



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2026,
Volumen 10, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i5

**CAMBIOS EN LA OFERTA DE PRODUCTOS Y LA
RENTABILIDAD DE LAS TIENDAS ESCOLARES
TRAS LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS IMPUESTOS
SALUDABLES DE LA LEY 2277 DE 2022: ESTUDIO
EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA
DE MELGAR, TOLIMA**

CHANGES IN PRODUCT OFFERINGS AND PROFITABILITY OF
SCHOOL STORES FOLLOWING THE IMPLEMENTATION OF
"HEALTH TAXES" UNDER LAW 2277 OF 2022: A STUDY IN
SECONDARY EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN

Daniela Calderón Parra

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

Ferney Andrés Cárdenas Reyes

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

Ramiro Antonio Castañeda Romero

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

Bertha Elisa Violet Martelo

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

Cambios en la Oferta de Productos y la Rentabilidad de las tiendas Escolares Tras la Implementación de los Impuestos Saludables de la Ley 2277 de 2022: Estudio en Instituciones de Educación Secundaria de Melgar, Tolima

Daniela Calderón Parra¹

daniela.calderon-p@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0009-0003-3102-5518>

Corporación Universitaria Minuto de Dios
UNIMINUTO
Colombia

Ferney Andrés Cárdenas Reyes

ferney.cardenas-r@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0009-0001-9138-9175>

Corporación Universitaria Minuto de Dios
UNIMINUTO
Colombia

Ramiro Antonio Castañeda Romero

ramiro.castañeda@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0009-0002-9657-0421>

Corporación Universitaria Minuto de Dios
UNIMINUTO
Colombia

Bertha Elisa Violet Martelo

bertha.violet.m@uniminuto.edu

<https://orcid.org/0000-0001-9666-8600>

Corporación Universitaria Minuto de Dios
UNIMINUTO
Colombia

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar los cambios en la oferta de productos y en la rentabilidad de las tiendas escolares de instituciones de educación secundaria de Melgar, Tolima, tras la entrada en vigor de los impuestos saludables creados por la Ley 2277 de 2022. Se desarrolló un estudio descriptivo de enfoque mixto, con predominio cuantitativo, mediante un cuestionario estructurado de dieciséis ítems aplicado a diez responsables de tiendas escolares seis de instituciones oficiales y cuatro de privadas seleccionados por conveniencia entre quienes aceptaron participar. Los resultados evidencian una incorporación parcial de alternativas saludables: nueve tiendas añadieron productos como frutas, agua o sándwiches, pero cinco mantuvieron igual su oferta de comestibles ultraprocesados y seis la de bebidas azucaradas. Las estrategias más frecuentes fueron incorporar frutas, cambiar de proveedor y trasladar el impuesto al precio final. La razón predominante del cambio fue la instrucción de las directivas escolares y no el cumplimiento de la norma. El volumen de ventas permaneció igual en cinco tiendas y siete consideran el negocio sostenible a mediano y largo plazo. Se concluye que el tributo, por sí solo, no produjo una sustitución efectiva de los productos gravados.

Palabras clave: alimentos ultraprocesados, bebidas azucaradas, entorno alimentario escolar, hábitos alimentarios, política fiscal en salud

¹ Autor principal

Correspondencia: daniela.calderon-p@uniminuto.edu.co

Changes in Product Offerings and Profitability of School Stores Following the Implementation of "Health Taxes" Under Law 2277 of 2022: a Study in Secondary Educational Institutions in

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze changes in product offerings and profitability among school stores in secondary education institutions in Melgar, Tolima, following the entry into force of the health taxes established by Law 2277 of 2022. A descriptive study with a mixed, predominantly quantitative approach was conducted through a structured sixteen-item questionnaire administered to ten school store managers six from public and four from private institutions selected by convenience among those who agreed to participate. Findings show partial incorporation of healthier alternatives: nine stores added items such as fruit, water or sandwiches, yet five kept their supply of ultra-processed foods unchanged and six did the same with sugary drinks. The most frequent strategies were adding fruit, switching suppliers and passing the tax on to the final price. The main reason for change was instruction from school administrators rather than compliance with the regulation. Sales volume remained unchanged in five stores and seven consider the business sustainable in the medium and long term. It is concluded that the tax alone did not produce effective substitution of taxed products.

Keywords: ultra - processed foods, sugary drinks, school food environment, eating habits, health-related fiscal policy

*Artículo recibido 20 agosto 2026
Aceptado para publicación: 20 setiembre 2026*



INTRODUCCIÓN

Las enfermedades no transmisibles asociadas a la alimentación constituyen uno de los principales retos de salud pública en América Latina. Entre las medidas propuestas para enfrentarlas, la tributación correctiva sobre bebidas azucaradas y productos comestibles ultraprocesados ha ganado terreno como instrumento de política pública. La Organización Mundial de la Salud (2016) recomendó su aplicación a escala global, ...y la literatura especializada coincide en que estos gravámenes «son una intervención efectiva para minimizar enfermedades» cuando se adoptan junto con otras medidas (Villalba, 2022, p. 8). Esta condición es relevante: sugiere que la regulación fiscal, por sí sola, no transforma los hábitos alimentarios de una población, y que debe acompañarse de educación familiar, orientación en el ámbito escolar e intervención en los entornos donde efectivamente se consume.

Colombia adoptó esta orientación mediante la Ley 2277 de 2022, cuyo artículo 54 adicionó el Título X al Libro III del Estatuto Tributario y creó dos gravámenes independientes. El artículo 513-1 establece el hecho generador del impuesto a las bebidas ultraprocesadas azucaradas (IBUA), con una tarifa determinada por los gramos de azúcar añadido por cada cien mililitros. El artículo 513-6 regula el impuesto a los productos comestibles ultraprocesados industrialmente y/o con alto contenido de azúcares añadidos, sodio o grasas saturadas (ICUI), con una tarifa progresiva sobre el precio de venta al público. Ambos rigen desde el 1 de noviembre de 2023 (Congreso de la República de Colombia, 2022) y su exequibilidad fue confirmada por la Corte Constitucional de Colombia (2023). Precisar esta distinción importa, porque el debate público suele referirse a ambos tributos como el impuesto saludable, cuando se trata de dos regímenes con hechos generadores, bases y tarifas distintas.

Un aspecto relevante del diseño del tributo es que sus sujetos pasivos son los productores e importadores, no los comerciantes minoristas. Para una tienda escolar, el impuesto no constituye una obligación tributaria propia, sino un mayor costo de adquisición que puede absorberse, trasladarse al precio o evitarse mediante la sustitución de proveedores o de productos. Esa decisión comercial, tomada en la escala de un pequeño negocio, es precisamente el punto donde la política fiscal se encuentra con el entorno alimentario escolar. La tienda escolar es un espacio de socialización del consumo: allí los estudiantes ejercen autonomía de compra, y la composición de su portafolio incide en lo que efectivamente consumen durante la jornada.

En el plano de los antecedentes, Cerdán y Romero (2021) estudiaron los conocimientos y el consumo de bebidas azucaradas en estudiantes de secundaria en Argentina y concluyeron que los jóvenes reconocen que no se trata de hábitos alimentarios adecuados e identifican consecuencias como obesidad, problemas cardiovasculares y diabetes, aunque desconocen en qué medida moderar su ingesta. Núñez Santiago y Fortich Betancourt (2024) examinaron el consumo de bebidas azucaradas tras la implementación de impuestos saludables en México, Ecuador, Chile y Perú, y encontraron una disminución que, sin embargo, no resulta significativa ni permite atribuir un impacto positivo concluyente a la medida. Sandoval (2021) documentó que los países de América Latina con impuestos selectivos al consumo de bebidas azucaradas registran cambios en sus estadísticas de consumo. Rosero - Ceballos (2022) analizó barreras y facilitadores para la oferta de alimentos saludables en tiendas escolares de Santiago de Cali, y señala la necesidad de un trabajo articulado entre escuela, Estado y familia. Bello (2023) plantea que los cambios en los hábitos de consumo posteriores a una reforma tributaria solo se reflejan a mediano y largo plazo. Cortés (2022) y Changotasig (2023), por su parte, subrayan el peso de la educación en casa y en la escuela sobre las prácticas alimentarias.

Estos estudios abordan el consumo desde la perspectiva del estudiante o del sistema, pero la evidencia sobre cómo responde el oferente, el tendero escolar a un impuesto que no paga directamente pero que sí modifica su estructura de costos es escasa, y prácticamente inexistente para municipios intermedios colombianos. De allí la pregunta que orienta esta investigación: ¿qué cambios se han presentado en la oferta de productos y en la rentabilidad de las tiendas escolares de las instituciones de educación secundaria de Melgar, Tolima, a partir de la implementación de los impuestos saludables de la Ley 2277 de 2022?

Para responderla se formuló el objetivo general: analizar los cambios en la dinámica comercial y económica de las tiendas escolares asociados a la implementación de los impuestos saludables, y tres específicos: describir la transición en la oferta de bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados en las tiendas escolares tras la implementación de los impuestos saludables; identificar las estrategias de sustitución y adaptación implementadas por los administradores en su portafolio de productos; y estimar las variaciones en la rentabilidad de las tiendas escolares asociadas a la reestructuración de su oferta.

METODOLOGÍA

Enfoque y alcance metodológico

Se adoptó un enfoque metodológico mixto, bajo un diseño descriptivo. La recolección de información cuantitativa se realizó mediante un cuestionario estructurado compuesto por preguntas de respuesta cerrada, cuyos datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, a partir de la distribución de frecuencias y porcentajes. Como complemento, se incorporaron dos preguntas abiertas orientadas a profundizar en las percepciones y experiencias de los participantes frente a las modificaciones en la oferta de productos. Las respuestas obtenidas fueron examinadas mediante un análisis temático basado en la identificación y agrupación de categorías.

La incorporación del componente cualitativo permitió complementar los resultados cuantitativos mediante la aproximación a los significados y experiencias expresados por los participantes en relación con el fenómeno estudiado. Esta perspectiva se sustenta en los planteamientos de Jiménez-Domínguez (2000), quien señala que la investigación cualitativa busca comprender los significados y las definiciones que las personas atribuyen a las situaciones desde su propia experiencia, trascendiendo la medición de sus características o comportamientos.

El alcance del estudio es descriptivo, dado que se orienta a caracterizar los cambios registrados en la oferta de bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados, las estrategias de sustitución y adaptación implementadas por los administradores y las variaciones observadas en la rentabilidad de las tiendas escolares en el contexto de la implementación de los impuestos saludables. Por tanto, el estudio no contempla la contrastación de hipótesis ni la estimación de relaciones causales, sino la descripción sistemática del fenómeno a partir de la información recolectada.

Población y muestra

La población está compuesta por los propietarios y administradores de tiendas escolares de instituciones de educación secundaria oficiales y privadas del municipio de Melgar, Tolima. Se trabajó con una muestra no probabilística por conveniencia de diez responsables de tienda, conformada por quienes aceptaron voluntariamente participar tras la gestión de los permisos institucionales correspondientes. Seis de las tiendas operan en instituciones oficiales y cuatro en privadas. La unidad de análisis es la tienda escolar, representada por la persona responsable de su operación.

Debe subrayarse que la selección no fue aleatoria. El criterio de inclusión fue la disponibilidad y la aceptación de participar, lo que limita la representatividad de los resultados y su generalización a la totalidad del municipio.

Instrumento

Para la recolección de los datos, se diseñó un cuestionario, cuya validez de contenido fue evaluada mediante juicio de tres expertos en las áreas temática y metodológica. El instrumento se estructuró en cuatro módulos: (a) información general y filtro; (b) transición en la oferta de productos; (c) estrategias de sustitución y adaptación; y (d) rentabilidad y sostenibilidad económica. De los 16 ítems que conformaron el instrumento, 14 correspondieron a preguntas de respuesta cerrada dicotómicas, de selección única y de selección múltiple y dos preguntas de respuesta abierta, orientadas a complementar la información cuantitativa mediante la exploración de aspectos cualitativos. Asimismo, el ítem 4 cumplió una función de filtro, al permitir diferenciar entre los administradores que contaban con experiencia en la gestión de la tienda escolar antes de noviembre de 2023 y aquellos que iniciaron su operación con posterioridad a dicha fecha.

Procedimiento y análisis de datos

El cuestionario se aplicó de manera presencial en las instalaciones de cada institución educativa. Las respuestas cerradas se tabularon y analizaron mediante estadística descriptiva, reportando frecuencias absolutas y, para la caracterización general de la muestra, porcentajes descriptivos. Dado el tamaño de la muestra, no se realizaron pruebas de inferencia estadística ni análisis de asociación. Las dos preguntas abiertas se analizaron mediante agrupación temática de las respuestas. Los resultados se organizan en cinco tablas correspondientes a los tres objetivos específicos.

Consideraciones éticas

La participación fue voluntaria y precedida de consentimiento informado, en el cual se explicaron los objetivos del estudio, el uso académico de la información y el derecho a retirarse en cualquier momento. El tratamiento de los datos personales se realizó conforme a la Ley 1581 de 2012. Los resultados se presentan de forma agregada y no se reportan datos que permitan identificar a las personas participantes ni a los establecimientos.

RESULTADOS

Se presentan a continuación los resultados de los diez cuestionarios aplicados, organizados en función de los tres objetivos específicos.

Las tablas reportan frecuencias absolutas; el texto se limita a destacar los hallazgos que orientan la discusión, sin repetir la totalidad de los datos tabulados.

Tabla 1. Caracterización de las tiendas escolares participantes

Variable	Categoría	n	%
Tipo de institución	Oficial	6	60,0
	Privada	4	40,0
Cargo del encuestado	Administrador	4	40,0
	Propietario	3	30,0
	Otro	3	30,0
	Concesionario	0	0,0
Año de inicio de la operación	2019 - 2020	3	30,0
	2021 - 2022	0	0,0
	2023 - 2024	2	20,0
	2025 - 2026	4	40,0
	Más de 10 años	1	10,0
Operaba la tienda antes de noviembre de 2023	Sí	5	50,0
	No	5	50,0

Nota. Elaboración propia a partir de la información recolectada.

De las diez tiendas escolares participantes, seis pertenecen a instituciones oficiales y cuatro a privadas. Respecto al cargo, predominó el administrador (4), seguido del propietario y de otras figuras de gestión (3 en cada caso). En cuanto al inicio de operaciones, cuatro tiendas comenzaron actividades entre 2025 y 2026, y cinco de los diez responsables ya operaban la tienda antes de noviembre de 2023.

Tabla 2. Transición en la oferta de productos gravados y alternativas incorporadas

Variable	Categoría	F
Oferta de bebidas azucaradas tras la ley	Aumentó	0
	Se mantuvo igual	6
	Disminuyó	1
	Se eliminó completamente	3

Oferta de comestibles ultra procesados tras la ley	Aumentó	0
	Se mantuvo igual	5
	Disminuyó	3
	Se eliminó completamente	2
Incorporó productos considerados más saludables	Sí	9
	No	1
Productos saludables incorporados ^a	Frutas	7
	Agua	4
	Sándwiches	4
	Jugos naturales	3
	Hamburguesas	3
	Arepas con queso	2
Proporción de la oferta considerada saludable (n = 9)	Menos del 20 %	2
	Entre 20 % y 40 %	3
	Entre 41 % y 60 %	2
	Entre 61 % y 80 %	1
	Más del 80 %	1

Nota. f = frecuencia absoluta. La categoría “Productos saludables incorporados” corresponde a una pregunta de respuesta múltiple; por tanto, las frecuencias no son mutuamente excluyentes. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado.

En relación con el primer objetivo, la Tabla 2 muestra que la transición en la oferta de productos gravados fue limitada. La oferta de bebidas azucaradas se mantuvo igual en seis establecimientos, mientras que la de comestibles ultraprocesados permaneció sin cambios en cinco. Por otra parte, un establecimiento reportó una disminución en la oferta de bebidas azucaradas y tres en la de comestibles ultraprocesados; asimismo, tres y dos establecimientos, respectivamente, señalaron haberlos eliminado por completo. De manera simultánea, nueve de los diez establecimientos incorporaron productos considerados más saludables, principalmente frutas, seguidas de agua y sándwiches. En este sentido, el patrón observado sugiere que la principal respuesta de los establecimientos no fue la sustitución de los productos gravados, sino la incorporación de nuevas alternativas, manteniendo en buena parte la oferta existente. Este comportamiento se relaciona con la proporción declarada de oferta considerada saludable, dado que siete de los nueve establecimientos que respondieron esta pregunta reportaron una proporción igual o inferior al 60 %.

Tabla 3 Estrategias de adaptación y factores asociados al cambio

Variable	Categoría	F
Acciones implementadas ^a	Incorporó frutas, jugos naturales o preparados en el sitio	10
	Sustituyó productos gravados por alternativas sin sello	8
	Cambió de proveedor o de marca	8
	Trasladó el valor del impuesto al precio de venta	7
	Redujo porciones o gramajes para sostener el precio	6
	Implementó promociones o combos comerciales	6
Razón principal del cambio	Directrices de la institución educativa	4
	Disminución de la demanda estudiantil	3
	Incremento en los precios de compra a proveedores	2
	Cumplimiento de la norma (Ley 2277 de 2022)	1
Aceptación estudiantil de los nuevos productos	Muy alta	2
	Alta	2
	Media	5
	Baja	0
	Muy baja	1

Nota. f = frecuencia absoluta. ^a Pregunta de respuesta múltiple; por tanto, las frecuencias de las acciones implementadas no son mutuamente excluyentes y su suma puede superar el número total de establecimientos participantes. Las demás variables corresponden a preguntas de respuesta única.

Respecto del segundo objetivo, la Tabla 3 evidencia que la totalidad de los establecimientos incorporó frutas, jugos naturales o alimentos preparados en el sitio ($n = 10$). Asimismo, ocho establecimientos reportaron la sustitución de productos gravados por alternativas sin sello y el cambio de proveedor o de marca, mientras que siete trasladaron el valor del impuesto al precio de venta y seis redujeron porciones o gramajes para sostener el precio. En cuanto a la razón principal asociada al cambio, las directrices de la institución educativa constituyeron el factor más frecuente ($n = 4$), seguidas de la disminución de la demanda estudiantil ($n = 3$) y del incremento en los precios de compra a proveedores ($n = 2$). En contraste, el cumplimiento de la Ley 2277 de 2022 fue señalado como razón principal por un solo establecimiento ($n = 1$). Respecto de la aceptación estudiantil de los nuevos productos, la mayor concentración se presentó en la categoría media ($n = 5$), seguida de las categorías alta y muy alta ($n = 2$ en cada caso). En conjunto, los resultados muestran que las estrategias de adaptación estuvieron acompañadas principalmente por orientaciones institucionales y factores relacionados con la demanda y los costos, mientras que la aceptación de las alternativas incorporadas fue predominantemente intermedia.

Tabla 4. Variaciones en ventas, utilidades y rentabilidad percibida

Variable	Categoría	F
Volumen de ventas frente al periodo anterior a la ley	Aumentó considerablemente	1
	Aumentó ligeramente	1
	Permaneció igual	5
	Disminuyó ligeramente	1
	Disminuyó considerablemente	2
Utilidades netas frente al periodo anterior a la ley	Aumentaron considerablemente	1
	Aumentaron ligeramente	1
	Permanecieron iguales	5
	Disminuyeron ligeramente	0
	Disminuyeron considerablemente	3
Ventas mensuales antes de la ley	Menos de \$500.000	2
	\$500.001 a \$1.000.000	2
	\$1.000.001 a \$2.000.000	3
	Más de \$2.000.000	3
Ventas mensuales actuales	Menos de \$500.000	2
	\$500.001 a \$1.000.000	3
	\$1.000.001 a \$2.000.000	1
	Más de \$2.000.000	4
Afectación del impuesto sobre la rentabilidad global	Mucho	2
	Moderadamente	4
	Poco	1
	Nada	3
Rentabilidad actual de la tienda (escala 1–5)	Muy alta	0
	Alta	2
	Media	3
	Baja	5
	Muy baja	0

Nota. *f* = frecuencia absoluta. Las categorías corresponden a la percepción reportada por los establecimientos participantes respecto de sus ventas, utilidades y rentabilidad antes y después de la implementación de la normativa.

En cuanto al tercer objetivo, la Tabla 4 muestra un comportamiento caracterizado principalmente por la estabilidad del volumen de ventas y las utilidades, más que por un deterioro generalizado. El volumen de ventas permaneció igual en cinco establecimientos, aumentó en dos y disminuyó en tres; las utilidades netas presentaron un patrón similar, con cinco establecimientos que reportaron estabilidad, dos incrementos y tres disminuciones. En cuanto a los rangos de ventas mensuales, el número de establecimientos que declaró ingresos superiores a dos millones de pesos pasó de tres antes de la ley a cuatro en el periodo actual, mientras que el rango comprendido entre \$1.000.001 y \$2.000.000 pasó de tres a uno. Estos resultados deben interpretarse de manera descriptiva, dado que los rangos no permiten determinar la magnitud exacta de las variaciones en las ventas. Esta relativa estabilidad contrasta con una percepción menos favorable sobre la rentabilidad: seis establecimientos consideraron que el impuesto afectó mucho o moderadamente la rentabilidad global, mientras que cinco calificaron la rentabilidad actual como baja.

Tabla 5. Aporte de los productos a los ingresos y percepción de sostenibilidad

Variable	Categoría	F
Productos que generan mayores ingresos	Frutas	3
	Desayunos	2
	Agua	2
	Paquetes	2
	Gaseosas	1
Productos que generan menores ingresos	Jugos naturales	4
	Sándwiches	2
	Paquetes	2
	Dulcería	2
La tienda es sostenible a mediano y largo plazo	Sí	7
	No	3

Nota. n = 10; f = frecuencia absoluta. Los productos de mayores y menores ingresos corresponden a preguntas abiertas cuyas respuestas fueron agrupadas por categorías. Elaboración propia.

La Tabla 5 complementa los resultados sobre la dinámica económica de los establecimientos. Las frutas fueron los productos mencionados con mayor frecuencia entre aquellos que generan mayores ingresos (n = 3), seguidas de los desayunos, el agua y los paquetes (n = 2 en cada caso); las gaseosas fueron mencionadas por un establecimiento (n = 1). En contraste, los jugos naturales concentraron las

menciones entre los productos que generan menores ingresos ($n = 4$). En cuanto a la percepción de sostenibilidad, siete establecimientos consideraron viable el negocio a mediano y largo plazo, mientras que tres manifestaron una percepción desfavorable.

Las respuestas a las preguntas abiertas aportaron elementos adicionales para interpretar estos resultados. Frente a la estrategia considerada más efectiva para sostener las ventas, las respuestas evidenciaron una tendencia hacia la diversificación de la oferta, mediante la incorporación de productos como frutas, sándwiches, arepas y desayunos, sin eliminar completamente productos de consumo habitual como paquetes, bebidas azucaradas y dulcería. En relación con la percepción de sostenibilidad, los participantes que la consideraron favorable la asociaron con la necesidad de mantener una oferta diversificada, atender las indicaciones de las directivas, implementar combos y promociones y, en algunos casos, otorgar crédito informal a las familias bajo compromiso de pago. En las respuestas analizadas no se identificó el cumplimiento de la normativa tributaria como una razón explícita para sustentar las decisiones relacionadas con la sostenibilidad del negocio.

DISCUSIÓN

Los hallazgos permiten caracterizar la respuesta de las tiendas escolares a los impuestos saludables como una adaptación comercial antes que como un cambio de portafolio. La evidencia más consistente en este sentido es la asimetría entre incorporación y sustitución: nueve de diez tiendas añadieron alternativas saludables, pero la oferta de bebidas azucaradas se mantuvo igual en seis casos y la de ultraprocesados en cinco. La ampliación del portafolio no desplazó a los productos gravados; los acompañó.

Este resultado dialoga con lo hallado por Núñez Santiago y Fortich Betancourt (2024), quienes tras revisar la experiencia de México, Ecuador, Chile y Perú concluyeron que la disminución del consumo de bebidas azucaradas existe pero no es significativa, y que la medida requiere sostenerse con incrementos de precio y programas educativos. La coincidencia es relevante porque el presente estudio observa el fenómeno desde el otro extremo de la cadena: no desde el consumo, sino desde la decisión del oferente. Lo que aquí se documenta es el mecanismo por el cual esa disminución se atenúa, es decir, las estrategias mediante las cuales el minorista neutraliza el efecto del sobre costo.

Tres de esas estrategias resultan especialmente ilustrativas. La primera es el traslado del impuesto al precio final, declarado por siete participantes; dado que la tienda escolar no es sujeto pasivo del tributo sino que lo asume como mayor costo de adquisición, trasladarlo constituye la respuesta económicamente esperable. La segunda es el cambio de proveedor o de marca, señalado por ocho: se sustituye la referencia gravada por otra de composición o precio distinto, con lo cual la señal de precio se diluye sin que el consumo se reduzca. La tercera es la reducción de porciones o gramajes, reportada por seis, que preserva el precio nominal a costa de la cantidad entregada. Consideradas en conjunto, las tres describen un ajuste en la cadena de abastecimiento y en la estructura de costos, no una reorientación del consumo hacia opciones más saludables.

El hallazgo de mayor implicación para la política pública se encuentra, sin embargo, en la motivación declarada del cambio. La razón más frecuente fue la directriz de las directivas escolares, mencionada por cuatro participantes, frente a un único caso que invocó el cumplimiento de la norma tributaria. A ello se suma que, en las preguntas abiertas, ninguna respuesta hizo referencia a la normativa como criterio de decisión. Si el impuesto no aparece en el razonamiento del oferente, difícilmente puede esperarse que opere como incentivo de comportamiento en este eslabón. La observación sugiere que, en el contexto estudiado, la gobernanza del entorno alimentario escolar descansa más en la autoridad institucional del colegio que en el instrumento fiscal, y coincide con el planteamiento de Rosero - Ceballos (2022) sobre la necesidad de una articulación entre escuela, Estado y familia para modificar la oferta.

Los hallazgos también pueden interpretarse a la luz de las políticas de promoción de entornos alimentarios saludables implementadas en Colombia durante los últimos años. La evidencia disponible sugiere que las transformaciones en los patrones de oferta y consumo requieren intervenciones integrales que combinen regulación, educación alimentaria y seguimiento institucional. En este sentido, la respuesta observada en las tiendas escolares de Melgar refuerza la necesidad de complementar las medidas fiscales con acciones permanentes de orientación y control dentro de las instituciones educativas.

Los resultados económicos apuntan en la misma dirección. El volumen de ventas permaneció igual para la mitad de la muestra y el número de tiendas con ingresos superiores a dos millones de pesos mensuales

incluso aumentó de tres a cuatro. Este dato merece una lectura cautelosa: con diez casos y en un contexto inflacionario, un desplazamiento de una tienda entre rangos de ingreso nominal no permite afirmar que la rentabilidad real haya mejorado. Lo que sí puede sostenerse es que la evidencia disponible no muestra un deterioro atribuible al tributo. La percepción de los participantes es, no obstante, menos benigna: seis consideran que el impuesto afectó mucho o moderadamente su rentabilidad y cinco la califican actualmente como baja. Esta brecha entre el dato declarado y la percepción sugiere que la afectación se experimenta más como presión sobre los márgenes y como incertidumbre que como caída efectiva de los ingresos.

Conviene señalar una tensión interna en los datos. Las frutas fueron el producto más mencionado entre los que generan mayores ingresos, por encima de paquetes y gaseosas, lo que matiza la idea de un dominio comercial absoluto de los productos tradicionales. Al mismo tiempo, los jugos naturales concentran las menciones de menores ingresos. La lectura más plausible es que la aceptación de las alternativas saludables no es uniforme: algunas se integran con éxito al hábito de compra y otras no encuentran demanda, lo cual resulta consistente con la aceptación estudiantil mayoritariamente calificada como media. Cerdán y Romero (2021) ofrecen una clave para interpretarlo: los estudiantes reconocen que ciertos productos no corresponden a hábitos alimentarios adecuados, pero mantienen la costumbre de adquirirlos. La conducta de compra no se modifica por el precio ni por el conocimiento aislado.

En conjunto, la evidencia respalda la condición señalada por la Organización Mundial de la Salud (2016) y recogida por Villalba (2022): el impuesto constituye una intervención efectiva cuando se adopta junto con otras medidas. Los datos de este estudio muestran precisamente lo que ocurre cuando esa concurrencia no se verifica en el punto de venta. Bello (2023) advierte, en la misma línea, que los efectos de una reforma tributaria sobre los hábitos de consumo solo se manifiestan a mediano y largo plazo, lo que aconseja prudencia al evaluar una medida vigente desde hace poco más de dos años.

Limitaciones

Este estudio presenta limitaciones que acotan el alcance de sus conclusiones. La muestra es no probabilística, por conveniencia, y de tamaño reducido ($n = 10$), por lo que los resultados describen a las tiendas participantes y no son generalizables al municipio ni al país.

La mitad de los participantes no operaba la tienda antes de noviembre de 2023, de modo que buena parte de la información sobre la transición es indirecta. Los datos de ventas y rentabilidad son autorreportados por rangos y no fueron contrastados con registros contables, lo que introduce un riesgo de sesgo de deseabilidad y de recuerdo, particularmente sensible en un contexto de fiscalización tributaria. Tampoco se dispone de una línea base previa a la entrada en vigor de los tributos, ni de un grupo de comparación, lo que impide atribuir causalmente a la norma los cambios observados. Finalmente, el estudio no recoge la perspectiva de los estudiantes ni de las familias, cuyo comportamiento de compra es determinante en las decisiones del oferente.

Asimismo, la comparación entre los periodos previos y posteriores a la entrada en vigor de la Ley 2277 de 2022 debe interpretarse con cautela, debido a que cinco participantes no administraban la tienda antes de noviembre de 2023. En estos casos, la información histórica provino del conocimiento disponible sobre la operación previa del establecimiento, lo que puede introducir limitaciones relacionadas con la precisión de los datos retrospectivos.

RECOMENDACIONES

Se sugiere ampliar la muestra a otros municipios del Tolima y contrastar los resultados con registros de compra a proveedores, que ofrecen un indicador más fiable que el autorreporte. Sería igualmente valioso incorporar la perspectiva estudiantil y familiar, y realizar un seguimiento longitudinal que permita observar la evolución del portafolio a lo largo de varios periodos académicos. En el plano de la política pública, los hallazgos sugieren que las acciones de vigilancia y de educación alimentaria dirigidas al entorno escolar podrían tener un efecto más inmediato sobre la oferta que el instrumento fiscal por sí mismo.

CONCLUSIONES

Finalizado el análisis de los hallazgos, se establece el logro de los objetivos propuestos en los términos siguientes.

Frente al primer objetivo, describir la transición en la oferta de bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados, se concluye que dicha transición ha sido parcial y de carácter aditivo. Nueve de las diez tiendas incorporaron alternativas percibidas como más saludables —principalmente frutas, agua y sándwiches—, pero la oferta de bebidas azucaradas se mantuvo sin cambios en seis establecimientos y

la de comestibles ultraprocesados en cinco. La ampliación del portafolio no supuso, por tanto, el retiro de los productos gravados.

En cuanto al segundo objetivo, identificar las estrategias de sustitución y adaptación, se estableció que las tiendas recurrieron a la incorporación de frutas y preparados en el sitio (10), la sustitución por productos sin sello y el cambio de proveedor o marca (8 cada una), el traslado del impuesto al precio de venta (7), y la reducción de porciones y la implementación de promociones y combos (6 cada una). Estas medidas configuran una adaptación de la estructura de costos y de la cadena de abastecimiento orientada a preservar el margen, más que una reorientación del portafolio hacia opciones saludables.

Respecto del tercer objetivo, estimar las variaciones en la rentabilidad, los datos no evidencian un deterioro claramente observable en las ventas y utilidades reportadas por las tiendas participantes. El volumen de ventas permaneció igual para cinco tiendas y las utilidades netas siguieron un patrón semejante; el número de establecimientos con ingresos mensuales superiores a dos millones de pesos pasó de tres a cuatro. Esta estabilidad coexiste con una percepción menos favorable: seis participantes estiman que el impuesto afectó mucho o moderadamente su rentabilidad, cinco la califican como baja y tres no consideran sostenible el negocio a mediano y largo plazo.

En respuesta a la pregunta de investigación, los cambios en la oferta de productos de las tiendas escolares de Melgar han sido graduales y de naturaleza complementaria, mientras que la rentabilidad se ha sostenido mediante promociones, combos, traslado del impuesto al consumidor final, reducción de gramajes y cambio de proveedores. El hallazgo central del estudio es, sin embargo, de orden distinto: en el razonamiento declarado de los responsables de tienda el tributo está prácticamente ausente. La razón predominante de los cambios fue la instrucción de las directivas escolares y solo un participante invocó el cumplimiento de la norma. Dentro de los límites de una muestra de diez casos, esto sugiere que el instrumento fiscal no está operando como incentivo de comportamiento en el eslabón minorista del entorno escolar, y que su eficacia depende de que se articule con acciones de vigilancia, educación alimentaria y compromiso institucional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Banco Mundial. (2024). Impuestos sanitarios en Colombia. Banco Mundial.
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099082025165020442/pdf/P501401-510179a1-4f3f-4b68-9db4-7fd73542558a.pdf>
- Bello Sua, J. R. (2023). Beneficios de los impuestos saludables en América: una revisión de alcance [Tesis de maestría, Universidad de La Sabana]. Intellectum Repositorio Institucional.
<https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/55221>
- Cerdán, E. T., y Romero, M. C. (2020). Conocimientos y consumo de bebidas azucaradas en estudiantes del nivel secundario de un establecimiento educativo de Argentina. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 26(3), 122-129.
https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/NUTRICION_COMUNITARIA_3-2020_art_1.pdf
- Changotasig Vega, A. M., y Joza, M. F. (2023). Estrategias educativas y hábitos alimentarios saludables en los estudiantes de sexto año de la Unidad Educativa Dr. José Viliulfo Cedeño Sánchez. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 27(1), 339-361.
<https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1834>
- Congreso de la República de Colombia. (2022, 13 de diciembre). Ley 2277 de 2022, por medio de la cual se adopta una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* No. 52.247.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=199883>
- Corte Constitucional de Colombia. (2023, 25 de octubre). Sentencia C-435 de 2023 (M. P. Alejandro Linares Cantillo). <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2023/c-435-23.htm>
- Corte Constitucional de Colombia. (2026, 29 de enero). Sentencia C-006 de 2026 (M. P. Jorge Enrique Ibáñez Najar). <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30056067>
- Cortés, L. (2022). La alimentación saludable en los alumnos. *Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria* No. 4, 4(9), 9-12.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/article/view/6626/7532>
- Jiménez-Domínguez, B. (2000). Investigación cualitativa y psicología social crítica: contra la lógica binaria y la ilusión de la pureza. *Revista Universidad de Guadalajara*, (17), 1-10.



- Núñez Santiago, J. D., y Fortich Betancourt, K. (2024). Impacto del consumo de bebidas azucaradas luego de la implementación de impuestos saludables en México, Ecuador, Chile y Perú. *Legem*, 10(1), 24-35. <https://doi.org/10.15648/legem.1.2024.4269>
- Organización Mundial de la Salud. (2016, 11 de octubre). La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud. <https://www.who.int/es/news/item/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). Impuestos saludables: guía breve. OPS. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52647>
- Rosero-Ceballos (2022). Barreras y facilitadores para la oferta de alimentos saludables en las tiendas escolares de Santiago de Cali [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Biblioteca Digital Univalle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/fc98dc8c-48ef-4a2f-b4ba-667a0f75c98b/content>
- Sandoval, R. C., Roche, M., Belausteguigoitia, I., Alvarado, M., Galicia, L., Gomes, F. S., y Paraje, G. (2021). Impuestos selectivos al consumo de bebidas azucaradas en América Latina y el Caribe. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45, e21. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.124>
- Valencia Alfaro, L. A., y Pacheco Nacibar, L. M. (2024). Impuesto a las bebidas ultraprocesadas azucaradas y productos comestibles ultraprocesados industrialmente y/o con alto contenido de azúcares añadidos, sodio o grasas saturadas en Colombia. Interrogantes en su aplicación. *Legem*, 10(1), 36-54. <https://doi.org/10.15648/legem.1.2024.4270>
- Villalba, B. (2022). Impuesto saludable ya: una medida para proteger la alimentación en Colombia. Red PaPaz. <https://www.redpapaz.org/el-impuestosaludableya-una-medida-para-proteger-la-alimentacion-en-colombia/1085/>