

# La prevención de la obesidad: un comportamiento cultural y un tema de responsabilidad social empresarial<sup>1</sup>

## Preventing Obesity: A Cultural Behavior and an Issue of Corporate Social Responsibility

### A prevenção da obesidade: um comportamento cultural e assunto de responsabilidade social das empresas

Laity A. Velásquez Fandiño<sup>2</sup>

#### Resumen

La obesidad representa un flagelo, producto en gran medida de los estilos de vida contemporáneos, especialmente en lo que tiene que ver con el consumo de alimentos y el sedentarismo. Así que hoy existe una mayor vulnerabilidad con respecto a factores de riesgo que se relacionan con los anteriores aspectos. En ello, cuenta la producción empresarial y el compromiso que han adquirido las empresas bajo el Programa de Responsabilidad Social Empresarial-RSE. El presente documento presenta los resultados de un estudio exploratorio sobre el tema. Se realiza a partir de una encuesta virtual diseñada sobre la relación RSE, estilos de vida y obesidad. Se trabajan tres ejes temáticos: 1) el reconocimiento del concepto de RSE dentro de los trabajadores; 2) los hábitos de vida saludable, y 3) la relación entre RSE y las acciones de la empresa con los hábitos saludables. Los resultados muestran una relación significativa entre la información personal sobre hábitos saludables y las políticas de prevención de la obesidad. Frente a ello, se considera que las empresas deben incluirlas en sus políticas empresariales de RSE.

**Palabras clave:** Responsabilidad social, empresa, obesidad, prevención, estilo de vida, salud.

#### Abstract

Obesity is a scourge, largely a product of contemporary lifestyles, especially as it has to do with food intake and physical inactivity. So today there is a greater vulnerability to risk factors that relate to the above aspects. It is also important the business production and commitment companies have acquired under the Program of Corporate Social Responsibility-CSR. This paper shows the results of an exploratory study on the subject. It was realized from an online survey designed on relationship among CSR, lifestyles and obesity. There are three main themes: 1) recognition of the concept of CSR within the workers; 2) healthy lifestyles, and 3) the relationship between CSR and company shares with healthy habits. The results

#### Resumo

A obesidade representa um flagelo, e em grande parte é produto do tipo de vida que tem se implantado de maneira contemporânea, isso devido ao consumo de alimentos e o sedentarismo. Assim que hoje existe uma maior vulnerabilidade, com respeito a fatores de risco relacionados com os anteriores aspectos. Isso devido à produção empresarial e o compromisso que as empresas têm adquirido com o Programa de Responsabilidade Social Empresarial-RSE. O presente documento apresenta os resultados de um estudo exploratório sobre este tema. Realiza-se a partir de uma enquete virtual de trinta e nove perguntas (39) desenhada levando em conta a revisão efetuada sobre RSE, estilos de vida e obesidade. ((Se trabalha em três

Recibido el 28/12/2015 Aprobado el 31/03/2016

1. Artículo resultado de investigación del proyecto titulado: Responsabilidad Social Empresarial en la prevención de la obesidad (INV DIS-1506 de febrero del 2014) financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Militar Nueva Granada. Línea de investigación Responsabilidad Social- Grupo de investigación Procesos organizacionales, programáticos y políticos para la promoción del desarrollo-Proppio del Programa de Administración de Empresas- Facultad de Estudios a Distancia de la Universidad Militar Nueva Granada. Colaboración de Santiago Pino Robledo, consolidación de Estadísticas, asesoría de Selva Velásquez Fandiño: [santiaigopinorobledo@gmail.com](mailto:santiaigopinorobledo@gmail.com); [selvavelasquezabogada@gmail.com](mailto:selvavelasquezabogada@gmail.com)

2. Doctor en Bioética. Docente Asociado, Programa de Administración de Empresas de la Facultad de Estudios a Distancia (Faedis) de la Universidad Militar Nueva Granada Universidad. [laity.velasquez@unimilitar.edu.co](mailto:laity.velasquez@unimilitar.edu.co)

show a significant relationship between health habits personal information and prevention obesity policies. In connection therewith, it is considered that companies should include those aspects in their corporate CSR policies.

**Keywords:** Social Responsibility, Company, Obesity, Prevention, Lifestyle, Health..

eixos temáticos que em seu conjunto permitem obter uma visão que envolve 1) o estado de reconhecimento do conceito de RSE dentro dos trabalhadores 2) os hábitos de vida saudável e 3) a relação entre RSE e as Ações da empresa relacionadas com os hábitos saudáveis. Os resultados mostram uma relação significativa entre a informações pessoais de saúde e de prevenção de hábitos políticas obesidade. Contra isso, considera-se que as empresas devem incluir em suas políticas de RSE.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social, empresa, Obesidade, Prevenção, Estilo de vida, Saúde.

## Introducción

La obesidad representa un flagelo, producto en gran medida de los estilos de vida contemporáneos, lo que sin lugar a dudas tiene que ver con la producción de bienes y servicios destinados al consumo humano. Es así que hoy existe una mayor vulnerabilidad, cuyos factores de riesgo se relacionan con el tipo de alimentos. La obesidad, como el incremento y exceso de grasa corporal, es considerada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2015) como la epidemia que deteriora las condiciones de salud y bienestar comprometiendo la vida de las personas mientras la organización la reconoce como causa de algunas Enfermedades No transmisibles: (ENT) diabetes, hipertensión, hipercolesterolemias y algunos tipos de cánceres.

La Encuesta Nacional de Situación Nutricional en Colombia (Ensin 2010) muestra en cifras el exceso de peso, que incluye sobrepeso y obesidad en la población adulta entre 18 y 64 años, es decir el grupo económicamente activo. Los resultados nos señalan varias situaciones: 1) aumento porcentual de exceso de peso en el país del 5.3% entre el 2005 y el 2010; 2) 1 de cada 2 colombianos adultos presenta exceso de peso. Entre ellos las mujeres representan un exceso de peso mayor del 55,2% frente a los hombres que es del 45,6%, así como una mayor concentración de grasa abdominal en ellas; 3) la diferencia en exceso de peso entre el área urbana y el área rural es del 52.5%, una desproporción que indica que el estilo de vida de la ciudad influye de manera nociva en el bienestar de las personas, (Ensin, 2010 p. 9), y 4) los departamentos con mayor obesidad entre 18 y 64 son San Andrés, Guaviare, Caquetá, Tolima Guainía, Chocó, Casanare y Arauca, donde sobrepasan la media nacional ubicada en el 20%. Durante el quinquenio 2005-2010 la encuesta liderada por el Ministerio de Salud y Protección Social observa un descenso en el porcentaje de obesidad en algunos departamentos como Vichada, Putumayo

y Amazonas, pero, a excepción de estos, los demás tienden al incremento (2013, 2014).

Actualmente, para las empresas representa una preocupación la manera como son percibidos sus productos por el público consumidor, puesto que cualquier grieta en la confianza amenaza su permanencia en el mercado. En esa perspectiva, la responsabilidad social empresarial (RSE) y los principios éticos, ocupan hoy un importante renglón dentro de la logística y los esquemas organizacionales (Sabogal, 2008; Pascual de Riquelme, Peñalosa y López, 2015).

Teniendo en cuenta a los *stakeholders* (Freeman, 1984), el concepto de RSE se ocupa de la gestión y la moral en las organizaciones a partir de la identificación de intereses comunes con los grupos con los cuales tienen una relación recíproca para generar el bien común y un impacto más efectivo de su misión. En general la RSE se entiende como una forma de conducir los negocios definida por relaciones éticas y transparentes con todos los grupos de interés, sean estos empleados, inversionistas, proveedores, comunidades, clientes, distribuidores, gobierno, o cualquier otro grupo relevante en el quehacer empresarial (ISO 26000:2010). Entonces, la RSE plantea que la inversión social, el capital humano y el cuidado del medio ambiente inciden favorablemente en la competitividad de las mismas empresas (Porter & Kramer, 2006). Es una nueva reflexión que considera el papel de la empresa en el siglo XXI e implica su sensibilización frente a los problemas de la sociedad (Rivera y Malaver, 2011; Vives y Peinado, 2011).

Siendo la obesidad un problema de salud pública en el mundo y en el país dado el crecimiento y su impacto en las ENT, el control sobre los factores que inciden en ella deben ser parte especial de la RSE, puesto que la prevención de la obesidad y la producción de alimentos sanos estarían entre las formas de gestión empresarial.

Es la producción empresarial integrante principal de la vida moderna y es su responsabilidad mitigar las consecuencias de su actividad y tomar parte en el desarrollo. En Colombia, según el informe de la OMS (2014), las ENT generan el 71% de las muertes y una probabilidad de 12% de morir entre los 30 y 70 años a causa de una de las cuatro principales (enfermedades cardiovasculares 28%, cánceres 17%, enfermedades respiratorias crónicas 7% y diabetes 3%).

En este sentido, sin importar el renglón económico, existe la posibilidad de apoyar las actividades de promoción de la salud tendientes a la prevención de la obesidad dentro del ámbito propio de cada empresa y hacia la sociedad. La RSE incorpora un compromiso tanto individual como colectivo de los diferentes sectores empresariales, con los derechos humanos, el medio ambiente, el trabajo y la transparencia en los procesos económicos, para llevar a cabo acciones y estrategias que permitan prevenir y minimizar los impactos negativos que pudieran generar con sus actividades y procesos, tanto en el ambiente cultural como en el natural.

En la preocupación por las ENT se ha generado un marco normativo, a nivel nacional e internacional que incluye la prevención e intervención en los factores de riesgo de estas enfermedades. La 57ª Asamblea Mundial de la Salud: Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud (2004) brindó recomendaciones especialmente dirigidas a los Estados miembros y planteó metas alcanzables a mediano y corto plazo en función de aumentar los niveles de prevención, lo que modificó los hábitos de alimentación y promovió la actividad física. Pero también incluyó al sector privado en la medida en que la actividad empresarial es protagonista determinante en la promoción de hábitos de vida, para lo cual dirigió específicamente los artículos 61 y 62:

Artículo 61. El sector privado puede ser un protagonista importante en la promoción de una alimentación sana y de la actividad física. Las empresas del sector alimentario, los minoristas, los proveedores de servicios de comidas, los fabricantes de artículos deportivos, las agencias de publicidad, las empresas de recreación, las aseguradoras, los grupos bancarios, las empresas farmacéuticas y los medios de difusión pueden desempeñar funciones importantes como empleadores responsables y promotores de modos de vida sanos. Todos ellos pueden asociarse a los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales en la aplicación de medidas encaminadas a enviar mensajes positivos y coherentes que faciliten y posibiliten la realización de actividades integradas para promover la alimentación sana y la actividad física. Puesto que muchas empresas operan a nivel mundial, la colaboración internacional es decisiva. La cooperación con el sector empresarial ya ha permitido lograr resultados favorables en relación con la dieta y la actividad física. Las iniciativas de la industria alimentaria para reducir tanto el contenido de grasas, azúcar y sal de los alimentos elaborados como el tamaño de las

porciones, así como para ofrecer otras opciones innovadoras, saludables y nutritivas, así como para examinar las prácticas actuales de comercialización, podrían acelerar la obtención de beneficios de salud en todo el mundo. A continuación se formulan recomendaciones específicas para las empresas del sector alimentario y los fabricantes de artículos deportivos:

- » promover los regímenes alimentarios saludables y la actividad física de conformidad con las directrices nacionales, las normas internacionales y los objetivos generales de la Estrategia Mundial;
- » limitar los contenidos de grasas saturadas y ácidos grasos trans, de azúcares libres y de sal en los productos existentes;
- » seguir desarrollando y ofreciendo a los consumidores opciones asequibles, saludables y nutritivas;
- » examinar la posibilidad de lanzar nuevos productos que sean más nutritivos;
- » proporcionar a los consumidores información adecuada y comprensible sobre los productos y la nutrición;
- » adoptar prácticas de comercialización responsable que apoyen la Estrategia, en particular con respecto a la promoción y la comercialización de alimentos con alto contenido de grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares libres o sal, especialmente los dirigidas a los niños;
- » adoptar un etiquetado de los alimentos que sea sencillo, claro y coherente, y declaraciones sobre las propiedades relacionadas con la salud que estén basadas en pruebas científicas y ayuden a los consumidores a adoptar decisiones fundamentadas y saludables con respecto al contenido nutritivo de los alimentos;
- » suministrar a las autoridades nacionales información sobre la composición de los alimentos;
- » ayudar a elaborar y poner en práctica programas de promoción de la actividad física.

Artículo 62. Los lugares de trabajo son entornos importantes para promover la salud y prevenir las enfermedades. Las personas deben tener posibilidad de adoptar decisiones saludables en el lugar de trabajo para reducir su exposición a riesgos. Por otra parte, el costo de las enfermedades no transmisibles para los empleadores está aumentando rápidamente. Es preciso garantizar la posibilidad de adoptar decisiones saludables en el lugar de trabajo y apoyar y promover la actividad física. (Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2004, p. 16)

En Colombia, la Ley 1355 de 2009 define la obesidad y las ENT asociadas a esta como una prioridad de salud pública y dictan las medidas para su control, atención y prevención. Establece en su artículo 18 que:

[l]as empresas productoras, importadoras y comercializadoras de alimentos que tengan establecidos programas de responsabilidad social empresarial, presentarán en sus informes periódicos aquellas actividades que hayan adelantado o promovido para estimular en la población colombiana hábitos de alimentación balanceada y saludable, prácticas de actividad física y prevención de las enfermedades asociadas a la obesidad. (p. 3)

De esta forma, se puede plantear que la obesidad es un problema cultural cuya erradicación depende en gran parte de un trabajo de prevención que tiene que ver, tanto con la necesidad de crear hábitos de vida saludables, como también con la producción, publicidad y comercialización adecuada de alimentos y la educación a la población frente a este tema. Por ello los gremios, las organizaciones y los mismos entes empresariales a todos los niveles -nacional, regional, local- deben incorporar el tema de la obesidad como parte de su RSE, lo que permite generar más bienestar, salud y procesos de vida sana para los trabajadores en el ambiente laboral y para la sociedad en general.

El presente documento sintetiza los objetivos del proyecto de investigación INV DIS1506<sup>3</sup>, cuya pretensión era mirar la relación entre RSE y prevención de la obesidad establecida por las empresas en el nivel ejecutivo y trabajadores en general. Es decir, hasta dónde la implementación de hábitos saludables relacionados con la actividad física y la ingesta de frutas y verduras se configura como una operación de RSE. Para tales efectos se miraron prácticas en tres ejes: (1) el conocimiento o reconocimiento por parte de las personas que laboran en la empresa de acciones empresariales relacionadas con la prevención de la obesidad; (2) los hábitos saludables que realizan las personas a nivel individual, y (3) las políticas propiamente empresariales que las personas identifican en su empresa.

## Metodología

Estudio exploratorio a partir de una encuesta virtual de treinta y nueve preguntas que permitió caracterizar a los participantes, a quienes se interrogaron teniendo en cuenta las políticas y los estudios realizados sobre la Responsabilidad Social Empresarial así como las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en torno a los estilos de vida y la obesidad (Velásquez, 2014). La encuesta se desarrolló por

3. Titulado: Responsabilidad social empresarial en la prevención de la obesidad en el ámbito laboral. INV DIS 1506. Proyecto financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Militar Nueva Granada.

medio de la herramienta LimeSurvey y se envió a 122 empresas del sector público y privado, consultando la base de datos suministrada por los consultorios empresariales de las facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada (2014). Finalmente accedieron a la encuesta 120 sujetos empresariales, de los cuales 68 la llenaron de forma completa. Es importante aclarar que antes de diligenciar la encuesta se debía leer el consentimiento informado y dar aprobación para continuar con el proceso, guardando el anonimato de quien la diligenciaba. Quienes respondieron contaban con actividades de responsabilidad social a diferencia de quienes no la respondieron.

## Descripción de los participantes

Los 68 participantes se caracterizan por ser en su mayoría hombres con edades entre los 31 y 50 años, nivel educativo profesional, estrato socioeconómico tres, sin problemas de salud reportados. En buena parte ocupan cargos administrativos, pertenecen a entidades públicas de servicios, casi todas ubicadas en el departamento de Cundinamarca.

Variable		Número	%
Sexo	Hombre	36	52,9%
	Mujer	32	47,1%
Rango de edad	20 a 30 años	16	23,5%
	31 a 50 años	40	58,8%
	51 a 60 años	11	16,2%
	más de 61 años	1	1,5%
Estado Civil	Soltero(a)	22	32,4%
	Casado(a)	33	48,5%
	Unión libre	9	13,2%
	Separado(a)	3	4,4%
	Viudo(a)	1	1,5%
Nivel de estudios	Bachillerato	1	1,5%
	Técnico	10	14,7%
	Profesional	27	39,7%
	Especialización	14	20,6%
	Maestría	12	17,6%
Estrato de servicios públicos	Doctorado	4	5,9%
	1	1	1,5%
	2	8	11,8%
	3	31	45,6%
	4	21	30,9%
	5	6	8,8%
	6	1	1,5%

Variable		Número	%
Diagnósticos	Hipotiroidismo	1	1,5%
	Diabetes	1	1,5%
	Dislipidemia	1	1,5%
	Obesidad	3	4,4%
	Hipertensión arterial	5	7,4%
	Hígado graso	2	2,9%
	Sobrepeso	11	16,2%
	Osteoartritis	1	1,5%
	Ningún diagnóstico	48	
		70,6%	
Tipo de empresa	Pública	35	51,5%
	Privada	33	48,5%
Ubicación de la empresa	4. Atlántico	1	1,5%
	6. Boyacá	1	1,5%
	7. Caldas	1	1,5%
	12. Chocó	1	1,5%
	14. Cundinamarca	54	79,4%
	16. Guaviare	1	1,5%
	19. Magdalena	1	1,5%
	20. Meta	2	2,9%
	27. Santander	2	2,9%
	28. Sucre	1	1,5%
	30. Valle del Cauca	3	4,4%
Sector de la empresa	Educación	21	30,9%
	Salud	2	2,9%
	Servicios	29	42,6%
	Agropecuaria	1	1,5%
	Comercio	1	1,5%
	Financiero	4	5,9%
	Construcción	4	5,9%
	Minero, energético	1	1,5%
	Comunicaciones	1	1,5%
	Alimentos	4	5,9%
	Cargo en la empresa	Directivo	16
Administrativo		31	53,4%
Operativo		8	13,8%
Auxiliar		3	5,2%

Tabla 1. Descripción de participantes  
Fuente: Elaboración propia del grupo de investigación INV DIS1506-1506 febrero 2014.

## Resultados

A partir de los datos arrojados por la encuesta se organizaron las respuestas en tres ejes temáticos, los cuales se refieren al conocimiento sobre la RSE, hábitos saludables y acciones de la empresa relacionadas con estos.

### Primer eje: Conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial

En este punto, se encontró que 43% de los participantes vinculados a empresas del sector público habían oído del tema y sabían con claridad lo que era el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial. También se encontró en esta población que 37% había oído hablar del tema pero no estaba seguro de saber sobre este concepto, 14% que refería haber oído pero no saber lo que era y un 6% que ni sabía ni había oído hablar de RSE. (Ver figura 1).

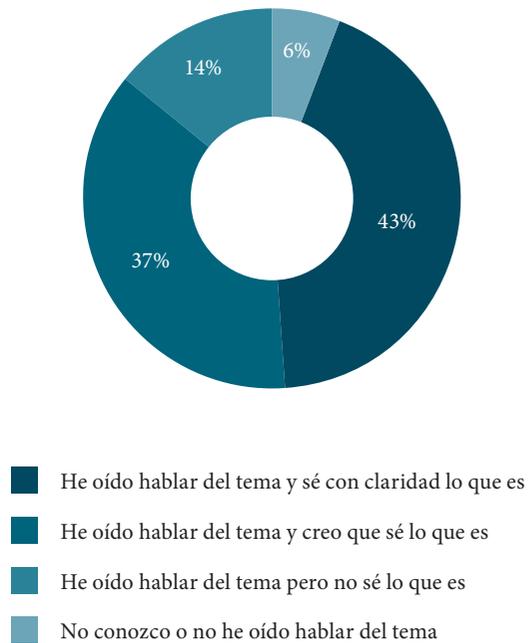


Figura 1. Conocimiento de la RSE en la empresa pública

Para el caso del sector privado, se encontró un menor porcentaje de participantes que conocen sobre la RSE: 37% había oído del tema y sabían con claridad el concepto, pero aquí un mayor porcentaje de personas había oído del tema y creía saber lo que era, 49% en comparación con el sector público. Por otro lado, el grupo de personas del sector privado que había oído de la RSE pero no sabía a qué se refería presentó un porcentaje de 6%, lo que es menor que el porcentaje del sector público, mientras un mayor porcentaje de personas respecto del sector público ni sabían ni habían oído sobre el tema de la RSE con un 9%. (Ver figura 2)



Figura 2. Conocimiento de la RSE en la empresa privada.

Ahora bien, al relacionar esta notoriedad con los sectores a los que pertenecen las empresas de los participantes, se puede evidenciar que aquellos que pertenecen al sector de la salud y la educación son los que presentan el mayor desconocimiento de la RSE, mientras que aquellos que trabajan en el sector agropecuario, minero, alimentos y construcción presentan mayor porcentaje de conocimiento sobre el tema. (ver figura 3)

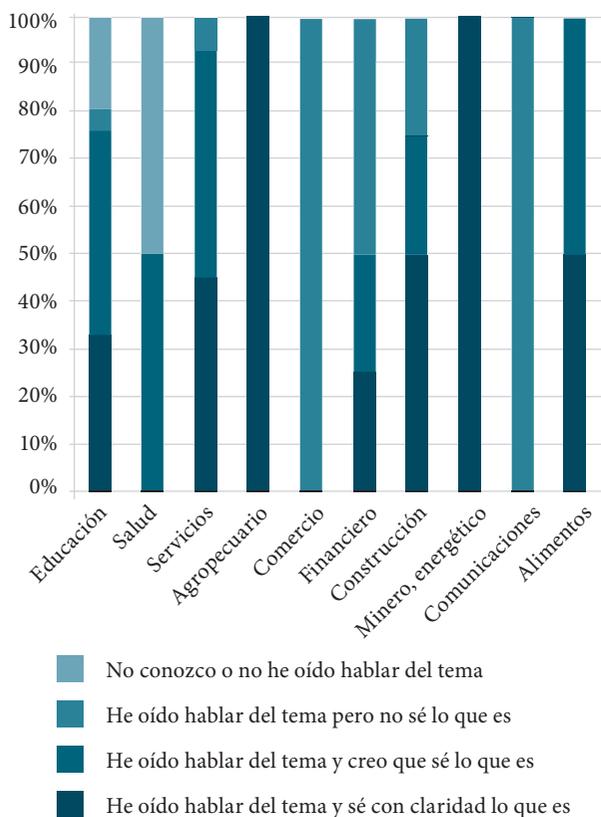


Figura 3. RSE y sectores empresariales.

Por otra parte, al analizar la relación entre la notoriedad de la RSE y la obesidad, se pudo observar que aquellas personas que reportaron conocer sobre el tema de la RSE presentaron el menor porcentaje de sobrepeso y obesidad en comparación con aquellos que refirieron no conocer nada sobre este tema. (ver figura 4) Al realizar análisis estadísticos por medio de la prueba Chi cuadrado, se encontró una relación de dependencia estadísticamente significativa  $\chi^2(1, N= 68) = 8,376, p < 0.01$  entre el conocimiento de RSE y la obesidad.

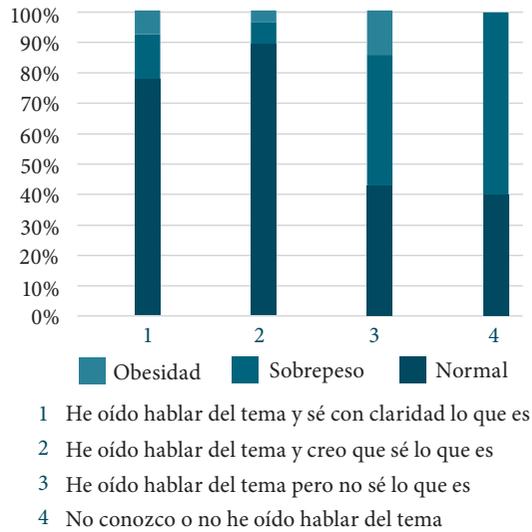


Figura 4. RSE y obesidad.

Con respecto a la visibilidad de la RSE en las políticas empresariales se pudo observar que los participantes hicieron referencia en mayor porcentaje a las políticas de seguridad e higiene en el trabajo y códigos éticos, mientras que los porcentajes para las políticas empresariales relacionadas con alimentación, conciliación laboral y familiar, y sindicatos fueron los de menor visibilidad. (Ver figura 5)



Figura 5. Visibilidad de RSE en políticas empresariales.

En cuanto al conocimiento de la Ley 1335 de 2009 sobre la prevención de la obesidad, se encontró que el 9% de los participantes que pertenecen a empresas de carácter público la conocen, mientras que el 91% refieren desconocimiento.

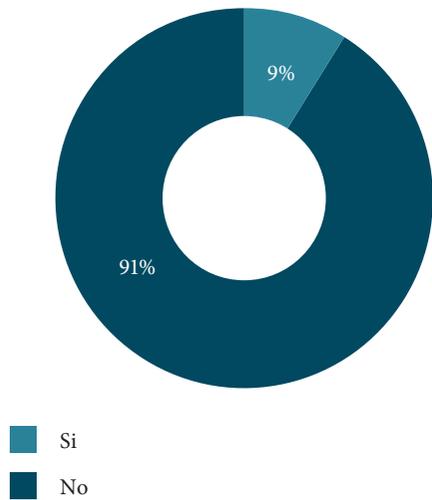


Figura 6. Conocimiento Ley 1335 de 2009 en la empresa pública.

Para las empresas de carácter privado se encontró que el 12% de ellos tiene conocimiento de la Ley 1335 de 2009 sobre la prevención de obesidad, mientras que el 88% restante refiere no conocerla.

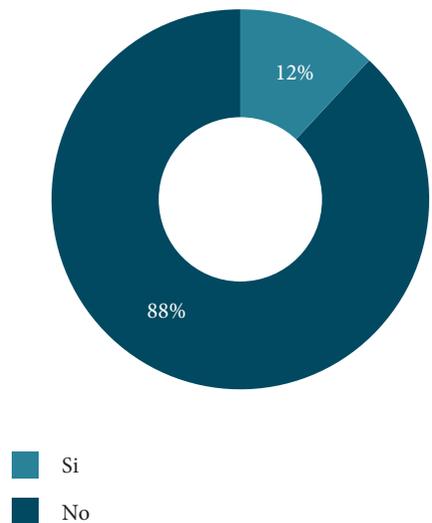


Figura 7. Conocimiento Ley 1335 de 2009, en la empresa privada.

Con respecto a la aplicación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, el 46% de los participantes refiere que es un concepto apropiado en la empresa en la que trabajan. (Ver figura 8)



Figura 8. Aplicación del concepto de RSE en las empresas.

Ahora bien, al pedirles a los participantes si consideraban que los siguientes aspectos expresan lo que es la Responsabilidad Social Empresarial en su empresa se determinó lo siguiente: con respecto al aspecto ético (Ver figura 9.1), 37% reporta ser el elemento de la RSE en su empresa.

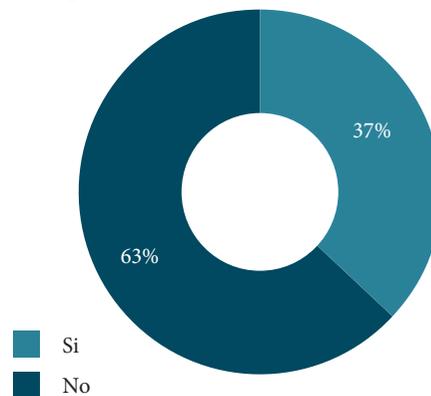


Figura 9.1 Ética y transparencia empresarial.

En el aspecto de acción social y programas de apoyo a colectivos, se observa en la gráfica 9.2 que el 28% lo señala como representativo de la RSE en su empresa.

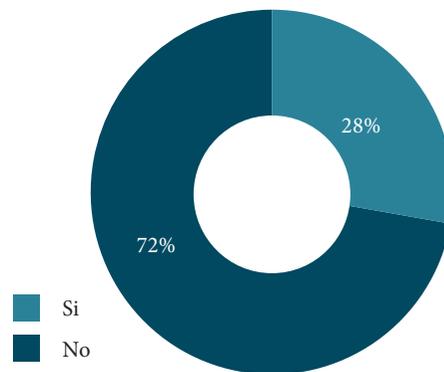


Figura 9.2 Acción social programas de apoyo a colectivos desfavorecidos.

Al observar la figura 9.3 relacionada con el aspecto del medio ambiente, se identifica que el 34% de los participantes refiere que este es el elemento representativo de la RSE de su empresa.

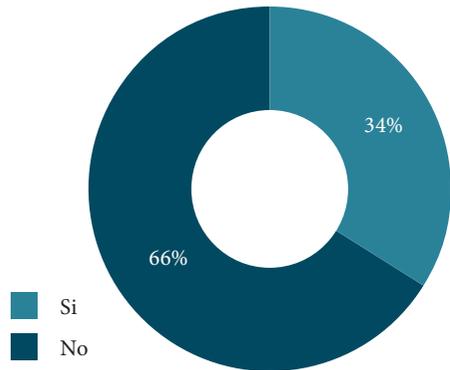


Figura 9.3 Actuaciones en el medio ambiente.

El elemento relacionado con la prevención y salud en el trabajo es para el 33% el principal elemento de la RSE dentro de su empresa.

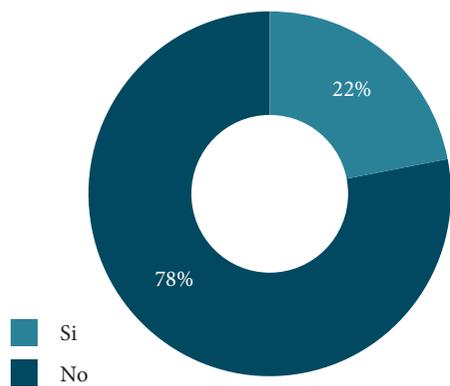


Figura 9.4 Apostar decididamente por la prevención y salud en el trabajo.

Al observar la figura 9.5 relacionada con el aspecto del diálogo transparente al interior de la empresa, se identifica que el 9% de los participantes indican que este es el elemento central de la RSE en su empresa.

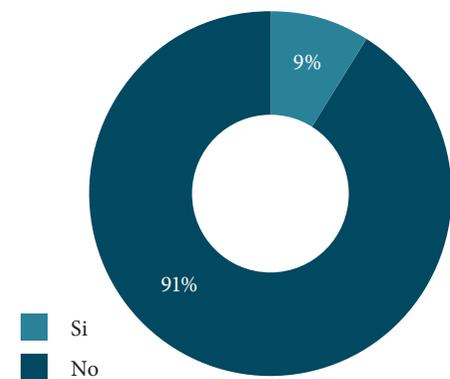


Figura 9.5 Diálogo transparente con los empleados.

Por último, de acuerdo con la figura 9.6, el 50% de los participantes menciona que la integración voluntaria de políticas y criterios socialmente responsables es uno de los criterios representativos de su empresa.

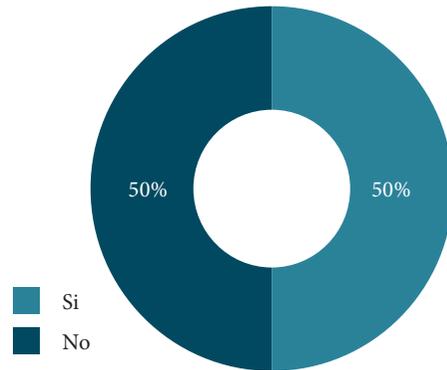


Figura 9.6 Integración voluntaria de políticas y criterios socialmente responsables.

Por otra parte, cuando se le pidió a los participantes que identificaran cuáles eran las estrategias de aplicación de la RSE de mayor uso en las empresas en las que trabajan se percibe que las políticas de seguridad e higiene son las de mayor presencia, seguidas de los códigos éticos y de conducta y luego de las políticas de daños ambientales. El resto de las políticas (ver figura 10) estuvieron por debajo de las anteriores, siendo el diálogo con los sindicatos para llegar a acuerdos la de menor uso (Los nombres de las políticas se encuentran debajo del gráfico).

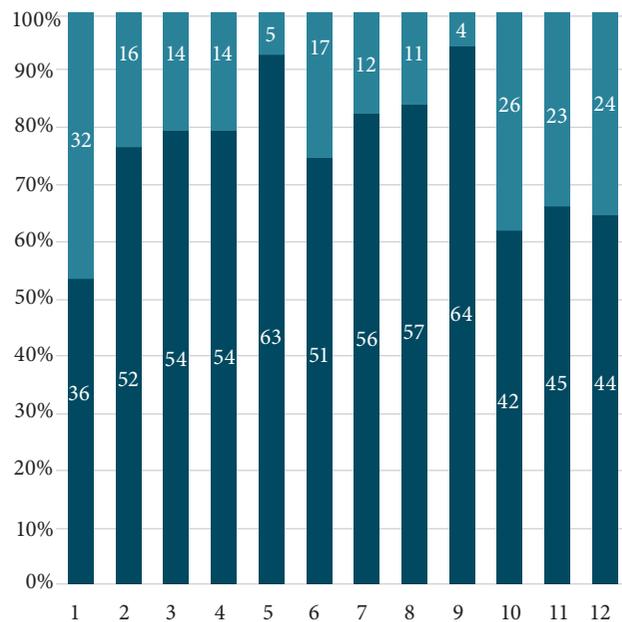


Figura 10. Políticas RSE de mayor uso en las empresas: (1) Políticas de seguridad e higiene en el trabajo; (2) Políticas de horarios para realizar actividad física (ejercicios, gimnasio) durante la jornada de trabajo; (3) Políticas de eventos

deportivos y actividad física fuera de la jornada laboral en días festivos; (4) Políticas de formación y capacitación en hábitos de nutrición saludable; (5) Políticas de control de minutas en cafeterías con inclusión de verduras y frutas; (6) Políticas de selección, contratación y promoción del personal bajo criterios objetivos y transparentes; (7) Políticas de conciliación laboral y familiar; (8) Políticas de fomento de prácticas de consumo responsable; (9) Diálogo con los sindicatos para el logro de acuerdos; (10) Códigos éticos y de conducta para empleados; (11) Medición de clima laboral; (12) Políticas de prevención de daños ambientales.

## Segundo eje: Hábitos saludables

En cuanto a los hábitos saludables de la muestra, se encontró que tanto hombres como mujeres presentan mayor tiempo a la semana de actividad física como caminar en comparación con la actividad de montar en bicicleta y un mayor tiempo sentado entre semana en comparación a los fines de semana. Los resultados en estos dominios entre los hombres y las mujeres participantes no revelan diferencias estadísticamente significativas según la prueba t de student para comparar medias. (ver tabla 2)

		Sexo			
		Hombre		Mujer	
		M. *	D.E. **	M*.	D.E. **
Tiempo en minutos a la semana reportado	Caminar	704,86	1088,25	529,59	449,49
	Bicicleta	133	243,44	66,28	217,37
	Actividad Física Total	837,86	1166,20	595,88	536,32
	Tiempo sentado entre semana	2192,78	1818,89	2661,09	3095,79
	Tiempo sentado fin de semana	583,06	368,40	510,88	438,90

Tabla 2. Resultados en los componentes de actividad física según sexo.

Fuente: Elaboración propia del grupo de investigación INV DIS1506-1506 febrero 2014.

\*Media / \*\* Desviación Estándar

Un análisis a los hábitos relacionados con la alimentación muestra que en promedio los participantes consumen cuatro vasos de agua al día, así como dos porciones de fruta y dos porciones de verduras. Frente a estos resultados no se evidencian diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres por medio de la prueba t de Student para comparar medias. (ver tabla 3)

	Sexo			
	Hombre		Mujer	
	M.*	D.E.**	M*.	D.E.**
Consumo diario de vasos de agua	4	2	4	2
Consumo diario de frutas	2	1	2	2
Consumo diario de verduras	2	1	2	2

Tabla 3. Resultados en los componentes de alimentación saludable según sexo.

Fuente: Elaboración propia del grupo de investigación INV DIS1506-1506 febrero 2014. \*Media / \*\* Desviación Estándar

Si de hábitos saludables la mayoría de los participantes coincide en que una dieta balanceada debe incluir el consumo de frutas y verduras. (ver figura 11)

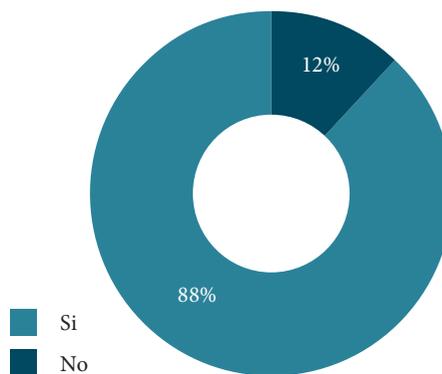


Figura 11. Importancia de las verduras y frutas en una dieta saludable.

Al abordar el tema de la lectura de las etiquetas de los alimentos, se puede identificar que el 29% de los participantes realiza esta práctica, el 12% lo hace siempre y el 46% lo hace algunas veces. (ver figura 12)

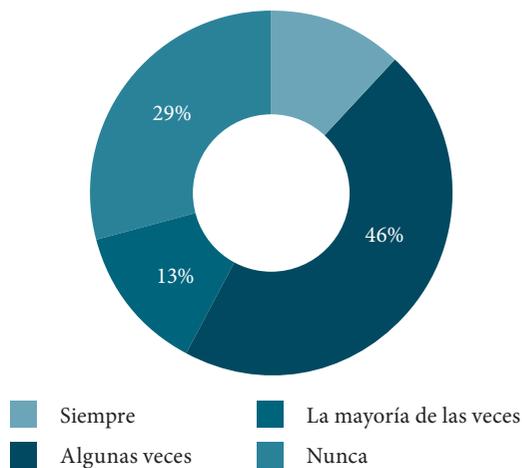


Figura 12. Lectura de etiquetas en los alimentos.

Es más, al preguntar sobre el medio por el cual los participantes reciben información sobre la interpretación de las etiquetas de los alimentos, la mayoría admite la consulta en internet mientras que tan solo el 3% reconoce que su empresa había sido parte de dicho proceso. (ver figura 13)

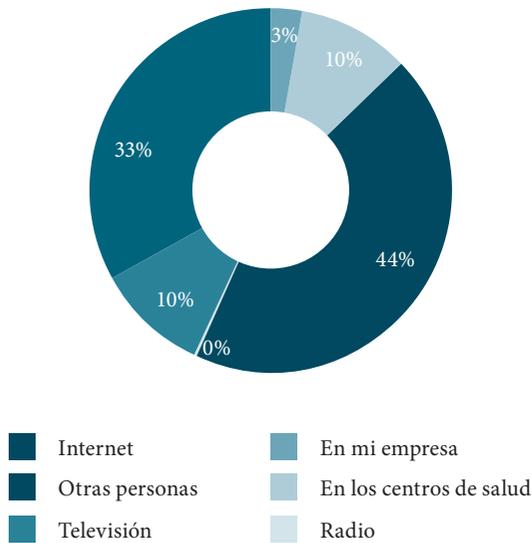


Figura 13. Lugar donde se recibió información sobre la interpretación de las etiquetas.

Ahora bien, los hábitos relacionados con la actividad física indican que 72% de los participantes realizan una rutina de ejercicio a la semana ajustada a las recomendaciones de la Organización Mundial de Salud. (Ver figura 14)

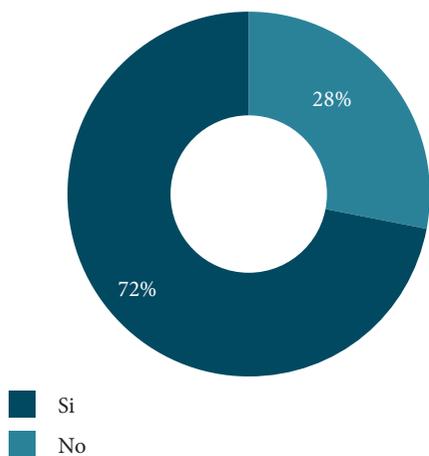


Figura 14. Actividad física según recomendaciones OMS.

Por otra parte se puede demostrar que la mayoría de las personas consultadas pasan muchas horas sentadas, lo que implica un riesgo para la salud, aunque los fines de semana este comportamiento sedentario disminuye. (Ver figura 15)

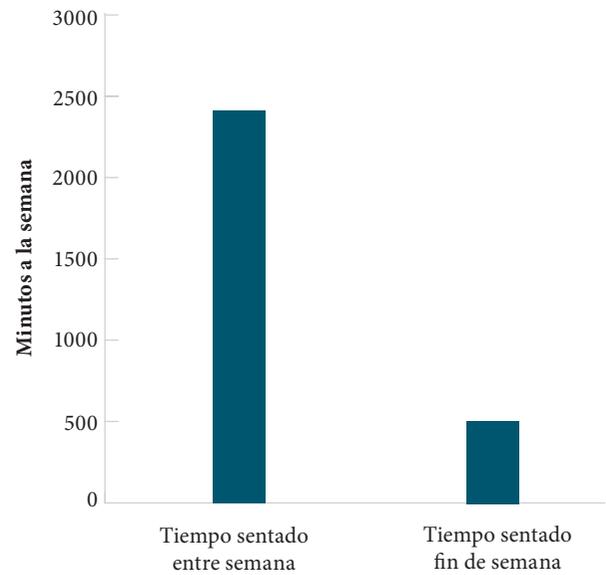
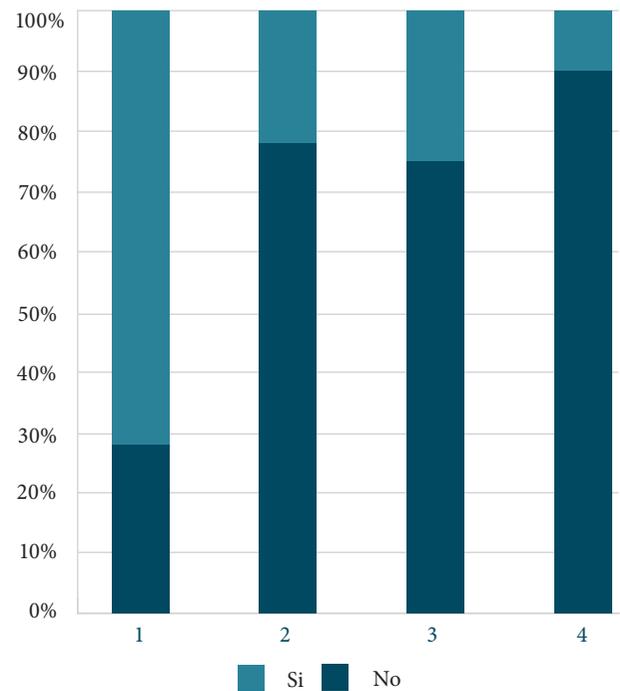


Figura 15. Tiempo que permanecen sentados a la semana.

Al indagar sobre las razones por las cuales se tienen dichos hábitos se encontró que la gran mayoría proviene de costumbres que recibió de sus figuras paternas y en menor porcentaje por información que le dieron en la empresa. (Ver figura 16)



- 1 Costumbres que usted recibió de sus figuras paternas
- 2 Información que usted recibió de algún medio de comunicación masivo
- 3 Información que usted recibió en su centro de salud
- 4 Información que usted recibió en su empresa

Figura 16. Razones hábitos saludables.

### Tercer eje: Acciones de la empresa relacionadas con los hábitos saludables

Con respecto a las acciones de la empresa dirigidas a la promoción de ambientes y estilos de vida saludables se comprobó que el 48% acepta que su empresa brinda los espacios tanto físicos como en términos de tiempo para la realización de actividades físicas, mientras 25% no recibe estos espacios. (Ver figura 17)



Figura 17. Espacios dentro de la empresa para realizar actividad física.

Además, 35% de los participantes refieren que la empresa les ofrece algunos medios para realizar actividad física, mientras que 6% aplaude que su empresa brinda muchísimos medios. (Ver figura 18)

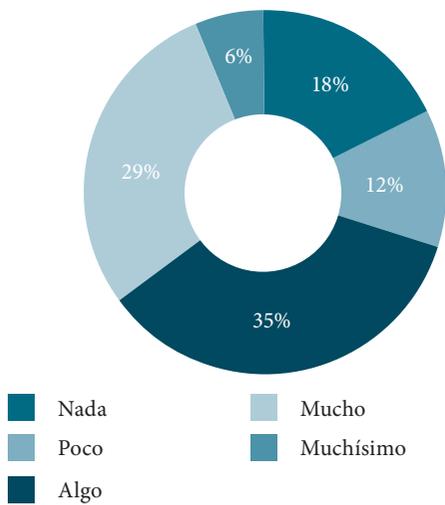


Figura 18. Medios brindados por empresa para realizar actividad física.

En cuanto a la presencia de políticas empresariales destinadas a generar cambios en los hábitos saludables,

el 46% percibe que tan solo 10% de las políticas de la empresa o menos cumple con objetivos de estilos de vida para los trabajadores. (Ver figura 19)

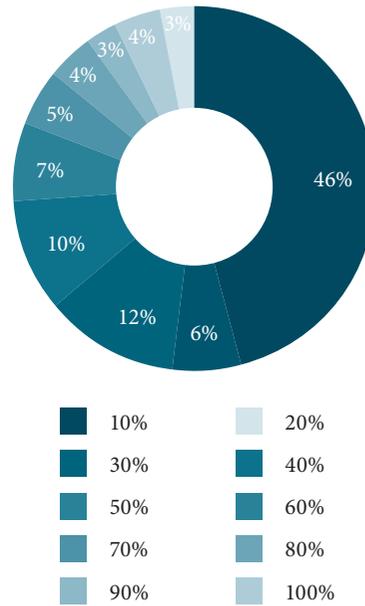


Figura 19. Proporción las políticas de su empresa en el cambio de sus hábitos de vida saludable.

Otro de los elementos importantes relacionados con las acciones organizacionales dirigidas a la promoción de estilos saludables es el acceso a frutas y/o verduras en las cafeterías que se encuentran en la empresa. Frente a esto, 34% de los participantes señalan que sus empresas posibilitan la disponibilidad de este tipo de alimentos, en tanto solo el 5% reportó lo contrario. (Ver figura 20)

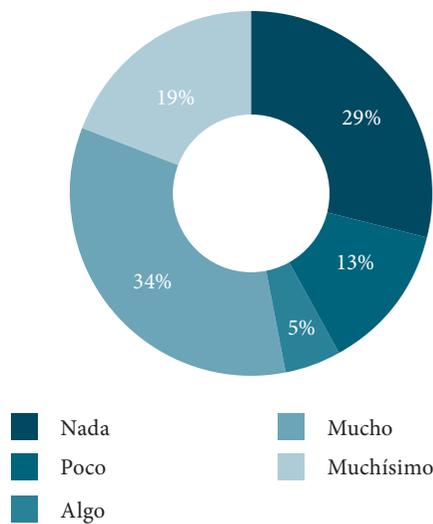


Figura 20. Acceso a frutas y/o verduras en la cafetería de la empresa.

Al preguntar a los participantes sobre los aspectos que se promocionan en la empresa en la que trabajan, se encontró que el mayor porcentaje se relacionan con la actividad física y con la disposición de ambientes sanos, aunque fue reportado por menos del 30% de los participantes. (Ver figura 21)

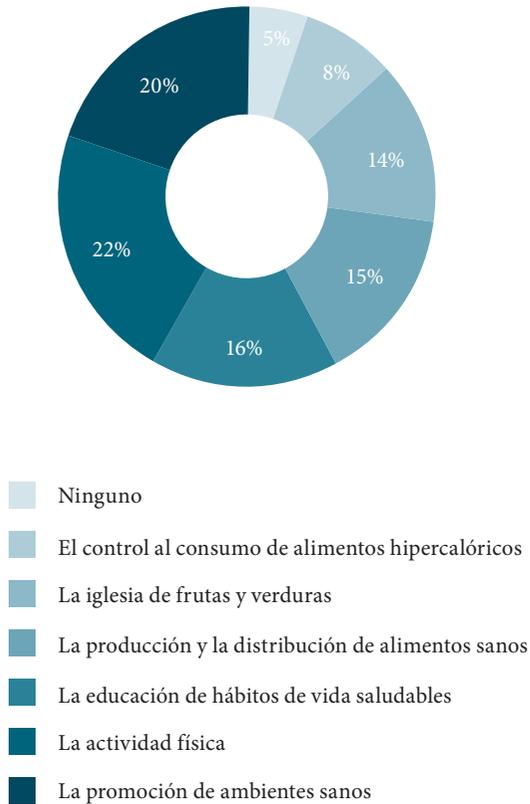


Figura 21. Items promocionados en su empresa.

Al relacionar RSE-actividades como ejercicio y sedentarismo se puede encontrar que aquellos participantes que no conocen el concepto de RSE presentan mayor tiempo sentados en la semana y menor tiempo de actividad física a la semana en comparación con aquellos que refieren conocer sobre el tema de RSE. (Ver figura 22) Al realizar análisis estadísticos no se asegura una relación de dependencia significativa  $X^2(1, N= 68) = 3,52, p>0.05$  entre la realización de actividad física y el conocimiento de RSE.

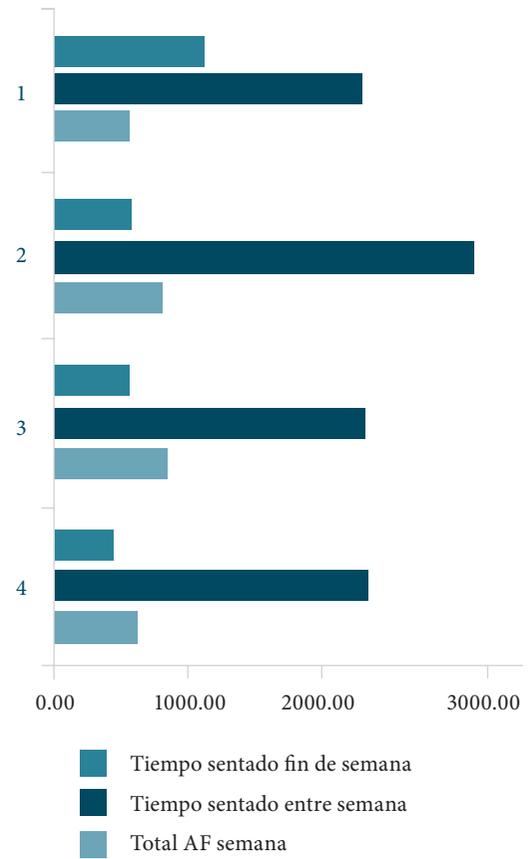


Figura 22. Relación conocimiento RSE y hábitos.

Como puede verse en la figura 23, 71% de los participantes relacionan la obesidad y las enfermedades crónicas de manera muy cierta.

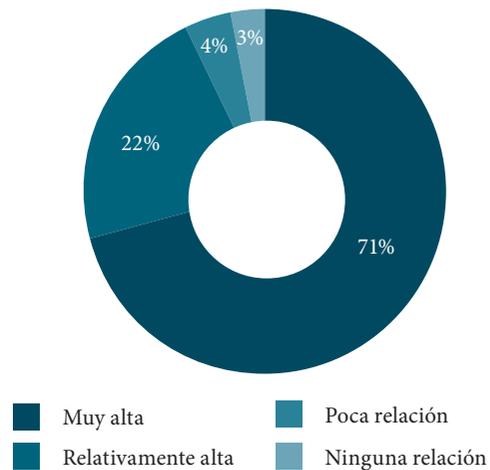


Figura 23. Relación que encuentra entre la obesidad y enfermedades crónicas.

Cuando se examinaron las nueve acciones de prevención en el programa de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa en la que los participantes trabajan, se encontró que de 1 a 10, siendo 10 el mayor puntaje, la información, promoción y desarrollo de pausas activas obtuvieron la mayor calificación con un puntaje medio de 5/10 y las políticas relacionadas con la nutrición, el menor. (Ver tabla 4)

Acciones de prevención	M. *	D.E. **
(1) Políticas de seguridad alimentaria y nutricional	3/10	2
(2) Políticas de actividad física	5/10	3
(3) Escenarios de desarrollo de las prácticas nutricionales y de actividad física	4/10	3
(4) Dietas promocionadas en las cafeterías de la empresa	3/10	3
(5) Información, promoción y desarrollo de pausas activas	5/10	3
(6) Información sobre desplazamientos dentro y para llegar a la empresa (senderos de bicicletas y caminatas)	4/10	3
(7) Información en etiquetas sobre contenidos de azúcares, sal, ácidos grasos en los productos para distribución alimentaria	3/10	3
(8) Información sobre acciones de capacitación al interior de la empresa sobre nutrición y buenos hábitos de vida saludable	4/10	3
(9) Relación visible (carteleros, página web) sobre las acciones de prevención y demás que desarrolla el Programa de RSE en su empresa	4	3

Tabla 4. Puntuaciones medias de las acciones de prevención de las empresas.

Fuente: Elaboración propia del grupo del proyecto de investigación INV DIS1506-febrero 2014

\*Media / \*\* Desviación Estándar

Por último, al indagar sobre cuáles ítems considerados en la Ley de la Obesidad 1355 de 2009 son promocionados en las empresas de los participantes, se concluye lo siguiente: 11% refirió que ninguno era promocionado en su empresa. Pero en la promoción de ambientes sanos se destaca que 48% de ellos la ratifica como una acción importante de su empresa. (Ver figura 24)

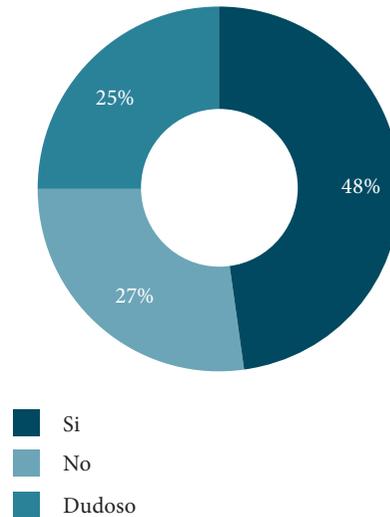


Figura 24. La promoción de ambientes sanos.

Para el caso del ítem de la actividad física, 52% de los participantes reconocen que son promocionados en su empresa. (Ver figura 25)

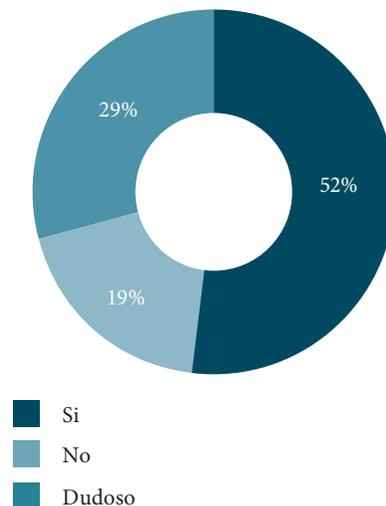


Figura 25. La actividad física.

Sobre si la educación de hábitos saludables es una política de empresa, 39% muestra que sí. (Ver figura 26)

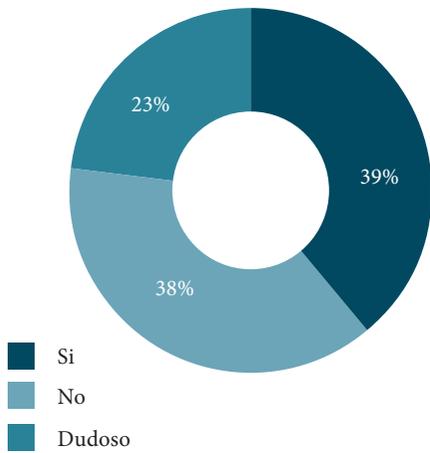


Figura 26. Educación en hábitos saludables.

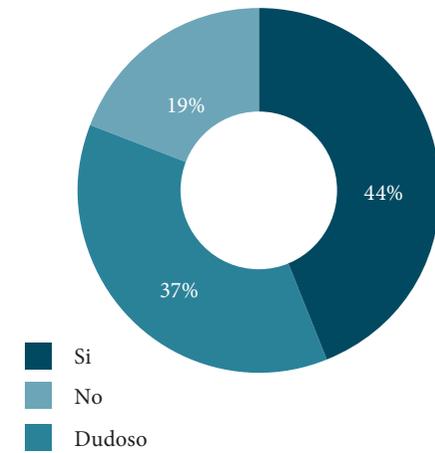


Figura 29. Control en el consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares.

Para el ítem de producción y distribución de alimentos sanos, 36% de los participantes manifiestan que son promocionados en su empresa. (Ver figura 27)

Para el 50% existe en su empresa un programa de control de la exposición a humo de tabaco. (ver figura 30)

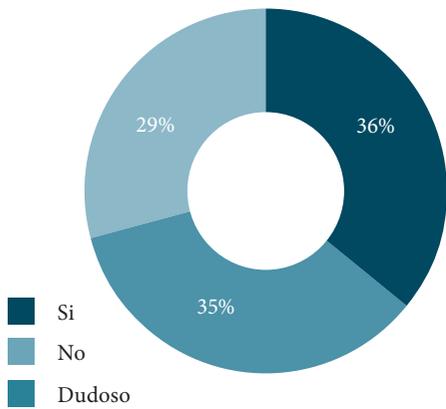


Figura 27. Producción y distribución de alimentos sanos.

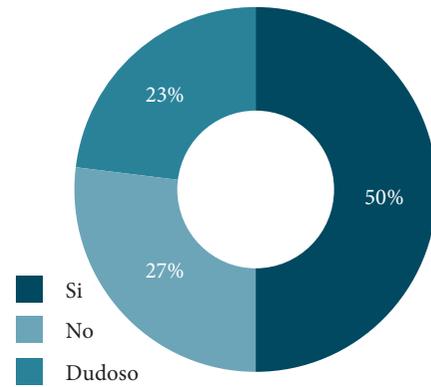


Figura 30. Control a la exposición de humo de tabaco.

En la ingesta de frutas y verduras, 34% refieren que son promocionados en su empresa. (Ver figura 28)

El ítem de la RSE en las empresas revela que 34% de los participantes afirma que es promocionada en su empresa. (ver figura 31)

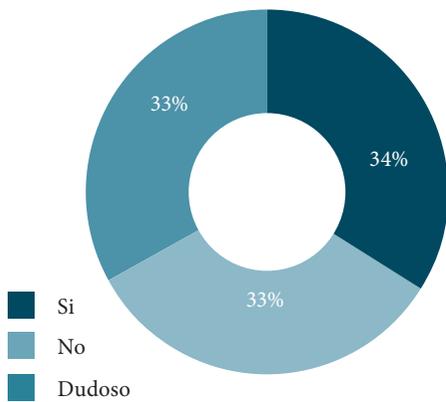


Figura 28. Ingesta de frutas y verduras.

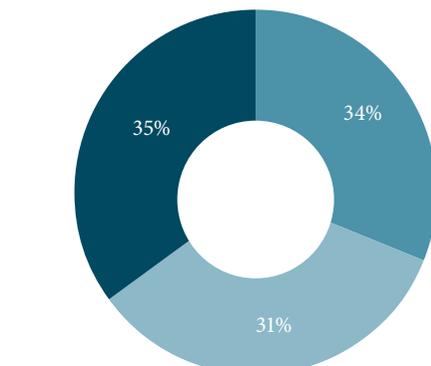


Figura 31. Promoción de la RSE en las empresas.

Para el caso del ítem de control de consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares, 19% de los participantes aceptan que están disponibles en su empresa. (Ver figura 29)

## Discusión

Los hábitos alimenticios y de vida saludable se construyen en torno a la cultura de una determinada sociedad (Becoña, Vázquez y Oblitas, 2004; Forética, Adif y Garrigues Medio Ambiente, 2011; OMS, 2012). Para el caso de la sociedad colombiana, sobretodo en población joven y universitaria, cada vez más la alimentación se prepara fuera de casa y gira en torno a negocios como restaurantes o sofisticados complejos industriales que se encargan de una gran gama de alimentos listos para el consumo, lo que configura estilos de vida y alimentación muy ligados a las dinámicas de la sociedad moderna (Ángel, Martínez, Vásquez y Chavarro, 1999).

En el plano de la salud, lo que preocupa es el contenido de los alimentos y los procesos químicos, de refrigeración, almacenamiento, empaque y comercialización por los cuales pasan, y por lo que se hacen necesarios métodos de vigilancia y control. El problema del exceso de peso, sea como sobrepeso o como obesidad, aumenta desmedidamente en el mundo a causa del consumo de alimentos disponibles en el comercio con altos niveles de grasas trans, saturadas, azúcares y sal, que implica un consumo masivo, rápido y económico (OMS, 2014). Lo anterior se agrava cuando se une a la falta de actividad física y el sedentarismo, algo convertido en cotidiano para las personas en el siglo XXI.

La Organización Mundial de la Salud concibe la obesidad y los desórdenes alimenticios como un problema de salud pública, por lo que medidas de promoción y prevención y de vigilancia deben ser institucionalizadas en todos los ámbitos sociales, siendo las empresas uno de las esferas de mayor concentración de tales estrategias. Existen políticas y marcos normativos a nivel nacional e internacional como la resolución de la 57ª Asamblea mundial de la salud denominada “Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud” (2004) y la Ley 1355 de 2009 para el país, los cuales urge implementar y poner en ejecución. En este marco normativo, los organismos internacionales, las ONG y los gobiernos han tomado medidas para prevenir la obesidad, incluyendo a las empresas a través de su dinámica de RSE. Como respuesta, la promoción de hábitos de vida saludables así como la producción, publicidad y comercialización adecuada de los alimentos, se suman a la educación a la población frente a este tema. Los gremios empresariales a nivel nacional cumplen también un papel importante en el impulso de políticas de responsabilidad social empresarial que buscan articular programas que generen más bienestar y salud entre los trabajadores y la sociedad en general (Leguizamón, Herrera y Uribe, 2015).

La relación entre las incapacidades laborales y la falta de hábitos saludables en dieta, actividad física y ENT significan hoy elevados costos para el Sistema de salud, las empresas y las personas mismas. Sin que esta relación esté suficientemente esclarecida, hay a simple vista una sobrecarga para el Sistema de Salud y las empresas mientras para las personas representan detrimento de sus capacidades y competencias. Ese deterioro de la calidad de vida y de los años de disfrute de la misma ya se encuentra determinado por la cantidad de Avisas<sup>4</sup>, es decir la pérdida de tiempo vital por incapacidad o muerte, sin contar el impacto negativo en la disminución de los ingresos familiares.

## Conclusiones

La encuesta exploratoria y los resultados arrojados presentan que: 1) se encuentran relaciones de dependencia entre el conocimiento de la RSE y la obesidad, lo que tiene implicaciones importantes en cuanto a la tarea que en este ámbito tienen las empresas y las organizaciones; 2) se evidencia que la mayoría de los participantes refieren que las empresas donde trabajan, sean de carácter público o privado, no cumplen a cabalidad con lo establecido por la ley colombiana, 1355 del 2009, en la promoción de hábitos saludables al mismo tiempo que existe un desconocimiento del 91% de la norma en mención; 3) que tampoco proveen de recursos físicos ni formulan estrategias de hábitos saludables en el consumo de frutas y verduras; 4) el estudio demuestra que buena parte de las 68 empresas encuestadas no ofrecen estructuras suficientes (políticas, programas de prevención, capacitaciones, cafeterías) para llevar a cabo estrategias para reducir y prevenir la obesidad y sus consecuente repercusión en las ENT; 5) es interesante observar, que al parecer las empresas han destinado esfuerzos en el tema de Responsabilidad social con comunidades vulnerables externas, con el medio ambientales y en el clima laboral, pero han dejado de lado fomentar condiciones que garanticen entornos saludables y, en general, derechos de los trabajadores en cuestiones de bienestar; 6) el tema de RSE parece ser más conocido y aplicado en el sector privado que en el sector público; 7) respecto

4. Indicador de carga de enfermedad, el cual se mide a través de los Avisas o años de vida ajustados por discapacidad (*Disability-Adjusted Life Year* o *DALY* por sus siglas en inglés). La carga de enfermedad es un indicador complejo que permite cuantificar la brecha existente entre el estado de salud de una población y un *Gold* estándar, e incluye la suma de años de vida perdidos por mortalidad prematura y años de vida vividos con discapacidad. Un Avisa se puede interpretar como la pérdida de un año de vida saludable vivido, y la carga de enfermedad correspondería al intervalo entre el estado de salud actual y la situación ideal donde todas las personas viven dentro de una determinada edad, libres de enfermedad y discapacidad. Tomado de Ensin-Encuesta de salud nutricional Colombia (2010, pp.14-16).

a la formación de hábitos saludables -incremento de la actividad física y la dieta con inclusión de frutas y verduras-, la mayor influencia proviene de internet y la consulta individual; 8) La poca visibilidad de políticas como la Ley 1355 de 2009 sobre "La prevención de la obesidad", que se desconoce en el 91% de las personas encuestadas.

Frente a lo anterior, se considera que las empresas deben hacer una revisión de sus políticas empresariales en la búsqueda de espacios que permitan la promoción de actividades saludables dentro del entorno laboral, empezando por la capacitación, la generación de comportamientos y hábitos saludables de alimentación, inclusión de frutas y verduras en la dieta, así como de la realización de actividades físicas y pausas activas que eviten largos periodos de tiempo de inactividad. De acuerdo con ello, debe pensarse en las implicaciones que representa para la salud pública colombiana, debido a que se muestra que las personas que conocen mejor sobre este tipo de políticas presentan mayores comportamientos saludables en cuanto a la actividad física, la alimentación, así como preocupación por su estado de salud.

## Referencias

- Ángel, L. A., Martínez, L. M., Vásquez, R., y Chavarro K. (1999). "Hábitos y actitudes alimentarias en estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia" *En Acta Médica Colombiana*, 24 (5), pp. 202-208. Disponible en: <http://www.actamedicacolombiana.com/anexo/articulos/05-1999-04.pdf>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholders Approach*. Boston: Pitman Series in Business and Public Policy.
- Forética, Adif y Garrigues Medio Ambiente. (2011). *Estudio sobre el estado de la RSE en las empresas públicas 2011*. Disponible en: [http://www.gestrategica.org/templates/listado\\_recursos.php?id\\_rec=695&id\\_cl=1](http://www.gestrategica.org/templates/listado_recursos.php?id_rec=695&id_cl=1)
- International Standard Organization (ISO) (2010). *Nueva Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad social*. Disponible en: <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>
- Leguizamón, L. R. y Herrera Parrado, C. V. (2015). *Responsabilidad social y empresarial frente al fenómeno de la obesidad*. Trabajo de Grado, Facultad de Estudios a Distancia (Faedis) de la Universidad Militar Nueva Granada. Dirigido por Carlos A. Uribe Vargas. Grupo de Investigación Proppio, Línea de Investigación Responsabilidad social-RSE. Disponible en: [http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/](http://repository.unimilitar.edu.co:8080/bitstream/10654/7636/1/PIC%20Responsabilidad%20Social%20y%20Empresarial%20Frente%20a%20Fen%C3%B3meno%20de%20la%20Obesidad%20.pdf)
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2010). *Encuesta Nacional de la Situación Nutricional-Ensin-2010*. Disponible en: <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/Resumenfi.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Dirección de epidemiología y demografía grupo Asis. *Análisis de situación de salud según regiones Colombia*. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/An%C3%A1lisis%20de%20situaci%C3%B3n%20de%20salud%20por%20regiones.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2014). *Análisis de situación de salud Colombia 2014*. Disponible en: [https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/ASIS\\_2014\\_v11.pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/ASIS_2014_v11.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. (2014). *Organización Mundial de la Salud- ENT Perfiles de los países, 2014*. Disponible en: [http://www.who.int/nmh/countries/col\\_es.pdf?ua=1](http://www.who.int/nmh/countries/col_es.pdf?ua=1)
- Organización Mundial de la Salud (2012). *Obesidad y sobrepeso (2012)*. Nota descriptiva N°311. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Organización Mundial de la Salud-OMS. (2004). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud- 2004*. Disponible en: [http://www.who.int/dietphysicalactivity/strategy/eb11344/strategy\\_spanish\\_web.pdf](http://www.who.int/dietphysicalactivity/strategy/eb11344/strategy_spanish_web.pdf)
- Pascual de Riquelme, M. I., Peñalosa, M. E., y López, D. M. (2015). "El consumo socialmente responsable en el mercado colombiano" *En Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XI (20), pp. 61-70. Disponible en: [http://www.uelbosque.edu.co/publicaciones/cuadernos\\_latinoamericanos\\_administracion/volumen-xi-numero-20-2015](http://www.uelbosque.edu.co/publicaciones/cuadernos_latinoamericanos_administracion/volumen-xi-numero-20-2015)
- Porter, M. & Kramer, M. R. (2006). *Strategy and Society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility*. Boston: Harvard Business Review.
- República de Colombia. Ley 1355 de 2009. Disponible en: [http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1355\\_2009.htm](http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm)
- Rivera H. A. y Malaver, M. N. (2011). *La organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. Documento de Investigación de la Facultad de Administración de la Universidad El Rosario. Bogotá: Ediciones Universidad El Rosario. Disponible

en: [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/a0/a019d4bc-3670-4966-881c-ccaabf47d85c.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/a0/a019d4bc-3670-4966-881c-ccaabf47d85c.pdf)

Sabogal Aguilar, J. (2008). “Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial” En *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVI (1), 179-195. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90916113>

Universidad Militar Nueva Granada. (2014). Consultorio Empresarial. Facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas. Disponible en: <http://www.>

[umng.edu.co/web/guest/programas-academicos/facultad-ciencias-economicas/consultorio-empresarial](http://www.umng.edu.co/web/guest/programas-academicos/facultad-ciencias-economicas/consultorio-empresarial)

Velásquez, L. (2014). *Encuesta Responsabilidad social empresarial en la prevención de la obesidad*. Disponible en: <http://encuestas.umng.edu.co/lime-survey/index.php/269157/lang-es>

Vives, A y Peinado-Vara, E. (Edit.). (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36193698>

