

## HOJA DE INFORMACIÓN

# EL MERCADEO EN LAS ESCUELAS

### ¿Por qué es importante limitar el mercadeo en las escuelas?

El mercadeo y la publicidad de comidas y bebidas que no son saludables, tienen una influencia sobre las actitudes de los niños, en sus preferencias, pedidos, alimentación y en su salud. El mercadeo afecta las preferencias de los estudiantes dentro y fuera de la escuela. Además, la publicidad y el mercadeo de productos no saludables están en conflicto con la misión educativa de las escuelas que deben enseñar a los niños sobre una buena salud y nutrición apropiada. La publicidad de los alimentos no saludables crea mensajes confusos y pareciera como que la escuela apoya que los estudiantes consuman estas comidas y bebidas.

### ¿Cuáles son los Retos Acerca del Mercadeo en las Escuelas?

- ❖ Las escuelas no están concientes de la influencia del mercadeo en los comportamientos y la salud de los estudiantes.
- ❖ Las escuelas pueden tener contratos exclusivos de publicidad con compañías que quizás no quieran terminar; algunos contratos permiten a las compañías anunciarse y hacer publicidad en las escuelas.
- ❖ Las escuelas pueden temer a perder fondos/productos (tales como libros gratis, tableros, artículos escolares) si no permiten que las compañías hagan publicidad en las escuelas.

### ¿Cuál es la Situación Ideal?

- ❖ Que no exista ninguna influencia comercial en el plantel escolar, en los eventos, en el currículo del distrito o en los materiales de los salones de clases que promuevan las comidas y bebidas que no son saludables.
- ❖ Una política de mercadeo que apoye lo que ha sido mencionado.

### ¿Qué Dice su Política de Bienestar Escolar Sobre el Mercadeo?



### ¿Qué es el Mercadeo en las Escuelas?

*El mercadeo en las escuelas toma muchas formas. Puede incluir la venta de productos (por ejemplo, comidas/bebidas en el plantel o artículos que se venden para la recaudación de fondos), publicidad directa (en cartelones, tableros, cubre libros, autobuses) y también puede incluir el mercadeo indirecto (cuando las corporaciones patrocinan los eventos deportivos o concursos a cambio de fondos o productos para la escuela). La mayoría de las comidas y bebidas que se promueven en las escuelas son de bajo nivel nutritivo.*

## ¿Qué Pueden Hacer los Padres?

- ❖ Trabajar con el Comité de Bienestar Escolar y otras personas encargadas de educar a los padres de familia, miembros comunitarios, administración escolar, los estudiantes y el personal acerca del impacto del mercadeo en los jóvenes.
- ❖ Llevar a cabo una evaluación acerca del mercadeo en el plantel escolar de sus hijos.
- ❖ Determinar si las comidas y bebidas que se promueven en la escuela, cumplen con los requisitos estatales para poder venderse en las escuelas y si son permitidos por la política de bienestar escolar.
- ❖ Crear una política específica dirigida hacia el mercadeo que puedan compartir con la mesa directiva o el director y agregarla a la política de bienestar escolar general.
- ❖ Establecer reglas para los socios de negocios que restrinjan el mercadeo y la publicidad de las comidas y bebidas que no son saludables.
- ❖ Si una escuela tiene contratos exclusivos de comidas y bebidas, pregunte cuándo se vencen y pida a la escuela que no los renueve. De esta manera no seguirán promoviendo las comidas y bebidas que no son saludables.
- ❖ Llevar a cabo evaluaciones regulares acerca del mercadeo y la publicidad en el plantel escolar.
- ❖ Asegurarse de que las prácticas para recaudar fondos no incluyan opciones donde se vendan comidas y bebidas que no son saludables.

## Recursos Adicionales

*Captive Kids: Selling Obesity at Schools: An Action Guide to Stop the Marketing of Unhealthy Foods and Beverages in Schools,*  
California Project LEAN

Este manual aborda el tema del mercadeo de comidas y bebidas que no son saludables en los planteles escolares de California. Además incluye una encuesta que es fácil de utilizar para hacer una evaluación del mercadeo en su propia escuela.

[www.CaliforniaProjectLEAN.org](http://www.CaliforniaProjectLEAN.org)

*Food Marketing to Children and Youth: Threat or Opportunity,* The National Academies of Science

Este reporte hace un resumen muy completo que muestra la evidencia científica más reciente sobre la influencia que tiene la promoción de las comidas en la alimentación de los niños y jóvenes.

[www.nationalacademies.org](http://www.nationalacademies.org)

*Raw Deal: School Beverage Contracts Less Lucrative than They Seem,* Center for Science in the Public Interest

Este reporte habla sobre los contratos de bebidas que tienen las escuelas.

[www.cspinet.org/  
beveragecontracts.pdf](http://www.cspinet.org/beveragecontracts.pdf)