



Universidad de Valladolid

Trabajo de fin de grado

**ANÁLISIS DE LA OFERTA ALIMENTARIA DE LOS
CENTROS DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

Facultad de Medicina

Grado en Nutrición Humana y Dietética

Autora: Alba Martín Hernández

Tutora: Laura Carreño Enciso

Curso: 2018-2019



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid
Alba Martín Hernández



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid
Alba Martín Hernández

**Departamento de Pediatría, Inmunología
Ginecología-Obstetricia, Nutrición-Bromatología,
Psiquiatría e Historia de la Ciencia
FACULTAD DE MEDICINA**
Avda. Ramón y Cajal nº 5
47005-VALLADOLID
Tlf: 983 42 31 86 / Fax: 983 18 38 12
e-mail: pediatría@med.uva.es



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Doña Laura Carreño Enciso, PDI del Área de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Valladolid, como tutora del Trabajo de Fin de Grado de la alumna Alba Martín Hernández,

Autoriza la presentación del Trabajo de Fin de Grado titulado:

“ANÁLISIS DE LA OFERTA ALIMENTARIA DE LOS CENTROS DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID”

Para optar al Título de Grado en Nutrición Humana y Dietética.

Lo que firma en Valladolid, a 14 de junio de 2019

Fdo.: Doña Laura Carreño Enciso



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid
Alba Martín Hernández



RESUMEN

Introducción:

El colectivo universitario, especialmente el de estudiantes, es una población idónea para ser objeto de programas de educación nutricional. Debido a los cambios que les ocurren en esta etapa (pautas alimentarias incorrectas, abandono del hogar familiar, falta de experiencia en la cocina, etc) es un periodo clave para reforzar hábitos alimentarios saludables. Por todo ello, el entorno universitario es un gran escenario para llevar a cabo programas de promoción de la salud.

Objetivo:

Conocer el uso que hacen los miembros de la comunidad universitaria de las distintas ofertas de restauración de la Universidad de Valladolid (UVa).

Métodos:

Se ha realizado un estudio observacional transversal. Se llevaron a cabo una serie de encuestas a miembros de la comunidad universitaria mediante visitas a los comedores, cafeterías, zonas habilitadas para comer y resto de locales de todas las Facultades y centros del campus de Valladolid de la UVA.

Resultados:

En las cafeterías la hora de mayor afluencia es la del almuerzo. Lo que más se consume son los bocadillos y el agua. A la hora de la comida, prefieren como primera opción el menú del día seguido de los platos combinados. Las máquinas expendedoras son más utilizadas también a la hora del almuerzo. El agua y el café con leche son las bebidas más demandadas y los snacks salados y las chocolatinas los productos más demandados. Las zonas habilitadas para comer son utilizadas de media dos veces por semana y se consume comida casera de 1 plato a base de pasta mayoritariamente. Los usuarios acompañan sus comidas con pan fresco, fruta de postre y agua. En el caso de que complementen su comida con algún otro tipo de producto lo hacen con chocolatinas.

Conclusiones:

Es necesario incluir una mayor oferta de productos saludables. Del mismo modo, hay que fomentar programas y materiales, de educación nutricional, que favorezca que los usuarios elijan, elaboren y consuman la opción más saludable posible.



ABSTRACT

Introduction:

The university community, especially the students one, is a suitable population to be the object of nutrition education programs. Due to the changes that happen in this stage (incorrect dietary guidelines, abandonment of the family home, lack of experience in the kitchen, etc) it is a key period to reinforce healthy eating habits. Therefore, health promotion programs are carried out in university environments.

Objective:

Knowing the use that the members of the university community make of the different offers of restoration of the UVa.

Methods:

A cross-sectional observational study has been carried out. A series of surveys were carried out to members of the university community through visits to canteens, authorized eating areas and other premises of all the Faculties and centers of the UVa campus of Valladolid.

Results:

In the canteens, the hour of greater affluence is lunch time. The most consumed are the sandwiches and the water. When it comes to lunch, they prefer the daily menu followed by the combination dishes as the first option. Vending machines are also used at lunch time. Water and coffee with milk are the most demanded drinks and salted snacks and chocolates the most demanded products. The zones enabled to eat are used on average twice a week and homemade food is consumed with pasta most of the times. Users accompany their meals with fresh bread, dessert fruit and water. In the case that they complement their food with some other type of product they do it with chocolates.

Conclusions:

It is necessary to include a greater offer of healthy products. In the same way, it is necessary to promote programs and materials, of nutritional education, that favor that the users choose, elaborate and consume the healthiest option possible.



PALABRAS CLAVE

Cafeterías universitarias, máquinas expendedoras, universidad saludable, educación nutricional.

Keywords:

University canteens, vending machines, healthy university, nutritional education.



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Salud y hábitos alimentarios de los estudiantes universitarios españoles.....	10
1.2 Programas de promoción de la salud en el entorno universitario.....	11
1.3 Universidades Saludables	12
1.4 Justificación.....	13
2. OBJETIVO	14
2.1. Objetivos específicos.....	14
3. MATERIAL Y MÉTODOS.....	15
3.1. Diseño	15
3.2. Metodología	15
3.2.1. Evaluación del consumo de los productos ofertados en las Facultades y centros UVa.....	16
3.2.1.1. Evaluación del consumo de los productos ofertados en las cafeterías de las Facultades y centros de la UVa.....	16
3.2.1.2. Evaluación del consumo de alimentos realizado en las zonas habilitadas para la alimentación de las Facultades y centros de la UVa	16
3.2.2. Análisis DAFO de las distintas ofertas de restauración en centros UVa.....	17
3.3. Análisis estadístico.....	18
4.- RESULTADOS	19
4.1.- Cafetería.....	20
4.2.- Máquinas expendedoras.....	24
4.3.- Zonas habilitadas para comer.....	28
4.4 Análisis DAFO.....	35
5. DISCUSIÓN.....	36
5.1 Cafetería.....	36
5.2 Máquinas expendedoras	37
5.3 Zonas habilitadas para comer	38
6. CONCLUSIONES	40
7. BIBLIOGRAFÍA.....	41
8. ANEXOS.....	45



ÍNDICE DE TABLAS

1. Información de los participantes.....	19
2. Tipos de alimentos consumidos en función del sexo.....	21
3. Tipos de bebidas consumidas en función del sexo.....	22
4. Tipos de bebidas consumidas en función del sexo.....	25
5. Tipos de alimentos consumidos en función del sexo.....	26
6. Nº veces que utilizan las zonas habilitadas en función del sexo.....	28
7. Tipo de comida en función del sexo.....	29
8. Tipo de alimento en función del sexo.....	30
9. Tipo de bebida en función del sexo.....	32
10. Tipo de producto complementario en función del sexo.....	33
11. Tipo de bebida complementaria en función del sexo.....	33



ÍNDICE DE FIGURAS

1. Distribución de los voluntarios en función de la rama de conocimiento.....	20
2. Usos de la cafetería en función del sexo.....	21
3. Calificación de la relación calidad/precio en función del sexo.....	22
4. Valoración de las instalaciones en función del sexo.....	23
5. Uso de las máquina expendedoras en función del sexo.....	24
6. Valoración de la relación calidad/precio en función del sexo.....	26
7. Procedencia de la comida en función del sexo.....	29
8. Rotación del menú en función del sexo.....	31
9. Consumo de pan en función del sexo.....	31
10. Tipos de postre en función del sexo.....	32
11. Valoración de las instalaciones en función del sexo.....	34
12. Valoración del equipamiento en función del sexo.....	34
13. Análisis DAFO.....	35



1. INTRODUCCIÓN

1.1 Salud y hábitos alimentarios de los estudiantes universitarios españoles

Los estudiantes universitarios se consideran un colectivo de especial interés desde el punto de vista nutricional ya que los hábitos alimentarios que han adquirido a lo largo de la infancia y durante su adolescencia, pueden ir variando como consecuencia del cambio de conducta que presentan (1) (2). Así mismo, también puede verse afectada su alimentación, dado que en esta etapa de su vida es necesario una mayor implicación por su parte a la hora de elaborar y elegir su propia comida.

Por otra parte, todos estos cambios se reflejan de manera más potente en los estudiantes que abandonan el hogar familiar para estudiar en otra ciudad respecto a los que no lo hacen (3). Todo ello junto con diversos factores sociales, económicos, culturales, cambios fisiológicos y las preferencias alimentarias configuran un nuevo patrón de alimentación que en muchos casos se va a mantener a lo largo de la vida (4). Por tanto, es un periodo crítico en el que se consolidarán los hábitos y conductas alimentarias.

Entre las pautas que los estudiantes universitarios realizan de manera incorrecta a la hora de alimentarse se encuentran: no realizar un desayuno adecuado o directamente no desayunar (lo que puede afectar al rendimiento físico y académico), omitir alguna de las comidas principales del día, picar entre horas, horarios irregulares al realizar las comidas; exceso de consumo de carnes rojas y lácteos (que se refleja en exceso de grasa saturada, colesterol y proteína animal), baja ingesta de pescado, frutas, verduras y cereales, consumo de bebidas alcohólicas, abuso de la comida rápida. Esto conduce a una alimentación poco diversa con aportes de grasas y proteínas superiores a las recomendaciones e inferior en hidratos de carbono (perfil calórico desequilibrado) y en muchas ocasiones también hay una realización de dietas peligrosas de adelgazamiento, sin olvidar que sigue habiendo una gran influencia de la publicidad (4-9).

De forma paralela a estos hábitos inadecuados, se encuentran unos obstáculos que les dificultan su cambio en la forma de alimentarse: fácil disponibilidad de alimentos de alta densidad calórica a coste bajo, precio elevado de los alimentos saludables con difícil disponibilidad, hábitos sociales o culturales, ritmo de vida acelerado, falta de tiempo, falta de habilidad para cocinar. Estos factores les pueden llevar a incluir alimentos que no requieren una elaboración compleja o tiempo de cocción prolongado, limitando así la variedad de su alimentación y, además, en muchas ocasiones la oferta alimentaria en el entorno universitario, es cerrada o semicerrada y no tienen posibilidad de elegir opciones saludables.



No obstante, la mayoría de los individuos no perciben la necesidad de modificar sus hábitos dietéticos. Lo que supone, en sí mismo, un impedimento para la modificación de estos (10), ya que si se continúa con estas pautas aumenta el riesgo de tener enfermedades crónicas no transmisibles.

La dieta y la alimentación son factores muy importantes en la promoción de la salud, y la prevención primaria es una forma efectiva de prevenir enfermedades crónicas. Por la tanto, el reconocimiento temprano de las dietas no saludables en los jóvenes podría ayudar a mejorar la calidad de vida y disminuir la morbilidad, lo que redundará en menores costes socio-sanitarios a largo plazo.

Con todas estas conductas se pone de manifiesto la necesidad de que las universidades tomen conciencia y pasen a la acción en el área de la promoción de la salud, tanto en la educación nutricional de toda la comunidad, como creando o adaptando los entornos (cafeterías, comedores, máquinas expendedoras, etc) para favorecer elecciones alimentarias saludables (8).

1.2 Programas de promoción de la salud en el entorno universitario

El sociólogo venezolano Robert Briceño afirma que: “un sistema de salud deseable debe colocar su énfasis en la promoción de la salud y en la prevención, no en la atención médica” y añade “la reforma del sector salud debe partir de un cambio sustancial en la concepción de salud y de lo que debe ser la intervención en salud” (11).

Las universidades son excelentes lugares para promocionar la salud. En ellas se puede intervenir de una manera u otra en la salud de los usuarios, ayudando a que estos conozcan las pautas correctas de alimentación y animándoles a su realización. A esto se suma que las personas que trabajan o estudian en las facultades pasan mucho tiempo en ellas, lo que aumenta aún más la capacidad de estas para contribuir al desarrollo de la salud de sus miembros (11).

Gracias al gran alcance que estas instituciones poseen, se pueden realizar diversas acciones que ayuden a promover e impulsar, a través de la enseñanza, un estilo de vida saludable de todas las personas que forman parte de ella.

Se deben desarrollar proyectos en los que se realicen acciones eficaces y concienciadas para que éstas lleguen al mayor número posible de personas y sean realmente comprendidas, con el fin de consolidar todos los valores y conocimientos necesarios para llevar a cabo una adecuada promoción de la salud y mejora de los estilos de vida de todos los miembros de las universidades.



Algunas de las acciones que se pueden llevar a cabo en este entorno son: crear ambientes de vida, de aprendizaje, y de trabajo conducentes a la salud; proteger el ambiente y promover el desarrollo humano sostenible; promover la promoción de la salud en la enseñanza y en la investigación; promover la salud de la comunidad, y ser un recurso para ella (12).

1.3 Universidades Saludables

Definimos Universidades Saludables como “aquellas que incorporan la salud entre sus valores, y llevan a cabo intervenciones dirigidas a facilitar un entorno que proteja y favorezca la salud y bienestar físico, psíquico y social”. Estas universidades se encuentran repartidas por todo el mundo en países como Chile, México, Colombia, Perú, Argentina, Cuba o España (13).

En España se encuentra la Red Española de Universidades Saludables (REUS) constituida el 22 de septiembre de 2008. Se fundamenta en parte a lo descrito en la carta de Ottawa, que dice: “la creación de entornos que apoyen la salud” o “el proceso de permitir a la gente aumentar el control sobre su salud y por tanto mejorarla, donde la universidad puede jugar un papel fundamental ya que es un centro de trabajo, un centro educativo y además realiza investigaciones para garantizar el avance de nuestra sociedad” (13).

La REUS, está formada por 38 universidades y sus objetivos son: “potenciar la universidad como entorno promotor de la salud de la comunidad universitaria y de la sociedad en su conjunto, fomentar la investigación y la docencia y el intercambio de experiencias en promoción de la salud, promover y favorecer el trabajo conjunto entre los organismos de salud pública, las instituciones comunitarias y las universidades, consensuar líneas estratégicas y de trabajo para llevar a cabo un proyecto de universidades promotoras de la salud, posibilitar la elaboración y el desarrollo de proyectos comunes en líneas estratégicas de la Red, potenciar la participación internacional y fomentar la oferta de servicios y actividades dirigidos a promocionar la salud de la comunidad universitaria” (13).

Estos objetivos se desarrollan mediante diversas líneas estratégicas como por ejemplo: entornos universitarios promotores de salud, inclusión en los planes de estudio de formación en este ámbito así como fomento de la investigación. Además, se favorece la colaboración entre los organismos de salud pública, las instituciones comunitarias y las universidades (13).



1.4 Justificación

La pertenencia de la UVa al programa REUS justifica la necesidad de estudiar cuál es la oferta de los distintos tipos de restauración que ofrece, así como los hábitos alimentarios de los alumnos. De esta manera, se puede comenzar a realizar acciones dirigidas a los miembros universitarios, para la mejora de la oferta alimentaria y para fomentar la educación nutricional a través de la creación de la infografía “tupper saludable”.

La universidad es un entorno vivo donde interactúan factores ambientales, organizativos y personales que afectan a la salud y al bienestar de las personas. Es por tanto un escenario ideal para proteger y favorecer la salud, promoviendo conocimientos y habilidades dirigidos a los estudiantes y a los demás trabajadores, para que adquieran estilos de vida saludables.

Este entorno, representa un marco idóneo para contribuir notablemente a la promoción de la salud y la prevención las adicciones contribuyendo así al bienestar de la población.



2. OBJETIVO

Conocer el uso que hacen los miembros de la comunidad universitaria de las distintas ofertas de restauración de la UVa.

2.1. Objetivos específicos

- Evaluar el uso que hacen los miembros de la comunidad universitaria de los servicios de las cafeterías de las Facultades.
- Evaluar el uso que hacen los miembros de la comunidad universitaria de la oferta de las máquinas expendedoras.
- Evaluar el uso que hacen los miembros de la comunidad universitaria de las zonas habilitadas en las Facultades para el autoservicio.
- Realizar un análisis DAFO de las distintas ofertas de restauración de la UVa: identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que ofrecen.
- Proponer distintas acciones dirigidas a mejorar la calidad de la oferta desde el punto de vista de la salud.



3. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Diseño

Se ha realizado un estudio observacional transversal.

3.2. Metodología

La recogida de información tuvo lugar entre los meses de septiembre de 2017 y febrero del 2019.

Se realizaron una serie de encuestas a miembros de la comunidad universitaria mediante visitas a los comedores, cafeterías, zonas habilitadas para comer y resto de locales de todas las Facultades y centros del campus de Valladolid de la UVa:

- Escuela de Ingenierías Industriales
- Escuela de Ingeniería Informática
- Escuela Técnica Superior de Arquitectura
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación
- Facultad de Ciencias
- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
- Facultad de Comercio
- Facultad de Derecho
- Facultad de Educación y Trabajo Social
- Facultad de Filosofía y Letras
- Facultad de Medicina

La Facultad de Derecho y la E.T.S. de Arquitectura no disponen de cafetería, pero sí de distintas zonas que contienen máquinas expendedoras; la Facultad de Comercio y Filosofía y Letras, comparten la cafetería (localizada en la Facultad de Filosofía y Letras).

También se analizaron las máquinas expendedoras de los Colegios Mayores Santa Cruz Masculino y Femenino.



3.2.1. Evaluación del consumo de los productos ofertados en las Facultades y centros UVa.

3.2.1.1. Evaluación del consumo de los productos ofertados en las cafeterías de las Facultades y centros de la UVa

Se pidió a 500 usuarios de las cafeterías de las facultades (que accedieron a participar voluntariamente) —estudiantes, PAS y PDI— que cumplimentaran un cuestionario de diseño propio (anexo 1) para conocer con qué frecuencia acudían a la cafetería, qué alimentos y bebidas solían consumir y en qué momentos del día.

También se les preguntó sobre otras cuestiones, como si les gustaría incluir algún alimento o bebida en la oferta de la cafetería, cuál o cuáles, si fuera así; una valoración de la relación calidad/precio; si les parecían adecuadas las instalaciones de la cafetería; y si acudían a restaurantes, cafeterías o tiendas externos a la facultad con frecuencia y por qué motivo.

3.2.1.2. Evaluación del consumo de alimentos realizado en las zonas habilitadas para la alimentación de las Facultades y centros de la UVa

Se realizó una encuesta de elaboración propia (anexo 2) para conocer qué tipo de alimentos traen los usuarios de las zonas habilitadas para comer en los diferentes centros visitados. La encuesta se realizó a 251 usuarios (que accedieron a participar voluntariamente)- estudiantes, personal administrativo y servicios (PAS) y personal docente e investigador (PDI)- que estuviera en las zonas habilitadas para comer los días de las visitas a los centros.

Se preguntó qué tipo de alimentos y bebidas traen, qué procedencia tienen (si es elaboración casera o se adquiere en alguna cafetería o supermercado), con qué frecuencia rotan los platos, si adquieren complementos a su comida en las máquinas expendedoras de los centros y qué tipo de alimentos o bebidas compran para complementar su comida. Por último se preguntó sobre su opinión acerca de la adecuación de las zonas habilitadas para comer así como de su equipamiento (microondas, cubiertos, etc).



3.2.1.3. Evaluación del consumo de los productos ofertados en las máquinas expendedoras en las Facultades y centros de la UVa

Con objeto de conocer los productos más consumidos (alimentos y/o bebidas) de las máquinas expendedoras se realizó una encuesta de diseño propio (anexo 3) a 533 usuarios (que accedieron a participar voluntariamente)—estudiantes, personal de administración y servicios (PAS) y personal docente e investigador (PDI)— que estuvieran en la zona de las máquinas expendedoras y las zonas habilitadas para el consumo de alimentos los días de las visitas a los centros.

Se preguntó sobre las veces a la semana que se utilizaban, como promedio, las máquinas expendedoras, para qué tipo de ingesta (desayuno, almuerzo, comida, merienda o picoteo) y qué productos solían consumir. También se preguntó a los usuarios si les gustaría que las máquinas incluyeran algún alimento o bebida no ofertado y, en caso afirmativo, cuál o cuáles. Finalmente se solicitaba una valoración de los precios y de la relación calidad/precio de los productos.

3.2.2. Análisis DAFO de las distintas ofertas de restauración en centros UVa.

El análisis DAFO consiste en una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

Permite diseñar la estrategia en la que se basará la institución para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Esta herramienta requiere de un análisis interno y externo del entorno en el que se desarrolla la actividad para mejorar su rentabilidad, funcionamiento y posicionamiento en el mercado.

Análisis interno: debilidades y fortalezas

En el estudio interno, el objetivo es encontrar las **debilidades y las fortalezas** que tiene la institución: las primeras para corregirlas y las segundas para impulsarlas.

Análisis externo: amenazas y oportunidades

El análisis externo es el que se refiere al **entorno empresarial de la compañía**. Incluye todos aquellos aspectos que no dependen directamente de la institución pero que le afectan. Estos puntos son muy reveladores a la hora de definir estrategias que permitan combatir las amenazas y aprovechar las oportunidades.



3.3. Análisis estadístico

Las variables categóricas se describen como frecuencia absoluta (n) y relativa (%). Las variables cuantitativas paramétricas se describen como media (DS), y las variables que no siguen una distribución normal, como mediana (p25-p75). La normalidad de las variables se determinó mediante el test de Kolmogorov-Smirnov o Shapiro-Wilk.



4.- RESULTADOS

Los datos se han obtenido a partir de la realización de 3 tipos de encuestas en función del tipo de servicio de restauración de la UVA utilizado: cafetería, máquinas expendedoras y comida propia (“tupper”) consumida en las zonas habilitadas para ello. En total han participado en las encuestas 1292 sujetos (44% (n=586) varones, y mujeres). La mayoría de los participantes pertenecían al colectivo de estudiantes 92,6% (n=1197) y el resto se repartió entre personal docente e investigador 6,5% (n=84).

En la Tabla 1 se muestran los datos de participación en las diferentes encuestas, el sexo y el colectivo universitario al que pertenecen.

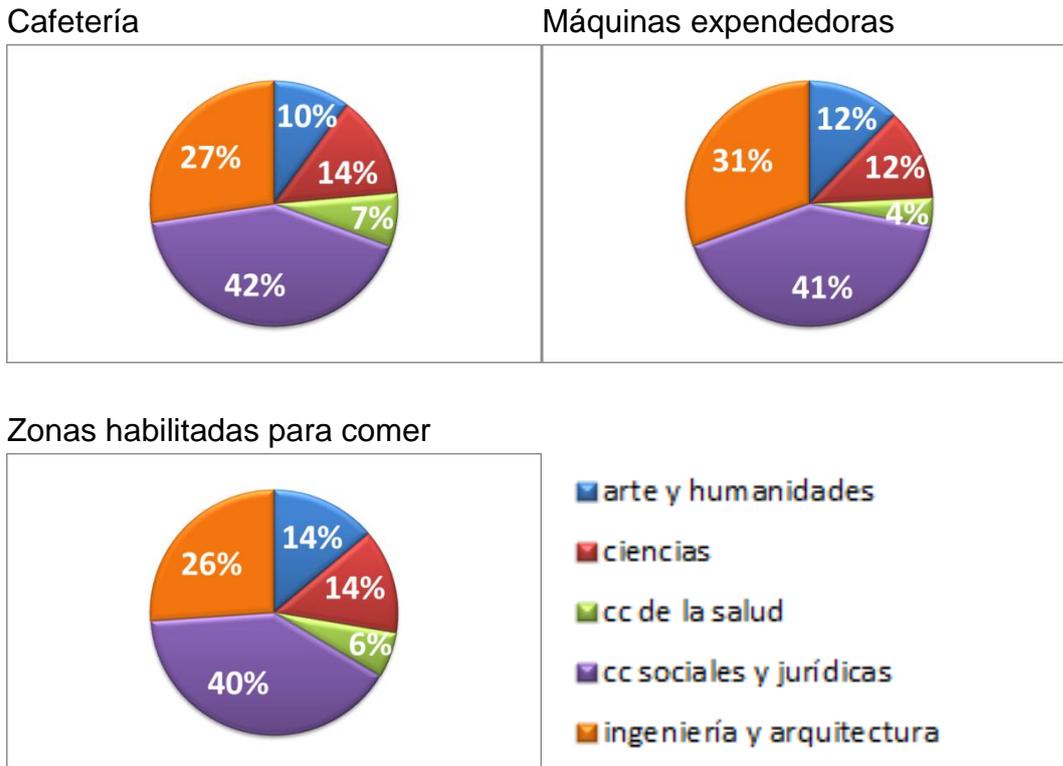
Tabla 1. Información de los participantes

				Colectivo		
	N total	varones	mujeres	Estudiantes	PDI	PAS
Encuesta usuarios de cafetería	500	43% (215)	57% (285)	90,2% (451)	6% (30)	3,6% (18)
Encuesta usuarios máquinas expendedoras	533	47,3% (252)	52,7% (281)	94,9% (503)	3,6% (19)	1,5% (8)
Encuesta usuarios zonas habilitadas para comer	251	40,2% (101)	59,8% (150)	96,4% (243)	2,8% (7)	0,8% (2)

La distribución de la muestra en función de la rama de conocimiento no es homogénea. La mayoría de los encuestados cursan estudios de ciencias sociales y jurídicas. En la Figura 1 se expone la distribución en cada una de las encuestas en función de la rama de conocimiento.



Figura 1. Distribución de los voluntarios en función de la rama de conocimiento.

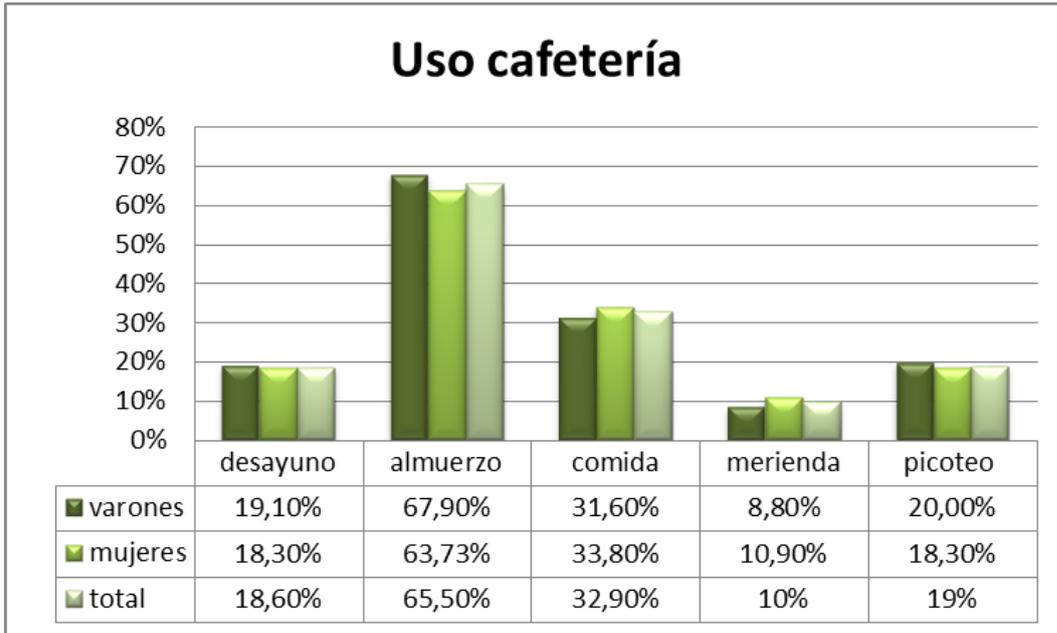


4.1 Cafetería

La edad media de los participantes, como era de esperar, fue diferente en función del colectivo al que pertenecían; 20,9 años los estudiantes (DS: 3,21, rango: 17 a 52 años), 41,5 años los miembros del PDI (DS: 11,58, rango: 23 a 58 años) y 45,2 años el PAS (DS: 12,4, rango: 19 a 62 años).

Los participantes de la encuesta declararon utilizar la cafetería una media de 3,3 (DS: 1,9) veces a la semana (3,4 (1,97) veces los varones y 3,2 (1,9) veces las mujeres). En la Figura 2 se representa en qué tipo de ingesta se utiliza el servicio de cafetería, diferenciado por sexos. Se observa que hay una mayor afluencia a la cafetería a la hora del almuerzo.

Figura 2. Usos de la cafetería en función del sexo



Se recogieron los distintos tipos de productos que se pueden encontrar en una cafetería universitaria. En la Tabla 2 se muestran los principales grupos consumidos en función del sexo. En general los alimentos más consumidos son los sándwiches y los bocadillos. Sólo se observaron diferencias significativas en la bollería industrial y las pitas, siendo mayor el consumo de las mujeres con respecto a los varones.

Tabla 2. Tipos de alimentos consumidos en función del sexo

Tipos de alimentos	de Varones	Mujeres	Total
Bocadillos	34,4% (n=74)	30,5% (n=87)	32,2% (n=161)
Sándwiches	27,9% (n=60)	30,2% (n=86)	29,2% (n=146)
Paninis	14,9% (n=32)	20,7% (n=59)	18,2% (n=91)
Snack de bolsa	13% (n=28)	18,2% (n=52)	16% (n=80)
Bollería industrial	11,2% (n=24)	18,2% (n=52)*	15,2% (n=76)
Bollería diaria	15,8% (n=34)	14% (n=40)	14,8% (n=74)
Pitas	9,3% (n=20)	15,1% (n=43)*	12,6% (n=63)
Pulguitas	10,5% (n=20)	9,5% (n=22)	10% (n=42)
Hamburguesas	6,3% (n=12)	5,6% (n=13)	5,9% (n=25)
Frutos secos	5,2% (n=10)	5,6% (n=13)	5,5% (n=23)
Encurtidos	5,7% (n=11)	5,2% (n=12)	5,4% (n=23)

*p< 0,05.



Con respecto a la comida del medio día, el 32,9% (n=164) declara utilizar la cafetería para esta ingesta, mayoritariamente se consume el menú de medio día y como segunda opción platos combinados.

El café es la bebida más demandada por los participantes en esta encuesta. Se observan diferencias significativas en el consumo de: infusiones y chocolate líquido, encontrando un mayor consumo por parte de las mujeres y de refrescos con azúcar, donde son los varones los que realizan una ingesta mayor. En la Tabla 3 se muestran las distintas opciones ofertadas y su consumo en función del sexo.

Tabla 3. Tipos de bebidas consumidas en función del sexo

Tipo de bebida	Varones	Mujeres	Total
Café	56,7% (n=122)	57,2% (n=163)	57% (n=285)
Infusiones	18,6% (n=40)	30,5% (n=87)*	25,4% (n=127)
Refresco con azúcar	31,2% (n=67)*	20,4% (n=58)	25% (n=125)
Chocolate líquido	13,5% (n=29)	20,7% (n=59)*	17,6% (n=88)
Cerveza con alcohol	15,8% (n=34)	15,1% (n=43)	15,4% (n=77)
Zumo comercial	12,6% (n=27)	15,8% (n=45)	14,4% (n=72)
Refresco sin azúcar	16,3% (n=35)	12,6% (n=36)	14,2% (n=71)
Zumo natural	12,6% (n=27)	13,3% (n=38)	13% (n=65)
Cerveza sin alcohol	8,8% (n=19)	7% (n=20)	7,8% (n=39)
Batidos	5,7% (n=11)	5,2% (n=12)	5,4% (n=23)

*p < 0,05.

La relación calidad/precio de los productos ofertados en la cafetería fue calificada como buena o muy buena (Figura 3). Sin embargo, respecto a las instalaciones la valoración obtenida fue regular-buena (Figura 4).

Figura 3. Calificación de la relación calidad/precio en función del sexo

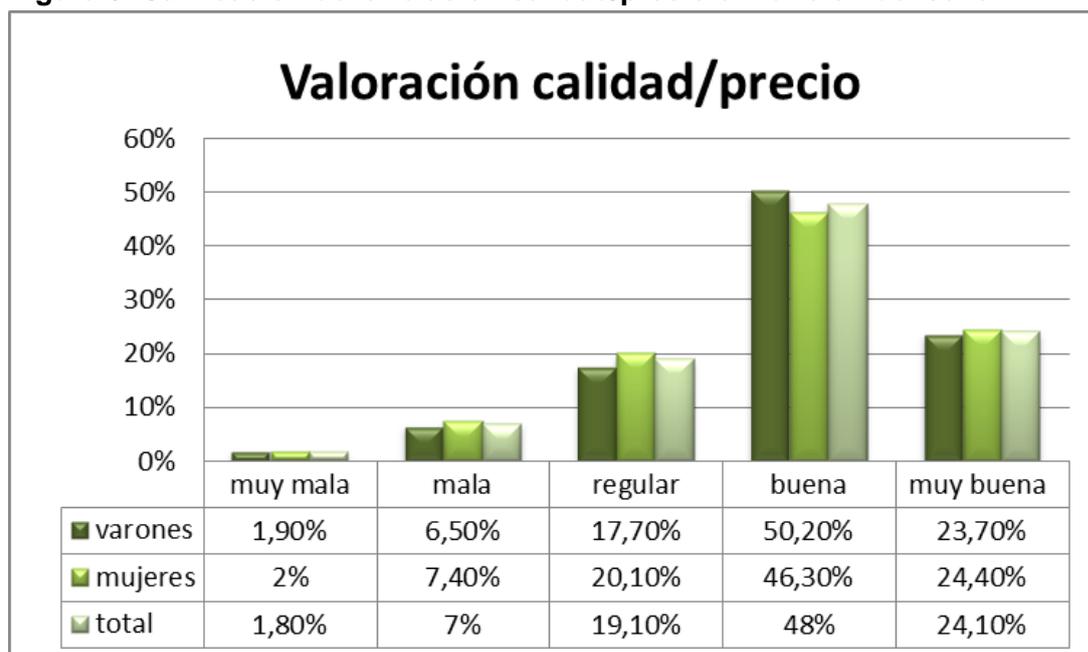
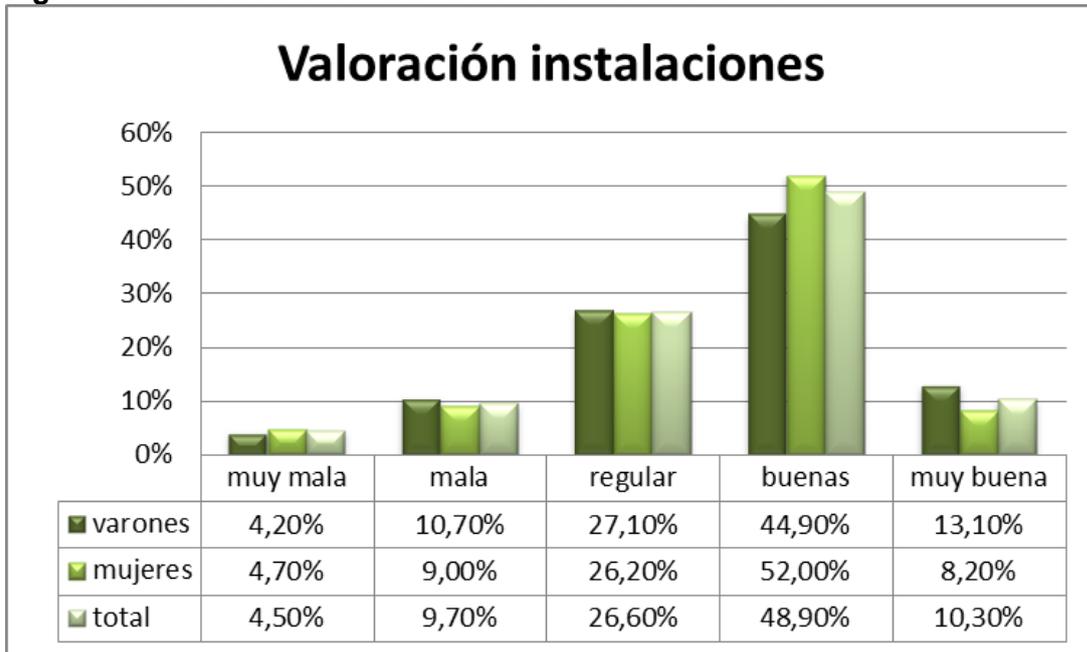




Figura 4. Valoración de las instalaciones en función del sexo



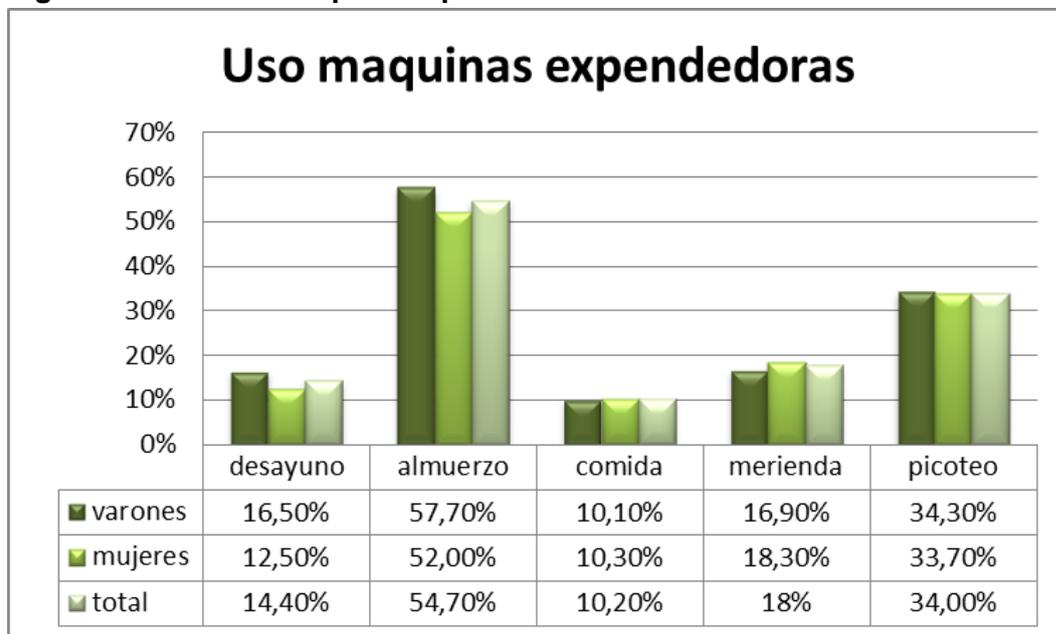


4.2 Máquinas expendedoras

La edad media de los estudiantes fue de 21,1 años (DS: 2,9 rango: 17 a 42 años), el PDI tenía una edad de 42,7 años (DS: 9,6 rango: 26 a 60 años) y el PAS 39,4 años (DS: 11,8 rango: 26 a 58 años).

Los participantes de la encuesta declararon utilizar las máquinas expendedoras una media de 2,1 (DS: 1,5) veces a la semana (2,2 (DS: 1,5) veces los varones y 2 (DS:1,6) veces las mujeres. Entre éstos, los alumnos la usan una media de 2 (DS: 1,5), PAS 1,6 (DS: 0,5) y PDI 3 (DS: 2,1). Los varones la utilizan una media de 2,2 (DS: 1,5) y las mujeres de 2 (DS: 1,6). En la Figura 5 se muestran los diferentes usos de las máquinas expendedoras (desayuno, almuerzo, comida, merienda, picoteo), diferenciado por sexos. En general hay una mayor afluencia a la hora del almuerzo.

Figura 5. Uso de la máquina expendedora en función del sexo



El café con leche es la bebidas más consumida por los participantes. Solo se observan diferencias significativas en el café solo y en los refrescos azucarados, siendo en ambos mayor el consumo por parte de los varones. En la Tabla 4 se muestran los diferentes tipos de bebidas que se ofertan en las máquinas expendedoras en función del sexo.



Tabla 4. Tipos de bebidas consumidas en función del sexo.

Tipo de bebida	Varones	Mujeres	Total
Agua	42% (n=105)	46,5% (n=128)	44,4 % (n=233)
Café con leche	42,4% (n=106)	44,2% (n=122)	43,3% (n=228)
Refrescos azucarados	31,2% (n=78)*	18,5% (n=51)	24,5% (n=129)
Refresco light	18,4% (n=46)	19,6% (n=54)	19% (n=100)
Zumos	21,2% (n=53)	17% (n=47)	19% (n=100)
Café solo	20,4% (n=51)*	13% (n=36)	16,5% (n=87)
Chocolate	10,4% (n=26)	14,9% (n=41)	12,7% (n=67)
Infusiones	11,2% (n=28)	12,7% (n=35)	12% (n=63)
Café largo	13,2% (n=33)	9,4% (n=26)	11,2% (n=59)
Café descafeinado con leche	10,4% (n=26)	10,5% (n=29)	10,5% (n=55)
Café capuchino	10,4% (n=26)	9,5% (n=26)	10% (n=52)
Batidos	8% (n=20)	9,8% (n=27)	8,9% (n=47)
Café cortado	8% (n=20)	8,4% (n=23)	8,2% (n=43)
Café descafeinado solo	6,8% (n=17)	7,2% (n=20)	7% (n=37)
Bebidas de leche	5,2% (n=13)	7,6% (n=21)	6,5% (n=34)
Café descafeinado largo	5,2% (n=13)	7,6% (n=21)	6,5% (n=34)
Café cortado descafeinado	6% (n=15)	6,6% (n=18)	6,3% (n=33)
Café capuchino descafeinado	4,8% (n=12)	6,9% (n=19)	5,9% (n=31)

*p<0,05

Respecto a los productos más consumidos en las máquinas expendedoras destacan los snacks salados seguidos de las chocolatinas. Solo se observan diferencias significativas en el consumo de chocolatinas y galletas dulces, las mujeres realizan mayor consumo de éstos. En la Tabla 5 se observan los diferentes grupos de productos y su consumo en función del sexo.

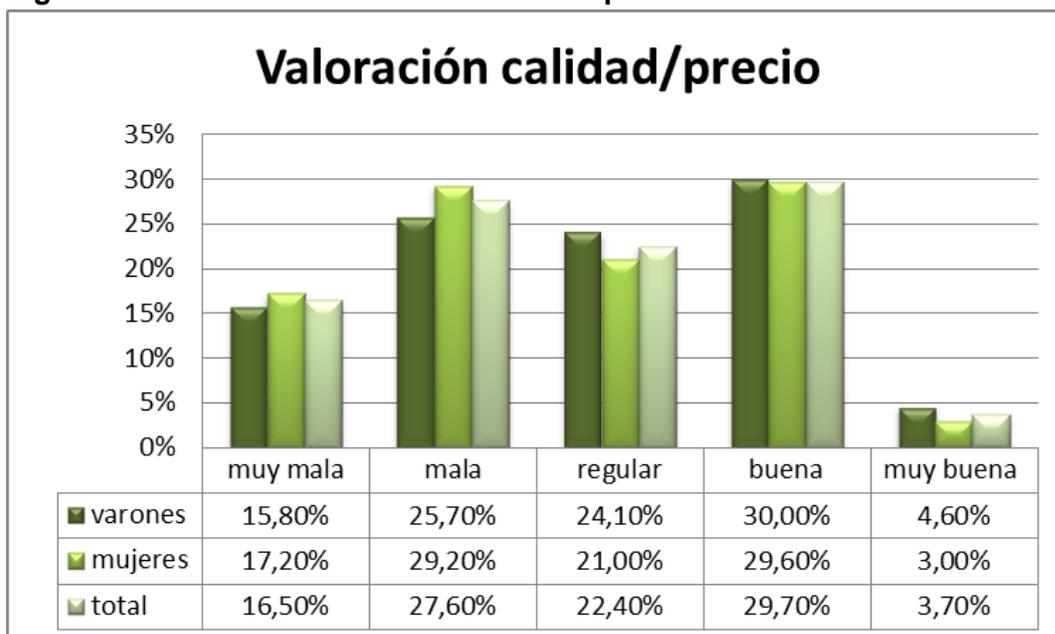
Tabla 5. Tipos de alimentos consumidos en función del sexo

Tipos de alimentos	de Varones	Mujeres	Total
Snack salados	31,6% (n=79)	34,4% (n=95)	33,1% (n=174)
Chocolatinas	26% (n=65)	37,3% (n=104)*	32,1% (n=169)
Bollería industrial	22,8% (n=57)	16,3% (n=45)	19,4% (n=102)
Sándwiches	15,7% (n=39)	21% (n=58)	18,5% (n=97)
Chicles	15,7% (n=39)	17,8% (n=49)	16,8% (n=88)
Galletas dulces	10,4% (n=26)	18,5% (n=51)*	14,6% (n=77)
Golosinas	12,4% (n=31)	15,9% (n=44)	14,3% (n=75)
Frutos secos fritos	10,8% (n=27)	16,3% (n=45)	13,7% (n=72)
Galletas saladas	9,6% (n=24)	13,4% (n=37)	11,6% (n=61)
Frutos secos dulces	9,2% (n=23)	12% (n=33)	10,6% (n=56)
Frutos secos naturales	8% (n=20)	11,7% (n=32)	9,9% (n=52)
Ensaladas	9,2% (n=23)	9,4% (n=26)	9,3% (n=49)
Yogures	8% (n=20)	8,7% (n=24)	8,4% (n=44)
Fruta natural	8% (n=20)	8,3% (n=23)	8,2% (n=43)

*p<0,05

La mayoría de los encuestados calificaron como buena-mala la relación calidad/precio de los productos ofertados en las máquinas expendedoras (Figura 6).

Figura 6. Valoración de la relación calidad/precio en función del sexo





Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid

Alba Martín Hernández

En la encuesta de máquinas expendedoras se preguntaba también sobre las zonas habilitadas para consumir productos adquiridos en las máquinas, el 56% (n=282), (54% (n=127) varones y 57,6% (n=155) mujeres) de los participantes sí es conocedor de la existencia de una zona office, es decir una zona habilitada donde los usuarios pueden consumir esta comida. De estos encuestados, el 62,6% (n=290) (62,2% (n=130) varones y el 63% (n=160) mujeres) sabe además, que existen útiles y equipamiento para el consumo de los alimentos.



4.3 Zonas habilitadas para comer

La edad media de los participantes fue: los alumnos una media de 20,7 años (DS: 2,3), PAS de 25 años (DS: 2,8) y PDI de 32,3 años (DS: 6,6).

Los voluntarios, utilizan las zonas habilitadas para comer una media de 2,9 (DS: 1,7) veces a la semana; de los cuales los alumnos las utilizan de media 2,9 ((DS: 1,7) 37,8% (n=95) varones y 58,6% (n=147) mujeres) veces a la semana, PAS 2,5 ((DS: 2,1) 0,4% (n=1) varones y 0,4% (n=1) mujeres) y PDI 4,3 ((DS: 1,5) 2% (n=5) varones y 0,8% (n=2)). En la Tabla 6 se recoge el número de veces que se utilizan las zonas habilitadas para comer en función del sexo. En general los participantes usan esta zona una media de dos veces, su uso es mayor por parte de las mujeres.

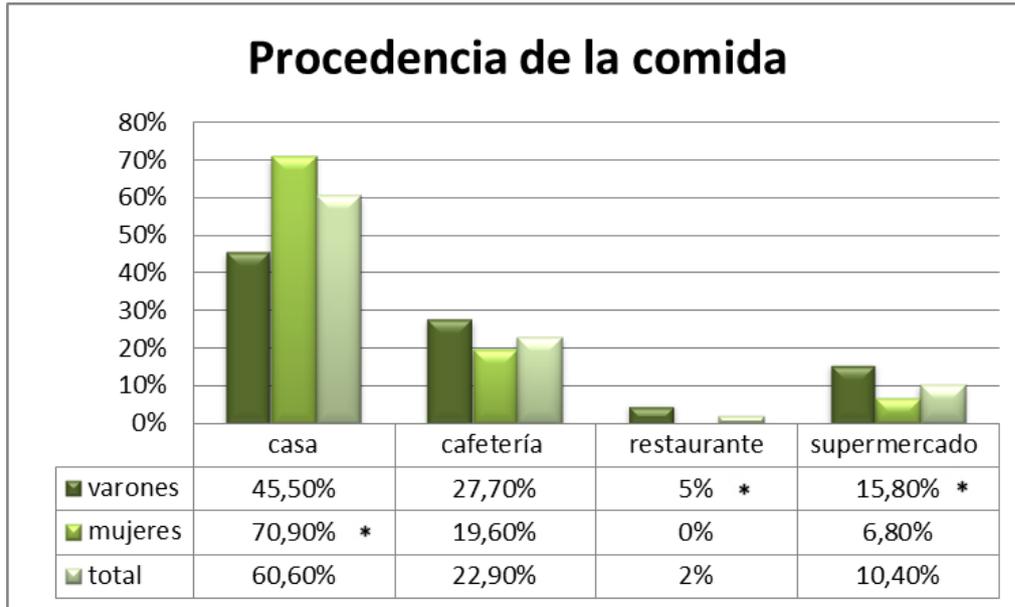
Tabla 6. Nº veces que utilizan las zonas habilitadas en función del sexo

Nº veces	Varones	Mujeres	Total
0	8% (n=8)	6,9% (n=10)	7,3% (n=18)
1	8% (n=8)	20,7% (n=30)	15,5% (n=38)
2	19% (n=19)	22,8% (n=33)*	21,2% (n=52)
3	15% (n=15)	16,6% (n=24)	15,9% (n=39)
4	22% (n=22)	12,4% (n=18)	16,3% (n=40)
5	26% (n=26)	16,6% (n=24)	20,4% (n=50)
6	1% (n=1)	3,4% (n=5)	2,4% (n=6)
7	1% (n=1)	0,7% (n=1)	0,8% (n=2)

*p<0,05

La procedencia de la comida es casera en la mayoría de los casos y son las mujeres las que traen su comida de casa en mayor proporción. Los varones obtienen la comida que consumen en estas zonas de restaurantes y supermercados, en mayor medida que las mujeres. En la Figura 7 se muestra esta distribución en función del sexo.

Figura 7. Procedencia de la comida en función del sexo



*p<0,05

Respecto a la utilización del equipamiento disponible en estas zonas, el 47,5% (n=113) utiliza el microondas, de los cuales el 47,3% (n=44) son varones y el 47,6% (n=69) mujeres.

Los participantes traen diferentes tipos de comida a las zonas habilitadas para comer. Por lo general la mayoría trae comida casera (un único plato). Se observan diferencias significativas en el sándwich, los varones traen más este tipo de productos y la ensalada y los lácteos, siendo las mujeres las que más llevan estos alimentos para su consumo en los centros UVa. En la Tabla 7 se muestran los distintos tipos y su consumo en función del sexo.

Tabla 7. Tipo de comida en función del sexo

Tipo de comida	Varones	Mujeres	Total
Casera 1pl	40,5% (n=30)	51,2% (n=64)	47,2% (n=94)
Casera 2pl	27% (n=20)	36% (n=45)	32,7% (n=65)
Fruta	31,1% (n=23)	32% (n=40)	31,7% (n=63)
Sándwich	33,% (n=25)*	16,8% (n=21)	23,1% (n=46)
Ensalada	13,5% (n=10)	28,8% (n=36)*	23,1% (n=46)
Precocinado	18,9% (n=14)	11,2% (n=14)	14,1% (n=28)
Lácteo	4,1% (n=3)	13,6% (n=17)*	10,1% (n=20)
Otros	2,7% (n=2)	1,6% (n=2)	2% (n=4)

*p<0,05



Mirando los diferentes grupos de alimento que se suelen traer para consumir en las facultades, la pasta es el alimento más elegido por parte de los encuestados, destaca el mayor consumo por parte de las mujeres. En el resto de grupos de alimentos no encontramos diferencias, salvo en el caso de guisos de carne y derivados cárnicos donde observamos un mayor consumo por parte de los varones. En la Tabla 8 se muestra la variedad de alimentos y su consumo en función del sexo.

Tabla 8. Tipo de alimento en función del sexo

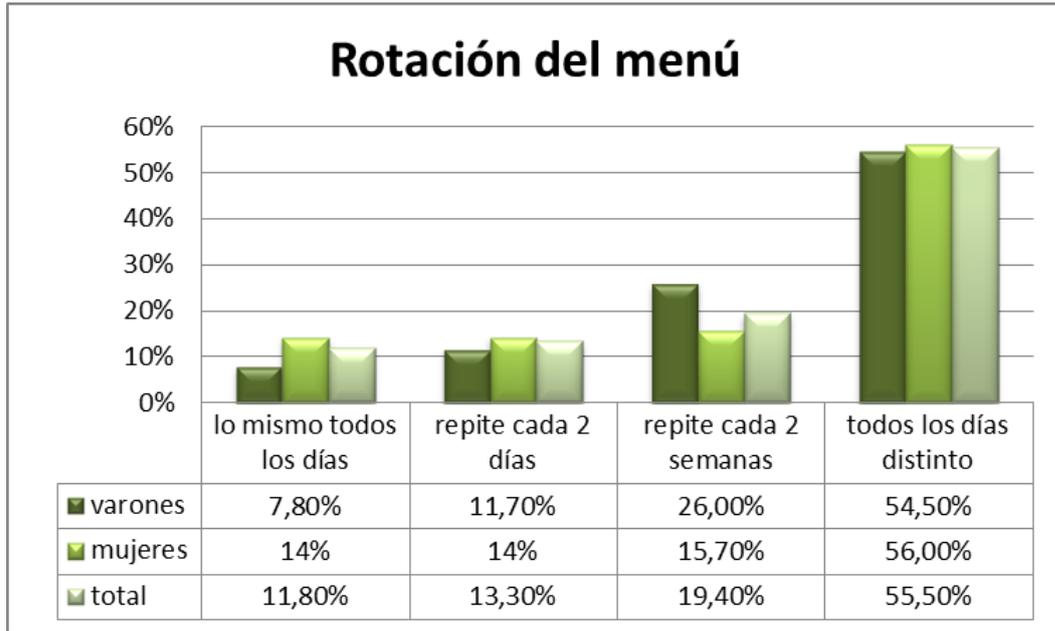
Tipo de comida	Varones	Mujeres	Total
Pasta	58% (n=40)	77,5% (n=93)*	70,4% (n=133)
Carne	53,6% (n=37)	53,3% (n=64)	53,4% (n=101)
Arroz	42% (n=29)	52,5% (n=63)	48,7% (n=92)
Verdura	40,6% (n=28)	52,5% (n=63)	48,1% (n=91)
Legumbre	31,9% (n=22)	41,6% (n=50)	38,1% (n=72)
Tortilla	30,4% (n=21)	24,2% (n=29)	26,5% (n=50)
Patata	30,4% (n=21)	21,6% (n=26)	24,9% (n=47)
Pescado	17,4% (n=12)	26,6% (n=32)	23,3% (n=44)
Guiso de carne	30,4% (n=21)*	15% (n=18)	20,6% (n=39)
Derivado cárnico	27,5% (n=19)*	10,8% (n=13)	17% (n=32)
Precocinado	14,5% (n=10)	10% (n=12)	11,6% (n=22)
Otros	8,7% (n=6)	7,6% (n=9)	8% (n=15)

*p<0,05

Respecto a la rotación de los menús (traen todos los días lo mismo, repite cada dos días, repite cada dos semanas, traen todos los días algo distinto) que los participantes realizan a la hora de comida, la mayoría de ellos consume algo diferente todos los días. En la Figura 8 se muestra esta clasificación diferenciado por sexo.

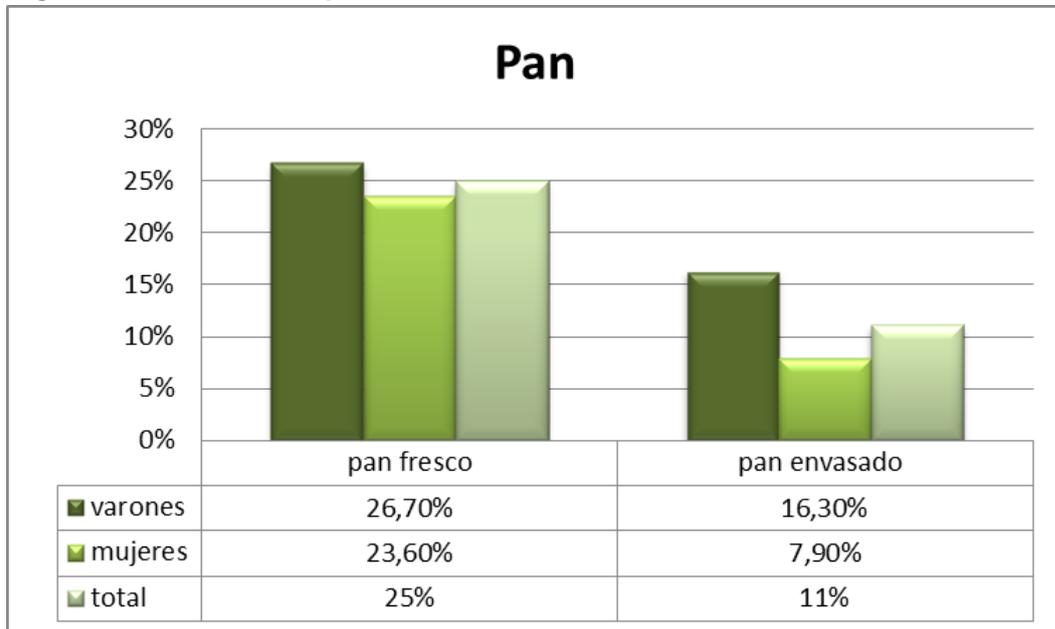


Figura 8. Rotación del menú en función del sexo



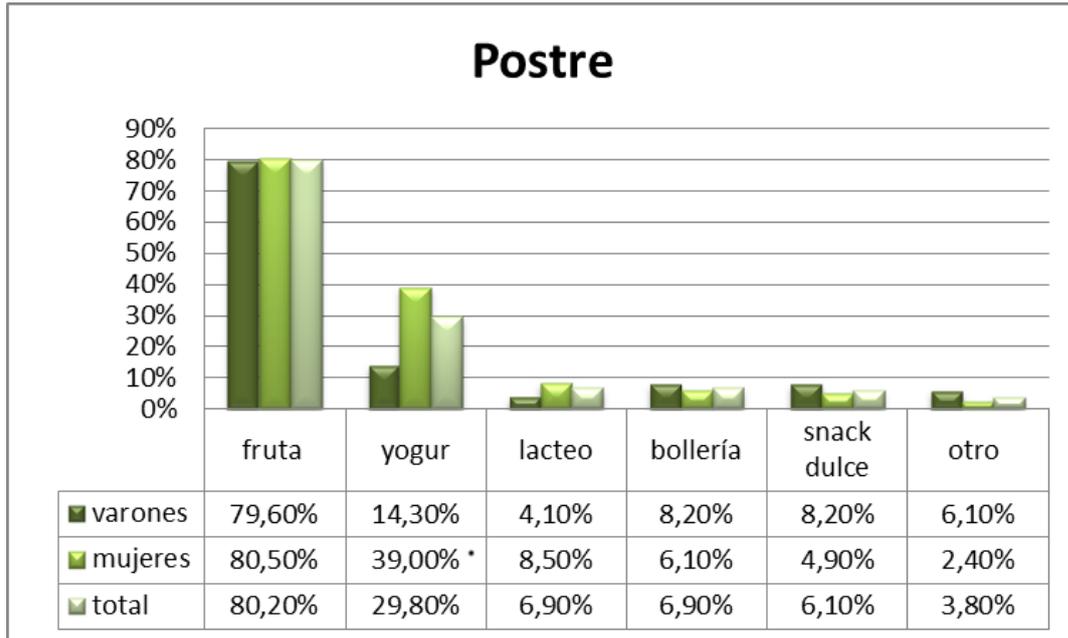
El 36% (n=82) de los participantes traen pan a la hora de la comida, entre ellos el 25% (n=57) es pan fresco y el 11,1% (n=25) pan envasado. En la Figura 9 se muestra la distribución en función del sexo.

Figura 9. Consumo de pan en función del sexo



La fruta es el postre de elección de los encuestados, el 50,5% (n=112), el 42,9% (n=36) varones y el 55,1% (n=75) mujeres. En la Figura 10 se muestran todos ellos y su consumo por varones y mujeres, donde se observa que el consumo de yogur es mayoritario en las mujeres.

Figura 10. Tipos de postre en función del sexo



*p<0,05

En general la bebida más consumida por los participantes es el agua, aunque su consumo es mayor en las mujeres. Por el contrario, el refresco azucarado, la bebida energética y otro tipo de bebida diferente es más consumido por los varones. En la Tabla 9 se muestra la variedad de bebidas y su consumo en función del sexo.

Tabla 9. Tipo de bebida en función del sexo

Tipo de bebida	Varones	Mujeres	Total
Agua	71,9% (n=64)	90,3% (n=131)*	83,3% (n=195)
Refresco azucarado	15,7% (n=14)*	7,6% (n=11)	10,7% (n=25)
Otro	9% (n=8)*	2,8% (n=4)	5,1% (n=12)
Refresco light	6,7% (n=6)	2,1% (n=3)	3,8% (n=9)
Bebida energética	9% (n=8)*	0,7% (n=1)	3,8% (n=9)
Zumo	4,5% (n=4)	2,1% (n=3)	3% (n=7)
No bebe nada	2,2% (n=2)	2,8% (n=4)	2,6% (n=6)

*p<0,05

El 38,4%(n=89), varones 51,1%(n=47)* y mujeres 30%(n=42), de los participantes complementan su comida con diferentes productos de las máquinas expendedoras que se ofrecen en las zonas habilitadas para comer. En la Tabla 10 se muestra la variedad de productos y su consumo en función del sexo. En general el producto más consumido son las chocolatinas. Se observa significación estadística en la bollería, las golosinas y las ensaladas,



donde los varones realizan un mayor consumo de ello, mientras que las mujeres realizan una mayor ingesta de galletas dulces y yogur.

Tabla 10. Tipo de producto complementario en función del sexo

Tipo de producto	de Varones	Mujeres	Total
Chocolatinas	18,8% (n=19)	15,3% (n=23)	16,7% (n=42)
Snack salado	13,9% (n=14)	9,3% (n=14)	11,2% (n=28)
Bollería	10,9% (n=11)*	4,6% (n=7)	7,2% (n=18)
Sándwich	5,9% (n=6)	3,3% (n=5)	4,4% (n=11)
Golosinas	6,9% (n=7)*	0,6% (n=1)	3,2% (n=8)
Galleta dulce	1% (n=1)	4% (n=6)*	2,8% (n=7)
Chicle	3% (n=3)	2% (n=3)	2,4% (n=6)
Fruta	4% (n=4)	1,3% (n=2)	2,4% (n=6)
Frutos secos sin azúcar	2% (n=2)	2% (n=3)	2% (n=5)
Galletas saladas	1% (n=1)	1,3% (n=2)	1,2% (n=3)
Frutos secos con azúcar	1% (n=1)	0,6% (n=1)	0,8% (n=2)
Ensalada	1% (n=1)*	0% (n=0)	0,4% (n=1)
Yogur	0% (n=0)	0,6% (n=1)*	0,4% (n=1)

*p<0,05

De la misma manera se ofrecen diferentes tipos de bebidas de las máquinas expendedoras en las zonas habilitadas para comer con las que los encuestados complementan su comida. En la Tabla 11 se muestran los diferentes tipos de bebidas y su consumo en función del sexo. La bebida más consumida por los participantes es el agua.

Tabla 11. Tipo de bebida complementario en función del sexo

Tipo de bebidas	Varones	Mujeres	Total
Agua	65,9% (n=29)	66% (n=33)	66% (n=62)
Bebida caliente	22,7% (n=10)	36% (n=18)	29,8% (n=28)
Refresco azucarado	25% (n=11)	16% (n=8)	20,2% (n=19)
Refresco light	15,9% (n=7)	20% (n=10)	18,1% (n=17)
Batido	13,6% (n=6)	12% (n=6)	12,8% (n=12)
Zumo	13,6% (n=6)	10% (n=5)	11,7% (n=11)
Bebida energética	15,9% (n=7)	6% (n=3)	10,6% (n=10)

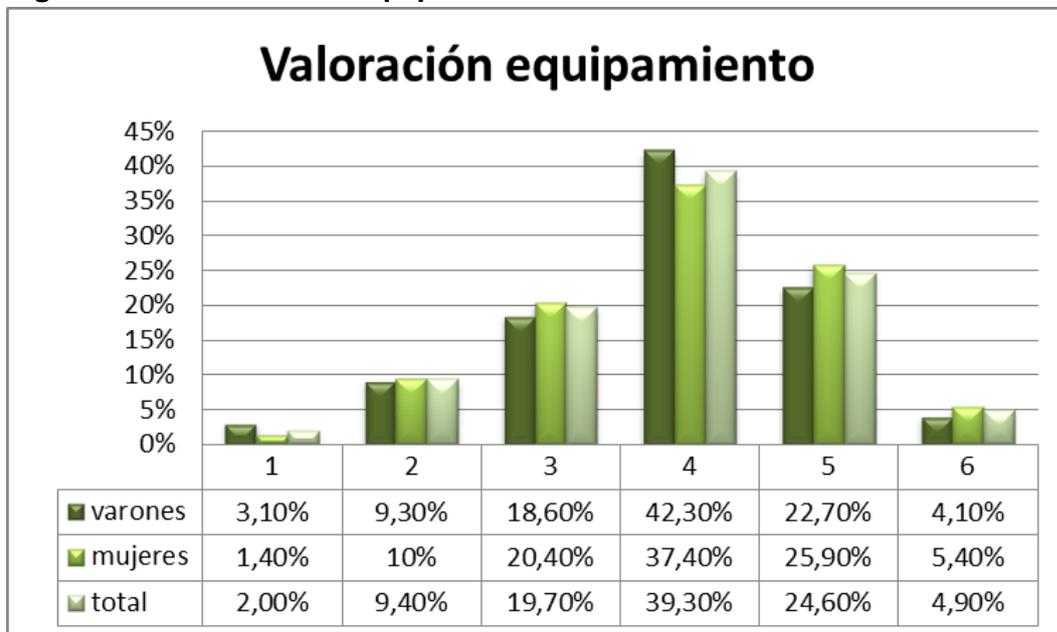


Las instalaciones y el equipamiento de la zona habilitada para comer fue evaluada por los participantes del 1 al 6. En ambos casos obtuvieron un 4 de puntuación media (Figura 12 y Figura 13).

Figura 11. Valoración de las instalaciones en función del sexo



Figura 12. Valoración del equipamiento en función del sexo



4.4 Análisis DAFO

A partir de los resultados obtenidos en las diferentes encuestas (cafeterías, máquinas expendedoras y zonas habilitadas para comer) se ha realizado un análisis DAFO de la oferta de los diferentes tipos de restauración de la UVa. En la Figura 13 se indican los principales factores evaluados de forma conjunta. El análisis DAFO pormenorizado de cada una de ellas se encuentra en el Anexo 4.

Figura 13. Análisis DAFO





5. DISCUSIÓN

En este estudio se han analizado las diferentes ofertas de restauración en centros de la UVA del Campus de Valladolid. Para ello se acudió a las cafeterías, a las zonas habilitadas para comer y se realizó un registro de los productos presentes en las máquinas expendedoras. La participación en el estudio fue voluntaria; la mayoría de los participantes fueron estudiantes y en menor medida personal de administración y servicios (PAS), personal docente e investigador (PDI).

No hay muchos trabajos realizados en esta línea de investigación. Desde que se constituyó el 22 de septiembre de 2008 la REUS, se han realizado algunas acciones puntuales en algunas Universidades para fomentar la alimentación y los hábitos de vida saludable. Algunos ejemplos de ello son: la universidad de Alicante con su propuesta de menús saludables (14), la universidad de Extremadura con el “reto de la fruta” para incentivar el consumo de fruta entre los universitarios (15) o la universidad de La Rioja con un taller de cocina saludable (16).

5.1 Cafetería

En primer lugar se analizó el uso de la cafetería donde se muestra que la mayoría de los participantes acuden a la hora del almuerzo (65,5%). Aquí se ofertan diferentes tipos de productos, encontramos que los bocadillos (32,2%) son los más consumidos; trabajos realizados por el grupo de investigación de la UVA en el curso 2017-18 evidencian resultados similares (17), al igual que un estudio realizado en los centros de secundaria andaluces donde del 19,7% de los que acuden a la cafetería del instituto, adquieren bocadillos (64,3%) (18). Respecto a las bebidas, la más consumida es el café (57%) seguida de las infusiones (25,4%) lo que no se asemeja a un estudio realizado en Chile en el cual se refleja que la bebida más consumida por los varones son las bebidas gaseosas o los zumos y por las mujeres el agua mineral (19). En cuanto a la valoración de la cafetería, la mayoría considera como bueno (48%) este servicio al igual que las instalaciones (48,9%) que aquí se encuentran. A diferencia del estudio realizado en Chile citado anteriormente donde su valoración del servicio de alimentación apenas alcanza el suficiente, por lo que su percepción de la calidad es baja (19).

Analizando la frecuencia de consumo de alimentos de cafetería por parte de los universitarios a la hora del almuerzo, en un estudio realizado por la Universidad de Navarra (Pamplona), se obtuvieron los siguientes resultados: cereales y derivados (46,6%) junto con las frutas y zumos naturales (40,7%) y carnes y



derivados (34,9%) y, en menor medida, los lácteos y derivados (28,9%) y dulces, bollería y repostería (19,2%) eran los grupos de alimentos de mayor consumo. El 22,7% tan solo referían ingerir una pieza de fruta y el 8,2% un vaso de leche (20). Lo cual podría asemejarse a nuestros resultados, dado que el consumo mayoritario es de bocadillos compuestos por pan y carnes y derivados fundamentalmente.

5.2 Máquinas expendedoras

El 70% de las personas jóvenes entre 20 y 29 años utilizan las máquinas expendedoras (21). La universidad es un entorno en el que conviven la mayoría de estos jóvenes día a día y por lo tanto se convierte en una gran oportunidad para fomentar la educación nutricional.

El número de máquinas expendedoras en 2015 era de 360.000, en 2016 creció un 1,2%, y en 2017 un 1,6% llegando a ser 370.000 y esta tendencia sigue en aumento. Las que mejor rendimiento tienen son las máquinas de bebidas frías aunque el café y los snacks están creciendo a un ritmo del 6,6% y un 6,5% respectivamente, mientras que los refrescos crecen el 5,9% (22). Este consumo de productos concuerda con el presente estudio ya que se observa que las bebidas mayoritarias son el agua y el café con leche y los productos alimenticios más consumidos los snacks salados y las chocolatinas. El momento donde mayor uso se realiza de ellas es la hora del almuerzo y su utilización durante este periodo continua creciendo (23).

Sería de gran utilidad disponer de documentos técnicos que sirvieran de guía para evaluar la adecuación y la calidad de estos productos. En este sentido recientemente la REUS ha elaborado un documento en el que se exponen las recomendaciones a seguir para establecer un vending saludable en el entorno universitario (24). Previamente en el contexto de la Estrategia NAOS, se elaboró un documento de recomendaciones sólo aplicable a los centros de secundaria, dentro del documento de consenso sobre la alimentación en los centros educativos de la AECOSAN (25).

Se han realizado pocos estudios sobre el consumo de productos de máquinas expendedoras en la Universidad, la mayoría de los trabajos se han realizado a nivel de enseñanza secundaria. Un estudio realizado sobre los Institutos de Enseñanza Secundaria (IES) de Madrid, releja que la prevalencia de máquinas expendedoras es del 17,3%. Donde el 80,5% de sus productos son poco saludables, altamente energéticos, ricos en grasa o azúcar y pobres en micronutrientes y solo el 10,5% resultarían ser productos saludables (26).



Este bajo porcentaje de consumo de alimentos saludables (fruta o ensaladas) y el alto consumo de alimentos no saludables como los snacks salados y las chocolatinas también está relacionado con la baja oferta que de ellos hay en estas máquinas, es decir son máquinas con una baja calidad nutricional (27). Además, el precio de las opciones saludables también es un factor limitante ya que estos son más perecederos y les encarece con respecto a los snacks no saludables (28).

En el entorno universitario, coincidiendo con el estudio del grupo de investigación de la UVa en el curso 2017-18, los productos que más encontramos en las máquinas expendedoras son los snacks. Opciones saludables como las frutas y ensaladas sólo suponen el 2,3% de la oferta global. Respecto a la valoración de la calidad/precio se encuentra una confrontación de opiniones, en el presente estudio y en el llevado a cabo el curso anterior, al calificarse la oferta de igual manera por los participantes; tanto buena (32%) como mala (32%).

Con el objetivo de favorecer un vending más saludable, podemos fijarnos en las experiencias de otros países, como EEUU (29) o en los Países Bajos (30). Donde se han realizado acciones como: mejorar la calidad del producto, ajustar el precio, conocer el etiquetado nutricional (31) o aumentar la promoción de productos saludables en las máquinas expendedoras, todas ellas con buenos y prometedores resultados sobre el consumo de alimentos más saludables.

5.3 Zonas habilitadas para comer

Esta parte del estudio es algo novedoso e interesante desde el punto de vista nutricional. Novedoso porque existen pocas investigaciones que analicen esta opción de comer fuera de casa, e interesante ya que a través de esta posibilidad que nos empiezan a ofrecer las universidades, podemos influir en la alimentación de los usuarios. Si damos herramientas a los miembros universitarios para planificar su comida de toda la semana, de manera rápida y sencilla, estaremos fomentando estilos de vida saludable desde el ámbito de la alimentación.

A la hora de traer la comida a la facultad, la mayoría de los participantes trae su propia comida de casa elaborada a base de pasta habitualmente. Debido a que estas zonas son utilizadas de media dos veces por semana se convierten en una gran oportunidad para establecer una buena educación nutricional. Esta debería ir encaminada a enseñar a los usuarios a planificar menús para toda la semana, de una manera saludable, rápida y sencilla.



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid

Alba Martín Hernández

Para ello se ha elaborado una infografía sobre el “tupper saludable” donde se muestran los pasos que hay que seguir para establecer un menú semanal completo y adecuado, con ejemplos y consejos para llevarlo a cabo.

Con respecto a las limitaciones del presente trabajo, está la falta de trabajos relacionados con este tipo de intervención con los que poder comparar los resultados. Además, se encuentran pérdidas de datos y sesgos de los encuestados, dado que se han evitado períodos de exámenes o de alta carga académica, donde probablemente el hábito alimentario cambie y no tendemos registro de ello. También, el carácter voluntario de la encuesta y la baja participación de PDI y PAS, limita estas conclusiones.

TO DO LIST

Para finalizar, a la vista de los resultados obtenidos, se proponen una serie de medidas que se podrían llevar a cabo para mejorar el estado de salud de los participantes desde el punto de vista alimentario.

- ✓ Aumentar la oferta de productos saludables a la hora de la comida en las cafeterías, al igual que la oferta de productos en las máquinas expendedoras. También habría que intentar modificar y mejorar el perfil nutricional de alguno de los productos existentes (frutos secos naturales, sándwiches de productos saludables..).
- ✓ Realizar educación nutricional sobre las posibles combinaciones de alimentos con los productos que actualmente se ofertan.
- ✓ Facilitar información a los usuarios que utilizan las zonas habilitadas para comer para que aprendan como se puede realizar una comida saludable, rápida, sencilla y diferente para cada día de la semana. Esta es una doble oportunidad ya que además de ser una opción saludable también es económica, sostenible y a gusto del consumidor.



6. CONCLUSIONES

- Encontramos la hora del almuerzo como la de mayor afluencia en las cafeterías universitarias, y los productos más consumidos son altamente energéticos y de pobre densidad nutricional.
- Las máquinas expendedoras se encuentran ubicadas en zonas estratégicas para favorecer su utilización. El producto más consumido es el café y en relación a los snacks más vendidos están las chokolatinas y los snacks salados.
- Respecto a las zonas habilitadas para comer, cabe destacar su pobre equipamiento en utensilios y electrodomésticos y la falta de información sobre su ubicación que podría favorecer un mayor uso de éstas por parte de la población universitaria.
- En el análisis DAFO se encuentra un resumen de las características de cada una de las zonas. Esto supone una oportunidad para desarrollar un proyecto de mejora de estas, ya que nos muestra los puntos fuertes y débiles.



7. BIBLIOGRAFÍA

1. Violeta Sánchez Socorrás, Alicia Aguilar Martínez. Hábitos alimentarios y conductas relacionadas con la salud en una población universitaria. *Nutr Hosp* [Internet]. 2015 [consultado 20 Feb 2019]; 31(1):449-457. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v31n1/51originalvaloracionnutricional03.pdf>
2. A. Montero Bravo, N. Úbeda Martín y A. García González. Evaluación de los hábitos alimentarios de una población de estudiantes universitarios en relación con sus conocimientos nutricionales. *Nutr Hosp* [Internet]. 2006 [consultado 20 Feb 2019]; 21(4):466-73. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112006000700004&script=sci_arttext&tlng=pt
3. Jorge Gálvez C., Norman MacMillan K., Jorge Gálvez C., Norman MacMillan K. Hábitos de alimentación y actividad física en estudiantes universitarios. *Rev Chil Nutr* [Internet]. 2011 [consultado 20 Feb 2019]; 38(4). Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182011000400009&script=sci_arttext
4. Faustino Cervera Burriel, Ramón Serrano Urrea, Cruz Vico García, Marta Milla Tobarra, María José García Meseguer. Hábitos alimentarios y evaluación nutricional en una población Universitaria. *Nutr Hosp* [Internet]. 2013 [consultado 20 Feb 2019]; 28(2):438-446. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112013000200023
5. M. M. Rizo-Baeza, N. G. González-Brauer, E. Cortés. Calidad de la dieta y estilos de vida en estudiantes de Ciencias de la Salud. *Nutr Hosp* [Internet]. 2014 [consultado 20 Feb 2019]; 29(1):153-157. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v29n1/20original14.pdf>
6. C. Martínez Roldán, P. Veiga Herreros, A. López de Andrés, J. M.^a Cobo Sanz, A. Carbajal Azcona. Evaluación del estado nutricional de un grupo de estudiantes universitarios mediante parámetros dietéticos y de composición corporal. *Nutr Hosp* [Internet]. 2005 [consultado 20 Feb 2019]; 20(3):197-203. Disponible es: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v20n3/original5.pdf>
7. Amaia Irazusta Astiazaran, Itziar Hoyos Cillero, Elena Díaz Ereño, Jon Irazusta Astiazaran, Javier Gil Goikouria, Susana Gil Orozko. Alimentación de estudiantes universitarios. *ResearchGate* [Internet]. 2007 [consultado 23 Feb 2019] 8; 7-18. Disponible en: <http://www.edpcollege.info/ebooks-pdf/08007018.pdf>



8. Itziar Zazpe, María Marqués, Ana Sánchez-Tainta, Ana Rodríguez-Mourille, Juan-José Beunza, Susana Santiago, Alejandro Fernández-Montero. Hábitos alimentarios y actitudes hacia el cambio en alumnos y trabajadores universitarios españoles. *Nutr Hosp* [Internet]. 2013 [consultado 23 Feb 2019]; (5):1673-1680. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v28n5/45original40.pdf>
9. R. Ortiz-Moncada, A. I. Norte Navarro, A. Zaragoza Marti, J. Fernández Sáez, M.^a C. Davó Blanes. ¿Siguen patrones de dieta mediterránea los universitarios españoles?. *Nutr Hosp* [Internet]. 2012 [consultado 23 Feb 2019]; 27(6):1952-1959. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112012000600022&script=sci_arttext&tlng=en
10. Iglesias, M. T.; Mata, G.; Perez, A.; Hernandez, S.; Garcia-Chico, R.; Papadaki, C. Estudio nutricional en un grupo de estudiantes universitarios Madrileños. *Nutr. clin. diet. Hosp* [Internet]. 2013 [consultado 6 Mar 2019]; 33(1):23-30. Disponible en: <http://revista.nutricion.org/PDF/ESTUDIO-NUTRICIONAL.pdf>
11. Odette Garrido Amable, Jorge Vargas Yzquierdo, Giselle Garrido Amable, Zoraida María Amable Ambrós. Rol de la universidad en la promoción y autocuidado de Salud. *Rev. Ciencias Médicas* [Internet]. 2015 [consultado 25 Feb 2019]; 19(5): 926-937. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rpr/v19n5/rpr15515.pdf>
12. unisaludables.es [Internet]. España [consultado 5 Mar 2019]. Disponible en: <https://www.unisaludables.es/es/>
13. Red Española de Universidades Saludables (REUS) [Internet]. España [consultado 10 Mar 2019]. Disponible en: <https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/promocion/UniversidadesSaludables/docs/Anexol.pdf>
14. Universidad de Alicante (UA) [Internet]. Alicante, España [consultado 5 Jun 2019]. Disponible en: <https://web.ua.es/es/universidad-saludable/documentos/menus-saludables.pdf>
15. Universidad de Extremadura (UNEX) [Internet]. España [consultado 5 Jun 2019]. Disponible en: <https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/servicios/comunicacion/archivo/2018/octubre-de-2018/2-de-octubre-de-2018/dia-nacional-de-las-universidades-saludables#.XPfGyBYzblU>
16. Universidad de La Rioja [Internet]. España [consultado 5 Jun 2019]. Disponible en: <https://www.unirioja.es/saludable/Actividades201819.shtml>
17. Acosta Martínez, Silvia. Análisis del picoteo o snacking que realizan los estudiantes de la Universidad de Valladolid [Internet]. *Uvadoc: Universidad de Valladolid. Facultad de Medicina*; 2018 [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/31298>



18. Angustias González Rodríguez¹, Francisca M^a García Padilla¹, Ildefonso Martos Cerezuela², Agustina Silvano Arranz³, Isabel Fernández Lao⁴ y el grupo del proyecto ANDALIES. Proyecto ANDALIES: consumo, oferta y promoción de la alimentación saludable en los centros de educación secundaria de Andalucía. *Nutr Hosp* [Internet]. 2015 [consultado 29 May 2019]; 31(4):1853-1862. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0212-16112015000400053&lng=es&nrm=iso&tlng=es
19. Fernando Rodríguez R., Ximen Palma L., Ángela Romo B., Daniela Escobar B., Bárbara Aragón G., Luis Espinoza O., Norman McMillan L. y Jorge Gálvez C. Hábitos alimentarios, actividad física y nivel socioeconómico en estudiantes universitarios de Chile. *Nutr Hosp* [Internet]. 2013 [consultado 5 jun 2019]; 28(2):447-455. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v28n2/24original19.pdf>
20. T. Durá Travé. Análisis nutricional del desayuno y almuerzo en una población universitaria. *Nutr Hosp* [Internet]. 2013 [consultado 29 MY 2019]; 28(3):1291-1299. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0212-16112013000400045&lng=es&nrm=iso&tlng=es
21. Casi el 70% de las personas jóvenes de entre 20 y 29 años utilizan las máquinas de vending. Restauración colectiva [Internet]. 2017 [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: <https://www.restauracioncolectiva.com/n/casi-el-70-de-las-personas-jovenes-de-entre-20-y-29-anos-utilizan-las-maquinas-de-vending>
22. ¿Cuánto factura cada máquina de expendedoras en España al mes?, ¿y al año?. Hostelexpendedoras [Internet]. 2018 [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: <https://www.hostelvending.com/noticias/noticias.php?n=9315>
23. Edurne Uranga. Lo que consumen los españoles en las máquinas de expendedoras del trabajo. Kantar [Internet]. 2016 [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: <https://es.kantar.com/empresas/consumo/2016/noviembre-2016-datos-sobre-el-consumo-de-snacks-en-el-trabajo/>
24. Pliego de prescripciones técnicas para máquinas de expendedoras y restauración [Internet]. Red Española de Universidades Saludables, 2019 [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: https://unisaludables.es/es/ver/documentos/documentos_de_consenso/
25. Documento de consenso sobre la alimentación en los centros educativos. Madrid: Ministerio de Educación y Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad [Internet] 2010. [consultado 6 Jun 2019]. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/educnaos/documento_consenso.pdf



26. Doris Xiomara Monroy-Parada, María Ángeles Moya, María José Bosqued, Lázaro López, Fernando Rodríguez-Artalejo y Miguel Ángel Royo-Bordonada. PRESENCIA DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y PERFIL NUTRICIONAL DE SUS PRODUCTOS EN LOS INSTITUTOS DE ENSEÑANZA SECUNDARIA DE LA COMUNIDAD DE MADRID. *Rev Esp Salud Pública* [Internet]. 2016 [consultado 6 Jun 2019]; 90(9):1-9. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1135-57272016000100203&lng=es&nrm=iso&tlng=es
27. Hanla Park, Angeliki Papadaki. Nutritional value of foods sold in vending machines in a UK University: Formative, cross-sectional research to inform an environmental intervention. *Elsevier* [Internet]. 2015 [consultado 11 Jun 2019]; 96: 517-525. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666315300738?via%3Dihub>
28. Yumeng Shi, Amanda Lee Grech and Margaret Allman-Farinelli. Changes in the nutritional quality of products sold in university vending machines since implementation of the health star rating in 2014; an environmental audit. *BMC Public Health* [Internet]. 2018 [consultado 11 Jun 2019]; 18:1255. Disponible en: <https://bmcpublikealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-018-6177-z>
29. Joseph Viana, Stephanie A. Leonard, Bob Kitay, Daryl Ansel, Peter Angelis, Wendelin Slusser. Healthier vending machines in a university setting: Effective and financially sustainable. *Elsevier* [Internet]. 2017 [consultado 11 Jun 2019]; 121: 263-267. Disponible en: <https://www.journals.elsevier.com/appetite>
30. Colin Bos , Ivo A. van der Lans, Ellen van Kleef, Hans C.M. van Trijp. Promoting healthy choices from vending machines: Effectiveness and consumer evaluations of four types of interventions. *Elsevier* [Internet]. 2018 [consultado 11 Jun 2019]; 79: 247-255. Disponible en: <https://www.journals.elsevier.com/food-policy>
31. A. Grech and M. Allman-Farinelli. A systematic literature review of nutrition interventions in vending machines that encourage consumers to make healthier choices. *Obes. Rev* [Internet]. 2015 [consultado 11 Jun 2019]; 16: 1030–1041. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/obr.12311>



8. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta de utilización de la cafetería de las facultades de la UVa.

Sexo: Edad: Tipo de usuario: alumno / PAS / PDI

1. Uso de la cafetería:

- Veces por semana:
- Tipo de ingesta: desayuno / media mañana / comida/ merienda / picoteo

2. Productos consumidos en la cafetería:

- Productos de bollería: industrial o de elaboración diaria.
- *Snacks*: bolsas, paninis, pitas, pizzas...
- Bocadillos y sándwiches.
- Tapa: tortilla de patata, croquetas, bravas, patatas fritas...
- Bebidas:
 - Cerveza
 - Refrescos
 - Zumos
 - Café, té, infusiones, chocolate
- Menú del día.
- Platos combinados.
- Otros (especificar).

3. ¿Te gustaría incluir algún alimento o bebida en la oferta de la cafetería? ¿Cuál/es?

4. Valora del 1 al 6 (siendo 1 muy mala, y 6 muy buena) la relación calidad / precio.

5. ¿Qué te parecen las instalaciones de la cafetería?

6. ¿Acudes a la cafetería de la Facultad o a restaurantes/cafeterías/tiendas externas? Sí / NO Motivo.



Anexo 2: Encuesta de utilización de las zonas habilitadas para la alimentación.

Sexo: Edad: Tipo de usuario: alumno / PAS / PDI

1. Uso de las zonas habilitadas para comer

- Veces por semana:

2. ¿Traes tú la comida de casa?

- Sí
- No, la compro en la cafetería
- No, la compro en un restaurante
- No, la compro en un supermercado
- Otro:

3. ¿Utilizas microondas para preparar/calentar la comida?

- Sí
- No

4. ¿Qué tipo de comida sueles traer?

- Un bocadillo/sandwich
- Comida casera: dos platos
- Comida casera: un plato único
- Comida precocinada
- Ensalada
- Fruta
- Postre lácteo
- Otro:



5. Quando traes tú comida, ¿qué alimentos sueles traer?

- Verduras
- Pasta
- Arroz
- Patatas
- Legumbre
- Guiso de carne
- Carne
- Pescado
- Precocinados
- Derivados cárnicos
- Tortilla/huevo
- Otro:

6. ¿Cada cuánto varías el grupo de alimentos? (rotación del menú)

- Todos los días traigo lo mismo
- Repito cada dos días
- Repito 2 veces por semana
- Todos los días traigo algo distinto

7. ¿Traes pan?

- Sí, pan fresco
- Sí, pan envasado
- No

8. ¿Traes postre?

- Sí
- No



9. Si traes postre, ¿qué sueles raer?

- Fruta
- Yogur
- Postre lácteo
- Bollería industrial
- Snacks dulces
- Otro:

10. ¿Qué bebida sueles tomar?

- Agua
- Refrescos azucarados
- Refrescos light
- Bebidas energéticas
- Zumos comerciales
- Otra:
- No bebo

11. Además de la comida que traes, ¿sueles completarla con algún producto de las máquinas expendedoras?

- Sí
- No

12. ¿Qué productos? (especifica cuáles)

- Snack de bolsa salados: patatas fritas, doritos, kikos, etc.
- Chocolatinas: Kit-kat, Kínder, Toblerone, etc.
- Bollería industrial



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid
Alba Martín Hernández

- Galletas saladas, crackers, palitos...
- Galletas dulces
- Chicles
- Golosinas (gominolas, caramelos, regaliz...)
- Frutos secos tostados o fritos no azucarados
- Frutos secos con azúcar, miel o chocolate
- Sándwiches envasados
- Fruta
- Ensaladas
- Yogures
- Otros
- Bebidas frías
 - Agua
 - Refrescos azucarados
 - Refrescos light
 - Bebidas energéticas
 - Zumos
 - Batidos
- Bebidas calientes: café, té, infusiones, chocolate...

13. Pensando en las instalaciones de la zona habilitada para comer, puntúa su adecuación del 1 al 6, donde 1 es muy inadecuadas y 6, totalmente adecuadas.

14. Pensando en el equipamiento de la zona habilitada para comer, puntúa su adecuación del 1 al 6, donde 1 es muy inadecuadas y 6, totalmente adecuadas.

15. Sugerencias de mejora de la zona habilitada para comer.



Anexo 3: Encuesta de utilización de las máquinas expendedoras de alimentos y bebidas.

Sexo: Edad: Tipo de usuario: Alumno / PAS / PDI

1. Uso de las máquinas vending:

- Veces por semana:
- Tipo de ingesta: desayuno / media mañana / comida/ merienda / picoteo

2. Productos consumidos:

- Bebidas:

Café solo

Café largo

Café con leche

Chocolate

Descafeinado solo

Descafeinado largo

Descafeinado con leche

Infusiones

Otras

Agua

Refresco azucarado

Refresco light

Zumos

Batidos (chocolate, vainilla)

Bebidas con leche

Otros



- Comida:
 - Snack de bolsa salados: patatas fritas, doritos, kikos, etc.
 - Chocolatinas: Kit-kat, Kínder, Toblerone, etc.
 - Bollería industrial
 - Galletas saladas, *crakers*, palitos...
 - Galletas dulces
 - Chicles
 - Golosinas (gominolas, caramelos, regaliz...)
 - Frutos secos tostados o fritos no azucarados
 - Frutos secos con azúcar, miel o chocolate
 - Sándwiches envasados
 - Fruta
 - Ensaladas
 - Yogures
 - Otros

3. ¿Te gustaría incluir algún alimento o bebida en la oferta? ¿Cuál/es?

4. Valoración del precio.



Anexo 4: Análisis DAFO.

	Cafetería	Máquinas expendedoras	Zonas habilitadas para comer
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Precio bajo de la comida no saludable. -Elevada oferta de productos no saludables. -Escasa oferta de productos saludables. -Falta de planificación adecuada de menús. -Publicidad muy visible de productos no saludables. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poca oferta de productos saludables. -Precio elevado. -Elevada oferta de snacks, dulces y otros productos ultraprocesados. 	<ul style="list-style-type: none"> -Desinformación de cómo hacer un tupper saludable. -Pocas zonas habilitadas para comer. -Escasa de disponibilidad de equipamiento y menaje para almacenamiento, preparación y consumo.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> -Competitividad con otras cafeterías cercanas. -Mejores ofertas de la competencia. La clientela acude a otros lugares donde tengan ofertas más saludables. 	<ul style="list-style-type: none"> -Zonas habilitadas para comer. -Traer la propia comida de casa. 	<ul style="list-style-type: none"> -Otras ofertas más fáciles de obtener. -Ofertas preparaciones más cómodas/fáciles que traer el tupper.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> -Localización de la cafetería. Gran afluencia de gente. -Precio competitivo del menú. 	<ul style="list-style-type: none"> -Localización de las máquinas. -Facilidad para la adquisición de productos. -Rapidez en la adquisición de productos. -Visualización de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Tupper saludable. -A gusto del consumidor. -Económico y rápido. -Sostenible.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de menús y ofertas saludables a bajo precio. -Gran afluencia de gente. -Educación nutricional para seleccionar la oferta adecuada. -Publicidad de productos y alimentación saludables. 	<ul style="list-style-type: none"> -Racionalizar el precio del producto saludable respecto al resto dela oferta. -Incluir oferta de productos saludables. -Educación nutricional para seleccionar la oferta adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> -Educación nutricional para saber elaborar de manera correcta un tupper saludable.

Anexo 5: Infografía “tupper saludable”.

MI TUPPER SALUDABLE

PASOS A SEGUIR

organizar

planificar

comprar

cocinar

1. Organizar la comida

Verduras y hortalizas
colores variados con diversidad de nutrientes

Cereales
Para completar las comidas

Agua
Como bebida de elección

Fuente proteica
Pescado, carnes magras, legumbres, huevo

Grasa saludable
Aceite de oliva, frutos secos, aguacate

Postre
Fruta fresca o asada, yogur

2. Planificar la semana

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Carne + verduras	Legumbre + arroz	Pasta+ carne	Legumbre + verduras	Pescado + verduras
Pavo asado con zanahoria y calabacín	Lentejas con arroz y zanahoria	Macarrones con carne y pimientos	Ensalada de garbanzos con atún y tomate	Salmón al horno con judías verdes y patata
Fruta		Lácteos: yogur, leche, queso fresco		

3. Lista de la compra

- ✓ Verduras
- ✓ Cereales
- ✓ Legumbres
- ✓ Carne
- ✓ Pescado
- ✓ Huevos
- ✓ Fruta

4. Recetas

Ensalada de pasta con pollo

Ingredientes
70 g de pasta
130 g pechuga pasta
lechuga, rúcula
cebolla
pimiento rojo
aceite de oliva
sal

Preparación
1. Cocina la pasta.
2. Hacer la pechuga a la plancha y cortar en trozos.
3. Picar la lechuga, la cebolla y el pimiento.
4. Mezclar los ingredientes y condimentar.

Aliñar las ensaladas justo en el momento que se van a consumir

Acompañar las comidas con pan y agua

Evitar preparaciones como la placha, queda la comida más seca

Mejor tupper de cristal que de plástico



Análisis de la oferta alimentaria de los centros de la Universidad de Valladolid
Alba Martín Hernández