba un cordial saludo de Paz y Bien  
De manera atenta me permito presentar a las estudiantes del programa de Nutrición y Dietética de la Universidad Mariana: Karol Sthefanía Araujo Arcos, Karen Sofia Cabrera González, Ginna Estefanía Jiménez Guerrero, Lorena Patricia Obando Riascos identificadas con documentos números: 1.004.601.023 1.004.235.171, 1.007.602.700 y 1.192.920.316 respectivamente, quienes adelantan una investigación estudiantil que tiene como objetivo Determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. Aprobada por el programa y asesorada por la Ing. Diana Paola Ortiz Tobar. Por lo anterior, de manera respetuosa solicitamos su autorización para el acceso a las estudiantes a su servicio de alimentación a fin de recolectar la información de interés para el estudio, la cual consiste en realizar una matriz de los alimentos ofertados en las cafeterías de la Universidad

Agradezco de antemano su atención y respuesta a la presente solicitud.

Atentamente,

**Mg. KARINA GALLARDO SOLARTE.**  
Directora  
Programa de Nutrición y Dietética  
Universidad Mariana  
[karinagallardo@umariana.edu.co](mailto:karinagallardo@umariana.edu.co)

**Anexo D Consentimiento cafetería San Francisco**

San Juan de Pasto, 17 de marzo del 2023  
PND. 2.7.6 - 060

Propietaria  
**María Elena Burbano**  
Cafetería Universidad mariana  
Pasto

**Asunto:** solicitud intervención estudiantil programa de Nutrición y Dietética Universidad Mariana

Reciba un cordial saludo de Paz y Bien  
De manera atenta me permito presentar a las estudiantes del programa de Nutrición y Dietética de la Universidad Mariana: Karol Sthefanía Araujo Arcos, Karen Sofia Cabrera González, Ginna Estefanía Jiménez Guerrero, Lorena Patricia Obando Riascos identificadas con documentos números: 1.004.601.023 1.004.235.171, 1.007.602.700 y 1.192.920.316 respectivamente, quienes adelantan una investigación estudiantil que tiene como objetivo Determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. Aprobada por el programa y asesorada por la Ing. Diana Paola Ortiz Tobar. Por lo anterior, de manera respetuosa solicitamos su autorización para el acceso a las estudiantes a su servicio de alimentación a fin de recolectar la información de interés para el estudio, la cual consiste en realizar una matriz de los alimentos ofertados en las cafeterías de la Universidad

Agradezco de antemano su atención y respuesta a la presente solicitud.

Atentamente,

**Mg. KARINA GALLARDO SOLARTE.**

Directora  
Programa de Nutrición y Dietética  
Universidad Mariana  
[karinagallardo@umariana.edu.co](mailto:karinagallardo@umariana.edu.co)

**Anexo E Consentimiento cafetería entre María Inmaculada y San Francisco**

San Juan de Pasto, 17 de marzo del 2023  
PND. 2.7.6 - 060

Propietaria  
**Natalia Paz**  
Cafetería Universidad mariana  
Pasto

**Asunto:** solicitud intervención estudiantil programa de Nutrición y Dietética Universidad Mariana

Reciba un cordial saludo de Paz y Bien  
De manera atenta me permito presentar a las estudiantes del programa de Nutrición y Dietética de la Universidad Mariana: Karol Sthefania Araujo Arcos, Karen Sofia Cabrera González, Ginna Estefanía Jiménez Guerrero, Lorena Patricia Obando Riascos identificadas con documentos números: 1.004.601.023 1.004.235.171, 1.007.602.700 y 1.192.920.316 respectivamente, quienes adelantan una investigación estudiantil que tiene como objetivo Determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. Aprobada por el programa y asesorada por la Ing. Diana Paola Ortiz Tobar. Por lo anterior, de manera respetuosa solicitamos su autorización para el acceso a las estudiantes a su servicio de alimentación a fin de recolectar la información de interés para el estudio, la cual consiste en realizar una matriz de los alimentos ofertados en las cafeterías de la Universidad


Agradezco de antemano su atención y respuesta a la presente solicitud.

Atentamente,

**Mg. KARINA GALLARDO SOLARTE.**  
Directora  
Programa de Nutrición y Dietética  
Universidad Mariana  
[karinagallardo@umariana.edu.co](mailto:karinagallardo@umariana.edu.co)



## Anexo F Consentimiento informado



**UNIVERSIDAD MARIANA**  
NIT. 800.092.198-5

**CONSENTIMIENTO INFORMADO  
PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**INVESTIGACIÓN TITULADA:** Percepción de la Oferta Alimentaria en los Expendios de Alimentos en la Universidad Mariana, 2023.

Las personas, abajo firmantes, registradas con número de cédula, con número de celular y rol que desempeñan, manifiestan que han sido invitados (as) a participar dentro de la investigación arriba mencionada y que se le ha dado la siguiente información:

**Propósito:** Dar a conocer a la población objeto de estudio, la importancia y características de la investigación, la cual favorece el desarrollo social del participante.

Usted puede decidir voluntariamente si desea participar en la investigación, si después de leer este documento presenta alguna duda, pida aclaración a los investigadores, quienes brindaran todas las explicaciones que se requieran para que tome la decisión de su participación, una vez Usted este de acuerdo con el procedimiento de:

- Aplicación de Instrumento que consta de 24 preguntas, 21 de estas son de única respuesta, 2 son opción múltiple y otra pregunta es dicotómica, tiene 2 secciones.

**Importancia de la investigación:** se realiza con el fin de conocer las preferencias alimentarias de los estudiantes de la Universidad Mariana

**Objetivo y justificación de la investigación:** Esta investigación tiene como objetivo determinar la percepción de la oferta alimentaria en los expendios de alimentos en la Universidad Mariana, 2023. En la investigación se incluirán estudiantes que conforman la Universidad Mariana, incluyendo estudiantes de pregrado quienes tienen la capacidad de decidir su participación voluntaria en la presente investigación y en caso de que presente un compromiso motor que le impida firmar el consentimiento, puede delegar un acudiente para la firma de dicho consentimiento. Igualmente se tendrá en cuenta que la investigación no tiene implicaciones en los aspectos morales, religiosos y culturales de la población evaluada. A las personas que decidan participar en la investigación se realizará una observación no estructurada y una encuesta para recolectar la información relacionada por medio de preguntas que permiten obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Calle 18 No. 34-104 - PBX (Tel.): 7314923 - Fax: 7315658 SAN JUAN DE PASTO - COLOMBIA  
[www.umariana.edu.co](http://www.umariana.edu.co) - [umariana@umariana.edu.co](mailto:umariana@umariana.edu.co)





UNIVERSIDAD MARIANA

NIT. 800.092.198-5

**Responsables de la investigación:** El estudio es dirigido por Karol Sthefania Araujo Arcos, Karen Sofía Cabrera González, Ginna Estefanía Jiménez Guerrero, Lorena Patricia Obando Riascos. Cualquier inquietud que usted tenga puede comunicarse a los celulares 3126145315, 3157214919, 3186249857, 3152727103 o al teléfono fijo 7224460, extensión 252 (dejar este número que es el del programa).

**Riesgos y Beneficios:** la observación no estructurada y una encuesta que incluye la obtención de información sobre sus datos personales y/o comerciales, no implican riesgo alguno para usted; las respuestas dadas no tendrán ninguna consecuencia para su situación personal. El beneficio más importante para Usted es que si hay presencia de algún tipo de alteración en las áreas indagadas, se le dará a conocer para que pueda utilizar dicha información en su establecimiento (si aplica).

**Confidencialidad:** Su identidad estará protegida, porque en el estudio solo se utilizará un código numérico para identificarlo en la investigación. La información obtenida mediante la observación no estructurada y la encuesta será cuantificada en una base de datos que se mantendrá por cinco años más después de terminada la presente investigación. Los datos individuales sólo serán conocidos por las investigadoras, mientras dura el estudio, quienes, en todo caso, se comprometen a no divulgarlos. Los resultados que se publicarán corresponden a la información general de todos los participantes.

**Derechos y deberes:** Usted tiene derecho a obtener una copia del presente documento y a retirarse posteriormente de esta investigación, si así lo desea en cualquier momento y no tendrá que firmar ningún documento para hacerlo, ni informar las razones de su decisión, si no desea hacerlo. Usted no tendrá que hacer gasto alguno durante la participación en la investigación y en el momento que lo considere podrá solicitar información sobre sus resultados a los responsables de la investigación. En caso que requiera algún tipo de tratamiento, las investigadoras no tendrán responsabilidad alguna.

Se lee y explica el presente consentimiento informado y no se le hará entrega de una copia del mismo con el fin de racionalizar el uso del papel como estrategia para el cuidado del medio ambiente, por lo tanto, se le pedirá que firme su consentimiento en el registro de firmas adjunto.

**Declaro que he leído o me fue leído este documento en su totalidad y que entiendo su contenido e igualmente, que pude formular las preguntas que consideré necesarias y que estas me fueron respondidas satisfactoriamente. Por lo tanto, decido participar en esta investigación.**

Calle 18 No. 34-104 - PBX (Tel.): 7314923 - Fax: 7315658 SAN JUAN DE PASTO - COLOMBIA  
[www.umariana.edu.co](http://www.umariana.edu.co) - [umariana@umariana.edu.co](mailto:umariana@umariana.edu.co)

**Anexo G Matriz cafetería Madre Caridad**

<b>Cafetería bloque Madre Caridad</b>				
<b>Grupo</b>	<b>Subgrupo</b>	<b>Precio mínimo</b>	<b>Precio máximo</b>	<b>Promedio</b>
Galletas	Dulces (con cobertura de chocolate saborizado, rellenas con crema, con trocitos sabor a chocolate, con avena y base saborizada, de chocolate, de leche)	300	1800	1045
	Saladas (multicereal, de soda)	1000	1000	1000
Caramelos	Blandos (con cobertura de chocolate relleno, caramelo blando híper ácido, caramelo blando sabor tropical, gomitas de sabores, caramelos masticables con sabor a fruta , dulce líquido)	100	1700	676,6
	Duros (relleno de chicle)	200	500	350
	Polvo (dulce con leche en Polvo)	600	600	600
	Líquido (condesada azucarada)	1000	1000	1000
Frutos secos	Salados (semillas tostadas de girasol, maní confitado, maní tostado, almendras, arándanos, maní recubierto y horneado)	1300	2200	1500,75
Agua	Con gas (saborizada, carbonatada)	1700	1700	1700
	Sin gas (mineral)	2000	2500	2166
Snacks tipo salados	Aperitivos de harina de maíz con sabor a queso, papas mixtas saborizadas, pasabocas de maíz con sabor natural a picante, snacks de maíz limón	1200	2800	2031,25

	Bolitas de maíz cubiertas de chocolate, con centro de uvas pasas, saborizados, con maní, centro de			
Chocolatería	masmelo	300	5500	2021,42
Pastelería	Ponqué relleno de crema y mermelada de distintos sabores	1100	2500	1733,33
Bebidas	Bebidas saborizadas azucaradas, azucaradas	1500	3500	2275
Derivados lácteos	Saborizadas, malteada, azucarada, fermentada	2400	5400	3200
	Aborrajado	2000	2000	2000
	Empanada de ñejo	1800	1800	1800
	Almojábana	2200	2200	2200
	Pan de Maíz	2200	2200	2200
	Arepa rellena de queso	2500	2500	2500
	Pastel de queso	2000	2000	2000
	Torta de queso	1700	1700	1700
	Empanada de guiso	1800	1800	1800
	Perro caliente	4000	4000	4000
<b>Preparados sólidos</b>	Perro caliente + vaso de gaseosa	4200	4200	4200
	Sándwich qbano	3000	3000	3000
	Sándwich qbano + vaso de gaseosa	3200	3200	3200
	Sándwich de pollo	4000	4000	4000
	Hojaldras	1600	1600	1600
	Sándwich de queso	2000	2000	2000
	Salchipapa	4000	4000	4000
	Fruta picada	3000	3000	3000
	Sándwich de pollo + vaso de gaseosa	4200	4200	4200
	Sándwich de cuadrado de pollo + vaso de gaseosa	3000	3000	3000

	Porción de proteína (res, cerdo, pollo), papas a la francesa + gaseosa	7000	7000	7000
	Desayuno (carne, papas, huevo, arroz, bebida)	9000	9000	9000
	Desayuno sencillo (huevo, papas, bebida caliente)	5000	5000	5000
<b>Desayunos</b>	Desayuno ranchero (huevo, salchicha, papas, bebida caliente)	6000	6000	6000
	Desayuno omelet (omelette relleno de jamón y queso, papas, bebida caliente)	6000	6000	6000
	Almuerzo completo	10000	10000	10000
<b>Almuerzos</b>	Almuerzo bandeja	9000	9000	9000
	Sopa	3000	3000	3000
	Jugos en leche	3500	3500	3500
	Jugos en agua	2500	2500	2500
	Cappuccino	4500	4500	4500
	Cappuccino vainilla	4500	4500	4500
	Latte	4500	4500	4500
	Tinto	2000	2000	2000
<b>Preparados</b>	Milo	4500	4500	4500
<b>líquidos</b>	Café helado	4000	4000	4000
	Yogurt natural	2500	2500	2500
	Salpicón	3000	3000	3000
	Limonada de coco	4000	4000	4000
	Parfait	5000	5000	5000
	Yogurt con granola	3200	3200	3200
	Yogurt con cereal	3000	3000	3000

**Anexo H Matriz cafetería San Francisco**

<b>Cafetería bloque San Francisco</b>				
<b>Grupo</b>	<b>Subgrupo</b>	<b>Precio mínimo</b>	<b>Precio máximo</b>	<b>Promedio</b>
Galletas	Dulces (rellenas con crema de sabores, cobertura de chocolate, chispas de chocolate, sabor a cereal de avena integral)	400	2300	1125
	Saladas (multicereal, de soda)	1100	1100	1100
Caramelos	Blandos (con cobertura de chocolate relleno, caramelo blando hiper ácido, caramelo blando sabor tropical, gomitas de sabores, caramelos masticables con sabor a fruta, dulce líquido)	100	3000	1052,17
	Duros (relleno de chile, sabor a frutas tropicales, barras masticables de leche y trozos de coco, rellenos de polvo ácido)	100	1800	486,36
	Polvo (dulce con leche en polvo)	800	800	800
Frutos secos	Salados (semillas tostadas de girasol, maní confitado, maní tostado, almendras, arándanos, maní recubierto y horneado, cobertura crocante recubierto con harina de trigo)	1000	2200	1600
	Mix (mezcla de pasas cubiertas de yogurt, maní, arándanos y almendras)	2800	2800	2800
Agua	Con gas	1400	1700	1550

	Sin gas (mineral)	1300	1300	1300
Snacks tipo salados	Aperitivos de harina de maíz con sabor a queso, papas mixtas saborizadas, pasabocas de maíz con sabor natural a picante, snacks de maíz limón y otros sabores	1300	8000	2700
Dulces tradicionales	Dulce elaborado a base de pulpa de guayaba	800	800	800
Chocolatería	Barras de chocolate a base de leche, barras de chocolate con relleno de maní, bolitas de maíz cubiertas de chocolate, bolitas de chocolate	800	3100	1550
Pastelería	Ponqué relleno de crema y mermelada de distintos sabores	1800	2500	2025
Bebidas azucaradas	Bebidas saborizadas azucaradas, bebidas hechas a base de malta	1300	4400	2900
<b>Preparados</b>	Empanada de añejo	2500	2500	2500
	Papa rellena	2500	2500	2500
	Almojábana	2300	2300	2300
	Empanadas de pollo	2800	2800	2800
	Pastel de queso	2000	2000	2000
	Buñuelo	2300	2300	2300
	Porción de torta	1000	1000	1000
	Milhojas	1300	1300	1300
	Salchipapa	4000	4000	4000
	Sándwich de jamón y queso	1400	1400	1400
	Sándwich de jamón y queso con gaseosa	2000	2000	2000
	Arepas rellenas de queso	2300	2300	2300

**Anexo I Matriz, cafetería entre bloque María Inmaculada y San Francisco**

<b>Cafetería entre María Inmaculada y San Francisco</b>				
<b>Grupo</b>	<b>Subgrupo</b>	<b>Precio mínimo</b>	<b>Precio máximo</b>	<b>Promedio</b>
Galletas	Dulces (rellenas con crema de sabores, cobertura de chocolate, rellenas de trozos de miel y endulzadas con miel, chispas de chocolate, sabor a cereal de avena integral)	800	1900	1222,22
	Saladas (multicereal, de soda)	800	1000	900
Caramelos	Blandos (con cobertura de chocolate, mentas masticables crocantes, caramelo blando sabor tropical, gomitas de sabores, caramelos masticables con sabor a frutas, gomitas de sabores)	100	2000	800
	Duros (relleno de chile, sabor a frutas tropicales, caramelo mentolada, pelotillas con sabor a mora, rellenos de polvo ácido)	100	2500	633,33
	Polvo (dulces ácidos y crocantes con sabores frutales)	1000	1000	1000
Frutos secos	Salados (maní tostado, maní recubierto y horneado con sabores, cobertura crocante recubierto con harina de trigo)	1800	2200	2025
	Mix (mezcla de nueces, mezcla de maní con pasas)	1900	2200	2050
Agua	Con gas	1900	1900	1900
	Sin gas (mineral)	800	2300	1675
	Saborizada (bebidas saborizadas con edulcorantes)	2600	2600	2600





Snacks tipo salados	Aperitivos de harina de maíz con sabor a queso, papas mixtas saborizadas, pasabocas de maíz con sabor natural a picante, snacks de maíz limón y otros sabores	1200	3000	1988,23
Dulces tradicionales	Dulce elaborado a base de pulpa de guayaba)	600	600	600
Chocolatería	Barras de chocolate a base de leche, barras de chocolate con relleno de maní, bolitas de maíz cubiertas de chocolate, dulce cremoso con leche y cacao, crema de chocolate líquida, pequeños pedazos de chocolate con leche revestidos de azúcar	300	4500	1400
Pastelería	Ponqué relleno de crema y mermelada de distintos sabores)	1700	2500	2000
Bebidas azucaradas	Bebidas saborizadas azucaradas, bebidas hechas a base de malta	1000	3700	2172,7
Derivados lácteos	Saborizadas, bebidas con avena y leche, bebida láctea con toppings de cereal, bebida fermentada	3000	4500	3683,3
<b>Preparados sólidos</b>	Arepa rellena de carne	2500	2500	2500
	Choripapa	5500	5500	5500
	Chorizo	1800	1800	1800
	Qbano	3000	3000	3000
	Empanadas de pollo	2000	2000	2000
	Envueltos de choclo	2000	2000	2000
	Envueltos de queso	2000	2000	2000
	Fresas con crema	2500	2500	2500
	Fresas granola	4000	4000	4000
	Papa rellena	2200	2200	2200

	Papa con maní	4000	4000	4000
	Pastel de pollo	2700	2700	2700
	Pastel de queso	2500	2500	2500
	Perro caliente	5000	5000	5000
	Porción de fruta	3000	3000	3000
	Salchipapa ranchera	4500	4500	4500
	Salchipapa	4000	4000	4000
	Deditos	1200	1200	1200
	Cacerola	4000	4000	4000
<b>Desayunos</b>	Desayuno completo (huevos, papa, salchicha, arroz y bebida )	6500	6500	6500
	Desayuno sencillo (huevos, papas y bebida)	4000	4000	4000
<b>Almuerzos</b>	Bandeja	9000	9000	9000
	Almuerzo completo	10000	10000	10000
<b>Preparados líquidos</b>	Hojaldras	1600	1600	1600
	Quimbolitos	1900	1900	1900
	Aromática de frutas	1500	1500	1500
	Aromática tradicional	1000	1000	1000
	Arroz con leche	2000	2000	2000
	Avena natural	2500	2500	2500
	Café helado	3500	3500	3500
	Café en leche	1700	1700	1700
	Cappuccino	3700	3700	3700
	Limonada	2500	2500	2500
	Yogurt con granola	3500	3500	3500
	Sorbete	3200	3200	3200