



Tenderos y sus familias: Sector vulnerable al desarrollo de enfermedades crónicas ante un ambiente obesogénico

■ Introducción

México tiene una de las tasas más altas de prevalencia de sobrepeso, obesidad (75% en adultos),¹ diabetes (15.8% en adultos, entre estos 10.4% ha sido diagnosticada y 5.4 % no)² e hipertensión (49% en adultos).³

Además, las enfermedades cardiovasculares son la principal causa de mortalidad en el país⁴, sobre las que se ha identificado al sobrepeso y obesidad como principales factores de riesgo.⁵



La obesidad no es resultado de los malos hábitos alimentarios y las decisiones individuales, es consecuencia de un conjunto de factores sociales, políticos, económicos y culturales con los que se promueven prácticas alimentarias encaminadas a la ganancia de peso. Asimismo, el “ambiente obesogénico”, el cual se caracteriza por la alta y variada oferta de productos ultraprocesados de mala calidad, la baja disponibilidad de alimentos naturales, la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a las infancias, entre otros ; es un factor de riesgo importante que conduce al exceso de peso.⁶

En los ambientes obesogénicos, los trabajadores de pequeñas tienditas de abarrotes y sus familias se encuentran especialmente vulnerables. Durante su larga jornada laboral están constantemente expuestos a la alta oferta de productos ultraprocesados y a su publicidad, lo que pone en riesgo su salud. Este fenómeno motivó el presente trabajo cuyo objetivo fue explorar el papel del ambiente alimentario en el desarrollo de enfermedades crónicas en trabajadores de tienditas de abarrotes y sus familias.

■ Metodología

Población de estudio

- Dueños y/o familiares de tiendas de abarrotes.
- Zona urbana y rural.
- Segmento socioeconómico bajo.
- Ciudad de México, Puebla y Veracruz.

El estudio se realizó durante los meses de abril y mayo del 2022, en dos fases:

Fase 1	Fase 2
En la fase cualitativa, durante el mes de abril, se realizaron 4 grupos focales en los que participaron dueños de tienditas y/o familiares de nivel socioeconómico bajo, en área urbana y rural de la zona metropolitana de la Ciudad de México.	En la fase cuantitativa, en el mes de mayo, se levantaron un total de 800 entrevistas a dueños de tienditas o familiares: <ul style="list-style-type: none"> • 300 en Ciudad de México • 300 en Puebla • 200 en Veracruz

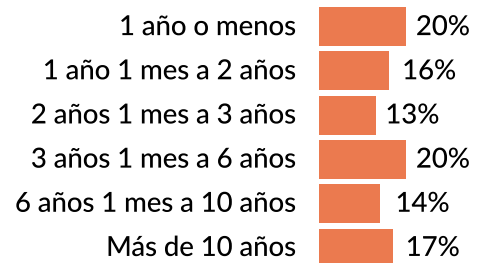
■ Resultados

Características de la población, jornadas laborales y estilos de vida

Datos generales de la población que atiende la tiendita

Dueños de tienditas	
Si	54%
No, soy familiar	46%
Género	
Hombres	40%
Mujeres	60%
Edad	
18 a 39 años	45%
40 a 59 años	39%
60 años o más	16%

Tiempo de antigüedad de la la tiendita



Tiempo promedio: 6.3 años

Largas jornadas de trabajo

Por lo general, los dueños de las tienditas sienten cierta independencia y control sobre sus propios tiempos al atender su negocio, sin embargo, expresan sentirse absorbidos por la responsabilidad de manejarlo. Las jornadas de trabajo suelen ser largas y agotadoras, por lo que, las personas que atienden las tienditas suelen descuidar su vida social y convivencia familiar, tienen una sensación “de vivir para la tienda”, lo que a menudo les genera ansiedad y estrés, así como una mayor desorganización en sus horarios y hábitos alimenticios.

“Abrimos a las 7 de la mañana ... nos la pasamos de las 7 de la mañana a las 10 de la noche. Solo los domingos abro hasta las 4 de la tarde... Con mi esposa comemos allí, tenemos un espacio...”
(Hombre, zona rural)

En promedio, las y los tenderos pasan 10.3 horas en la tienda, algunos hasta más de 12 horas.



Estilos de vida

A lo largo de los años, el oficio de la mayoría de las y los tenderos impacta en su estilo de vida. Adoptan soluciones prácticas a sus necesidades personales -como la alimentación y el descanso- con la idea de no desatender el negocio. Suelen adaptar sus espacios, incluso con la instalación de parrilla u horno de microondas para cocinar o calentar sus alimentos.

El 53% no practica algún deporte o actividad física adicional al esfuerzo físico del trabajo en tienda.

Hábitos y frecuencia de consumo

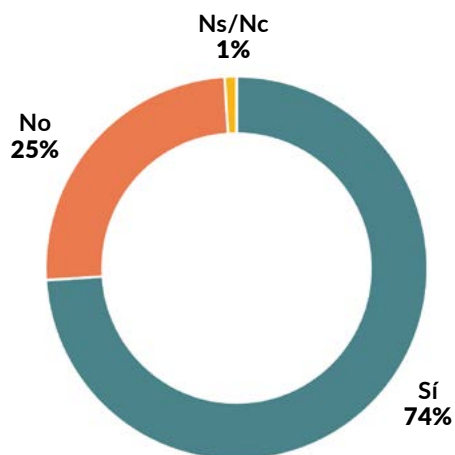
Los dueños de tienditas o familiares que atienden el negocio cuentan con un tiempo reducido o nulo para cocinar, por lo que, priorizan la practicidad al momento de tomar decisiones sobre el consumo de sus alimentos diarios.

“En mi caso disminuyó la comida sana y luego ando en la calle y como una torta o comida chatarra. Que se convierte en necesidad”
(Hombre, zona urbana)

74% de los tenderos encuestados declara que sí consumen productos de su tienda. El 38% lo hace diariamente.



Autoconsumo de productos de la tiendita



Motivos que detonan el autoconsumo:

Para completar los alimentos que se consumen diariamente

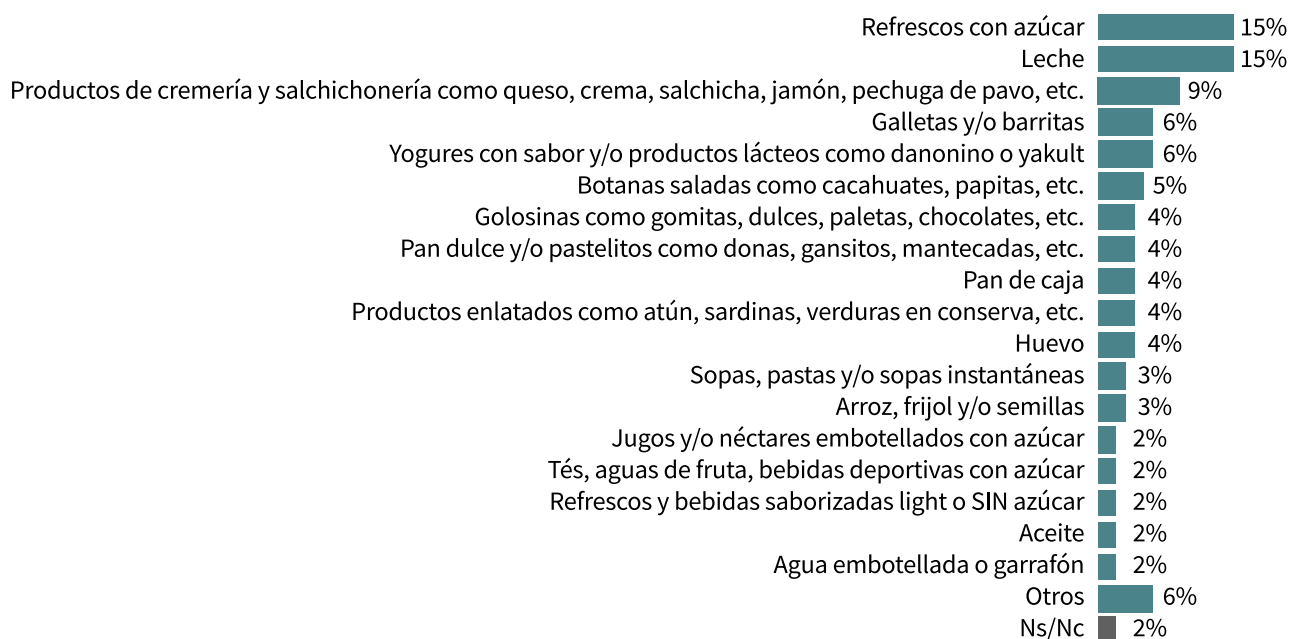
Para refrescarse e hidratarse

Para subir la energía tras el cansancio del día y sensación de agotamiento

Para saciar sensación de hambre y antojo

Para liberar el estrés y ansiedad generados por el manejo del negocio

Productos que tenderos consumen de la tiendita



Hay una marcada tendencia de consumo, las y los tenderos consumen los productos de su local entre comidas para satisfacer antojos, calmar el estrés o la ansiedad que les provocan los tiempos muertos, la inactividad o simplemente para retomar la energía y el ánimo.

“Como un desestrés, cuando me siento ansioso, estresado, ya agarro unas papas y listo. Eso me calma”.
(Hombre, zona urbana)

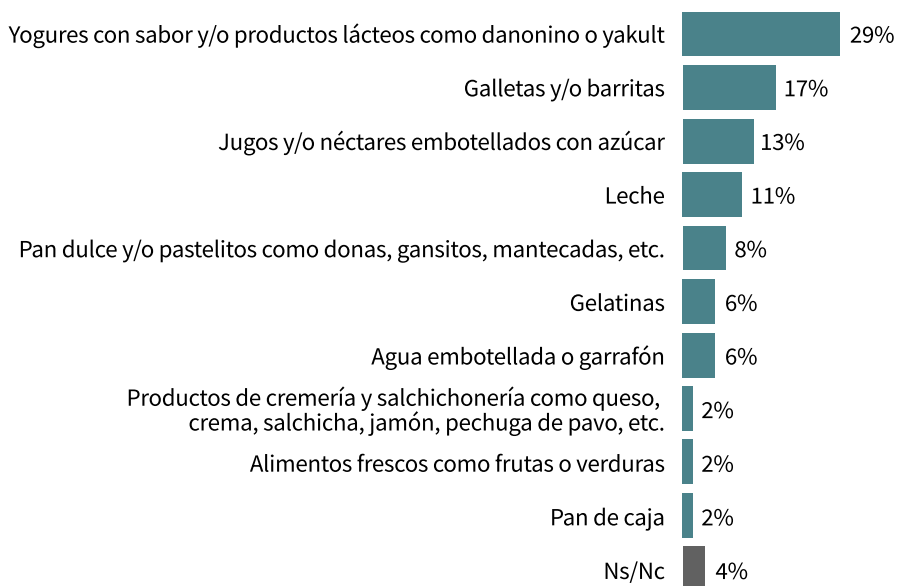
“Lo mío es el chocolate, me gusta comerme un pastelito en las tardes, no debería porque soy prediabética, pero no puedo evitarlo”.
(Mujer, zona urbana)

“Diario me tomo una Coca-Cola de litro y medio para subirme la pila”.
(Hombre, zona rural)

“Cuando hay poca gente agarro unas papas, un dulce o un refresco, eso como que me calma”.
(Hombre, zona rural)

Así mismo, del total de personas que declararon tener hijos, el 28% mencionó que sus hijos sí se llevan a la escuela productos de la tienda como parte de su lunch. Entre los productos que más se mencionaron se encuentran: los yogures con sabor y/o productos lácteos, galletas y/o barritas.

Productos que hijos de tenderos consumen de la tiendita para el lunch



- **El tendero es vendedor y consumidor a la vez.**
- **El autoconsumo** de los productos disponibles en la tienda **es una práctica muy habitual y cotidiana.**
- **Destaca un descontrol en la gestión de la tienda,** no se lleva un inventario preciso de lo que se vende, ni de lo que consumen ellos y su familia.

Impacto de la tienda en su salud y las enfermedades crónicas

La mayoría de los tenderos reconocen que tener una tienda como su principal forma de trabajo ha implicado cambios en su salud, identifican un antes y un después de trabajar en la tienda. En general hay tendencia al sobrepeso u obesidad.

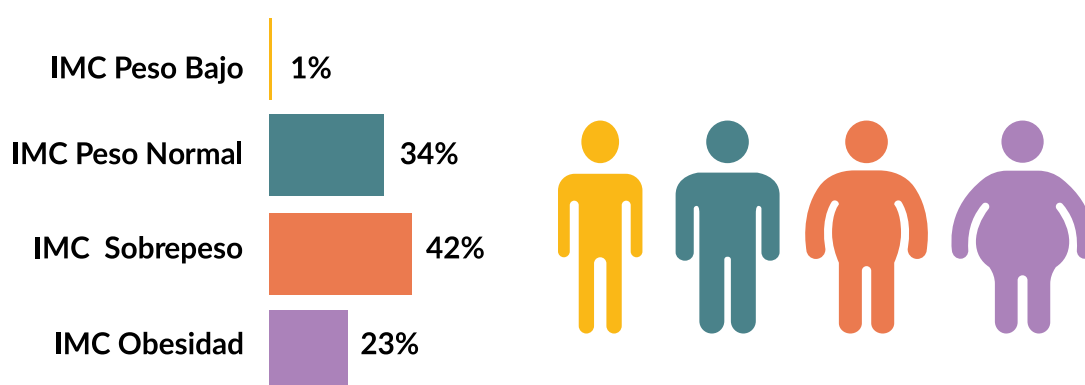
Me preocupa la salud por el hecho de que cambié mi alimentación desde que tengo la tienda y yo soy el que peor come de la familia, soy muy comelón... sí tengo que mejorar mi alimentación, pero me es muy difícil.
(Hombre, zona rural)

“Yo tengo diabetes desde antes de la tienda, debo cuidarme, pero a veces no lo hago, ahí tiene uno la tentación, pero me siento bien”.
(Mujer, zona rural)

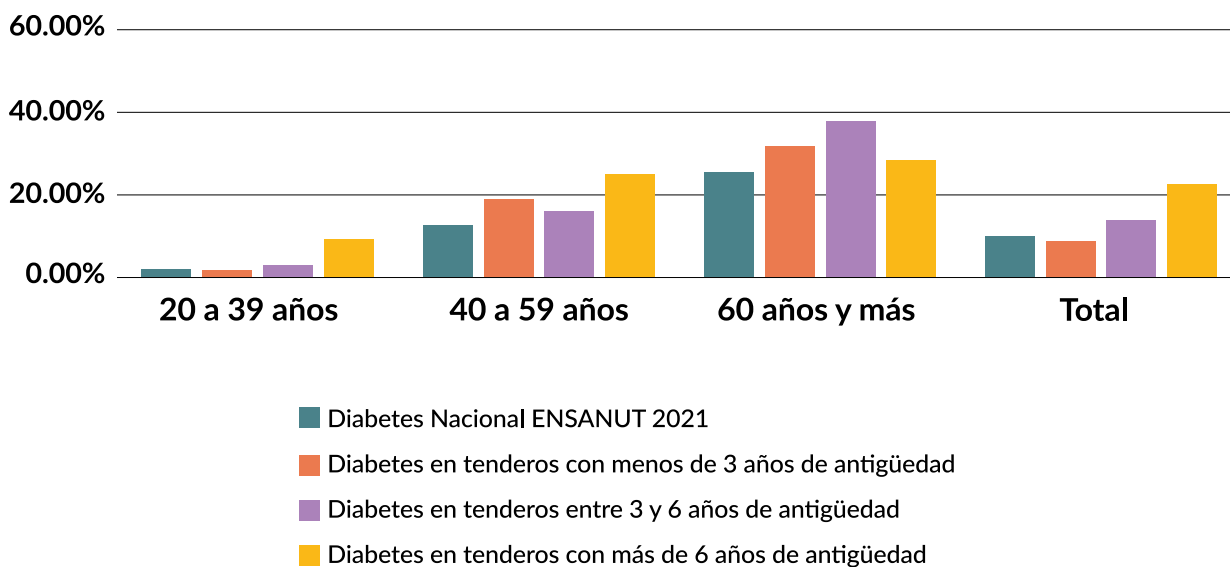
La diabetes aumenta en relación a la antigüedad de tiempo de trabajo en la tiendita. Se observó que la diabetes diagnosticada en aquellas personas, mayores de 20 años, con una antigüedad en el local de más de 3 años (14.1%) fue mayor a la diagnosticada a nivel nacional (10.4%)². A los 6 años o más de antigüedad, la prevalencia aumentó hasta 22.9%.

El 62% de las y los tenderos menciona que no cuenta con ningún seguro médico como INSABI, IMSS, ISSSTE, PEMEX, Ejército o Marina, instituciones privadas o algún otro.

Índice de Masa Corporal (IMC) por autoreporte de los tenderos

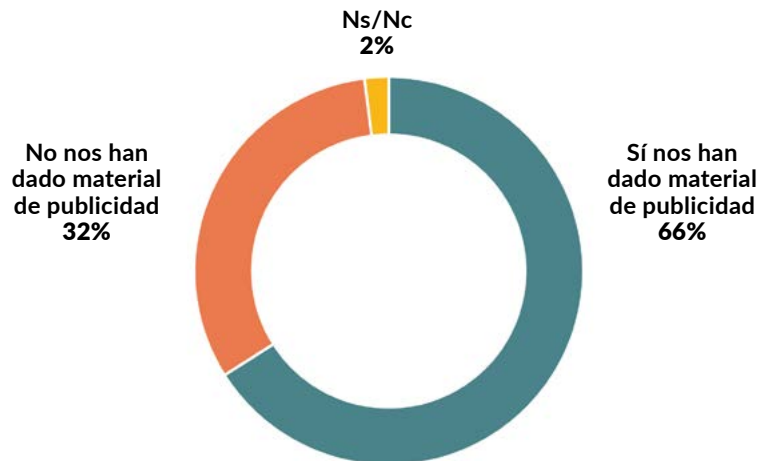


Diabetes diagnosticada en las, los tenderos de acuerdo con los años de antigüedad en el puesto



Publicidad y estrategias de comercialización en tienditas

El 66% de la población encuestada menciona que, en el último año, las empresas de los productos que se venden en su tienda les han dado material de publicidad para mostrar en el establecimiento.



La publicidad en la tiendita no solo representa la **posibilidad de generar o incrementar sus ventas**, sino también, de convertirse en una **tentación** para las personas encargadas. Por ejemplo, si un producto es nuevo, los tenderos lo prueban por curiosidad y para saber cómo responder a las preguntas de la clientela.

“Probar el producto nuevo es algo que acostumbro a hacer porque luego el cliente pregunta y yo al responder puedo hacer que lo compre, es una ventaja que yo veo”.

(Mujer, zona urbana)

■ Conclusiones

Los resultados del presente estudio son un primer acercamiento a la exposición constante, tanto de los dueños de tienditas como sus familias, al ambiente obesogénico; lo que, podría estar contribuyendo a empeorar sus condiciones de salud y hacerlos más propensos a la presencia de enfermedades crónicas.

Los participantes del estudio han reportado que tienen largas jornadas de trabajo que rebasan, incluso, las 12 horas. Este hallazgo repercute en su salud, debido a que disponen de menos tiempo para realizar actividad física y están mayormente expuestos a la oferta de productos poco saludables. En consecuencia, se promueve un mayor consumo de productos de baja calidad nutrimental⁷ que, regularmente, se consumen por el estrés de las largas jornadas o por la necesidad de cubrir con algún antojo.

3 de cada 4 encuestados reportaron consumir algún producto de su tienda, principalmente bebidas azucaradas, leche, embuditos, galletas y lácteos como yogures endulzados. De igual forma, aquellas personas que reportaron tener hijos o hijas mencionan que estos consumen alimentos similares durante el lunch escolar. Estos grupos de alimentos, -que reportaron consumir cotidianamente- contienen exceso de azúcares, grasas saturadas y sodio, nutrientes que se encuentran relacionados con el desarrollo de enfermedades crónicas como la diabetes, hipertensión y otras cardiovasculares, así como un mayor riesgo de mortalidad por estas causas.⁸⁻¹¹

Se encontró que, la población estudiada tiene una tendencia al sobrepeso y obesidad. Asimismo, se observó un aumento en las enfermedades crónicas en relación a la antigüedad de tiempo de trabajo en la tiendita, independientemente del rango de edad. En relación a estos resultados, se encontró que la diabetes diagnosticada resultó por encima del promedio nacional (10.4%)² a partir de los 3 años de atender la tiendita (14.1%) y se duplica en aquellos con 6 años o más de antigüedad (22.9%).

Finalmente, se reportó que cerca del 62% de la población encuestada no cuenta con algún servicio de salud, la cifra es aún más alta a la obtenida en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2021 (54%).² Lo anterior, los hace vulnerables al diagnóstico oportuno de enfermedades crónicas y a sus complicaciones.

El no tener ningún tipo de seguridad social, el cumplir con largas jornadas trabajo y la incidencia mayor de enfermedades en las personas con antigüedad, podrían ocasionar el desarrollo de complicaciones médicas, y a su vez, aumentar el riesgo de empobrecimiento de los hogares por el alto costo que representa el atenderse, disminuyendo, aún más, la calidad de vida de las familias que tienen como principal fuente de ingreso lo obtenido en las tiendas.

Por lo tanto, el presente estudio reafirma que una mayor y constante exposición a ambientes alimentarios obesogénicos podría estar aumentando el riesgo a desarrollar enfermedades crónicas. Las, los tenderos y sus familias podrían ser más vulnerables debido a que el estrés que les generan las largas jornadas de trabajo y el sedentarismo, las y los llevan al consumo habitual de productos de baja calidad como consecuencia de una mayor oferta y exposición a la publicidad de estos productos.

Si bien, el presente estudio no puede ser representativo de la población general, los resultados demuestran la importancia de considerar la implementación y fortalecimiento de acciones para disminuir el impacto del ambiente obesogénicos sobre la salud de la población.

■ Recomendaciones

- Ampliar la investigación que nos acerque a conocer las condiciones alimentarias de las poblaciones más vulnerables.
- Promover la salud y nutrición en entornos cautivos como escuelas y centros de trabajo.
- Regular la publicidad de alimentos y bebidas industrializadas, principalmente la dirigida a menores de edad.
- Aumentar los impuestos a productos de baja calidad nutrimental y bebidas azucaradas.
- Dar seguimiento a la implementación del etiquetado frontal de advertencias establecida en la Norma Oficial Mexicana 051.
- Desarrollar campañas en medios de comunicación masivos y a nivel nacional para concientizar a la población sobre los factores de riesgo de enfermedades crónicas.
- Fomentar la actividad física a través del transporte activo y estilos de vida.



■ Referencias bibliográficas

1. Barquera S, Hernández-barrera L, Trejo-valdivia B. Obesidad en México , prevalencia y tendencias en adultos . Ensanut 2018-19. Salud Publica Mex. 2020;62(6):11.
2. Shamah-Levy T, Romero-Martínez M, Barrientos-Gutiérrez T, Cuevas-Nasu L, Bautista-Arredondo S, Colchero M, et al. ENCUESTA NACIONAL DE SALUD Y NUTRICIÓN 2021 SOBRE COVID-19. Resultados Nacionales [Internet]. Cuernavaca, Morelos. México; 2022. Disponible en: https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/doctos/informes/220804_Ensa21_digital_4ago.pdf
3. Campos-Nonato I, Hernández-Barrera L, Oviedo-Solís C, Ramírez-Villalobos D, Hernández B, Barquera S. Epidemiología de la hipertensión arterial en adultos mexicanos: diagnóstico, control y tendencias. Ensanut 2020. Salud Publica Mex. 2021;63(6).
4. Insitute for Health Metrics and Evaluation (IHME). Global Burden Disease Compare Data Visualization. Seattle, WA: IHME; 2019.
5. Organización Mundial de la Salud. Obesidad y sobrepeso [Internet]. 2020 [Consultado el 02 de Sep 2022]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
6. El Poder del Consumidor A. C. EL AMBIENTE OBESIGÉNICO entre el poder legislativo y el ejecutivo [Internet]. Ciudad de México; 2007. Disponible en: <https://www.elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/0712-manifiesto-salud-alimentaria.pdf>
7. ICEAN R. Ambiente alimentario [Internet]. 2013 [Consultado el 28 de Ago 2022]. Disponible en: <https://www.fao.org/red-icean/temas/ambiente-alimentario/en/#:~:text=Entre las medidas para promover,escuelas y lugares de trabajo>
8. Aburto TC, Pedraza LS, Sánchez-Pimienta TG, Batis C, Rivera JA. Discretionary Foods Have a High Contribution and Fruit, Vegetables, and Legumes Have a Low Contribution to the Total Energy Intake of the Mexican Population. *J Nutr.* 2016;146(9):1881S-1887S.
9. Braverman-Bronstein A, Camacho-García-Formentí D, Zepeda-Tello R, Cudhea F, Singh GM, Mozaffarian D, et al. Mortality attributable to sugar sweetened beverages consumption in Mexico: an update. *Int J Obes (Lond).* 2020 Jun;44(6):1341–9.
10. Marrón-Ponce JA, Flores M, Cediel G, Monteiro CA, Batis C. Associations between Consumption of Ultra-Processed Foods and Intake of Nutrients Related to Chronic Non-Communicable Diseases in Mexico. *J Acad Nutr Diet.* 2019 Nov;119(11):1852–65.
11. Vargas-Meza J, Cervantes-Armenta MA, Campos-Nonato I, Nieto C, Marron-Ponce JA, Barquera S, et al. Dietary sodium and potassium intakes: data from the Mexican National Health and Nutrition Survey 2016. *Nutrients.* 2022;14:281.



EL PODER DEL CONSUMIDOR

www.elpoderdelconsumidor.org

Septiembre 2022