



PROGRAMAS DE ALIMENTACIÓN Y ESTILOS DE VIDA EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS



Fundación **MAPFRE**

Programas de alimentación y estilos de vida en las empresas españolas

Equipo investigador:

María Achón y Tuñón
Elena Alonso Aperte
Alejandra Carretero Krug
Ángela García González
Gregorio Varela Moreiras (Coordinador)

Área de Nutrición y Bromatología

Departamento de Ciencias Farmacéuticas y de la Salud. Facultad de Farmacia.

Universidad CEU San Pablo (Madrid)

Julio de 2021



Fundación **MAPFRE**

Sumario

1. Introducción y Objetivos	3
2. Metodología	6
3. Resultados	7
3.1. Características de la muestra	7
3.2. Organización y estructura empresarial general en políticas de salud	9
3.3. Organización y estructura empresarial en alimentación saludable	9
3.4. Estrategia y ejecución empresarial en alimentación saludable	10
3.5. Formación e intervención en alimentación saludable en la empresa	17
3.6. Organización y estructura empresarial en Actividad Física	25
3.7. Estrategia y ejecución empresarial en Actividad Física	26
3.8. Estrategia y ejecución empresarial en COVID-19	30
4. CONCLUSIONES	33
5. RESUMEN E IDEAS CLAVE	35
6. BIBLIOGRAFÍA	37
Anexo: Cuestionario	38

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Una alimentación y estilo de vida saludables son factores determinantes tanto en la calidad de vida como en la cantidad de años que se cumplen. También son factores clave en el rendimiento diario en el trabajo. Salud y trabajo van indisolublemente unidos. Puesto que la alimentación es uno de los elementos que afectan a la salud, es muy importante adaptarla a la actividad laboral, para mejorar el rendimiento, reducir la fatiga y el absentismo (1). Los adultos invierten trabajando, aproximadamente, la mitad del período de vigilia; un tercio de las horas del día. Además, una jornada de trabajo, en un entorno mediterráneo como es España, está estructurada en buena medida en torno a las comidas y los refrigerios: descansos para el café, horas de almuerzo, pausas para la merienda y, más recientemente, visitas a los dispensadores o máquinas “vending” de alimentos y bebidas. La pausa para el café o para comer constituyen, sin duda, el momento social y de relación en el trabajo. Estos espacios de tiempo, destinados a comer, pueden ser muy importantes para cumplir con los principios de una alimentación saludable, en los que salud y placer deberían ir unidos. Todo ello, en un entorno de progresivo envejecimiento de la población y obligada reflexión sobre el prolongamiento de la vida laboral y el rendimiento de los trabajadores en diversas etapas (2). Sin embargo, la realidad, en la mayoría de las ocasiones, resulta ser bien distinta, y suele considerarse la alimentación en el trabajo como un aspecto secundario, casi como un “estorbo” al que no se le presta la importancia debida; en definitiva, una oportunidad o tiempo perdidos. Pero lo cierto y evidenciado es que una mala alimentación hace proclive al trabajador a una mayor morbimortalidad, incrementa los costes médicos directos e indirectos, incita al ausentismo y «presentismo» laboral, y va a suponer finalmente unos menores ingresos económicos. Más aún, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que una inadecuada alimentación en el trabajo causa pérdidas de hasta el 20% en la productividad, tanto por la desnutrición, como por exceso, a nivel mundial.

Hay muy diferentes tipos de trabajo, que exigen también que las recomendaciones y acciones a desarrollar sean distintas. Por ejemplo, los trabajos sedentarios, los más frecuentes en la actualidad en nuestra sociedad española, suponen un gasto energético relativamente bajo; al mismo tiempo, hay trabajos de gran estrés físico; en estos casos, la dieta debe contener cantidad suficiente de energía como para compensar el gasto que conlleva la actividad, como es la de trabajadores de la construcción, del campo, de la industria del metal, deportistas profesionales, repartidores, etc. Si el estrés es de tipo psíquico, las necesidades calóricas no son tan elevadas como en el caso anterior, y lo verdaderamente importante es que la dieta contenga cantidad suficiente de todos aquellos nutrientes que se relacionan con un buen funcionamiento del sistema nervioso, en definitiva, cuidar lo más posible el equilibrio emocional a través de la alimentación. Un gran reto son especialmente los trabajos por turnos o con horarios especiales, cuyos horarios ponen en riesgo frecuentemente la consolidación de los hábitos alimentarios, o que pueden afectar de alguna manera al denominado reloj biológico, de gran importancia en la actualidad, como demuestra la cronobiología (3). Y en este sentido, es importante recordar que uno de cada cinco trabajadores en Europa está contratado en una modalidad de trabajo por turnos, con un perfil potencial de mayor riesgo de padecer obesidad, diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares, problemas digestivos, trastornos del sueño, depresión y déficit de vitamina D (por falta de exposición a la luz del sol).

La alimentación en el trabajo, y los estilos de vida asociados, nunca deberían considerarse como un gasto, o una pérdida de tiempo, sino como una inversión presente y futura, tanto a nivel individual como colectivo. Afortunadamente, cada vez son más las empresas conscientes de la influencia positiva de un estado nutricional y de salud óptimo de sus empleados, sobre la mejora de los índices de productividad en el trabajo, tanto físico como intelectual, como refleja el Plan de Acción 2019-2020 de la última Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo 2015-2020 (4).

Ya en el año 2007, la Asamblea Mundial de la Salud de la OMS dio su apoyo al nuevo “Plan de acción mundial sobre la salud de los trabajadores 2008-2017” (5), con el objeto de dar un nuevo impulso a la acción de los Estados Miembros. Y debe recordarse que la OMS define la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. De acuerdo con esto, se define entorno de trabajo saludable como “aquel en el que los trabajadores y el personal superior colaboran en la aplicación de un proceso de mejora continua para proteger y promover la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y la sostenibilidad del lugar de trabajo”.

Es decir, el lugar de trabajo ya no debe ser simplemente un lugar en el que no se perjudiquen la salud ni el bienestar, sino que cada vez más se debe utilizar incluso como un entorno para la promoción de la salud y las actividades de salud preventivas. Dentro del citado Plan, en su segundo objetivo, se señala “promover y proteger la salud en el lugar de trabajo” y se especifica que es preciso insistir en la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades no transmisibles en el lugar de trabajo, sobre todo fomentando entre los trabajadores una dieta sana y actividad física, así como la promoción de la salud mental en el trabajo. E incluido en el cuarto objetivo, figura “proporcionar datos probatorios para fundamentar las medidas y las prácticas”, y se insiste en reforzar la investigación sobre las necesidades de salud de los trabajadores, promoviendo las investigaciones prácticas y participativas.

Sin embargo, la realidad actual indica que los horarios, la falta de tiempo, las presiones, las largas distancias o simplemente la comodidad, derivan en un empeoramiento de la calidad de vida, que se caracteriza por la falta de actividad física y una mala alimentación. Por ello, es necesario tomar las medidas más adecuadas para mejorar cada uno de los aspectos más sensibles. Así, en los programas de salud laboral, deben tenerse en cuenta todos los determinantes de salud: los factores de riesgo no modificables, como son la edad, el sexo y la genética; los factores de riesgo modificables, como son la hipertensión, obesidad, diabetes, colesterol, etc.; y, por último, los hábitos educables y corregibles, como son una alimentación no adecuada, el sedentarismo, tabaquismo y consumo de alcohol (6, 7).

En cuanto a la relación alimentación y trabajo, es imprescindible además tener en cuenta el ámbito de la restauración colectiva, de la que la mayor parte de los trabajos hacen uso. Cuando se habla de restauración colectiva, el consumidor demanda el placer gastronómico, la variedad de oferta, un buen precio y la accesibilidad, pero además cada vez más se demanda que sea saludable, e incluso de manera creciente aspectos relacionados con la sostenibilidad. Esta demanda es especialmente en los casos en los que este tipo de alimentación puede representar en el trabajador una importante proporción de sus ingestas semanales, desde 5, 10 o incluso 15 ingestas semanales. Otro fenómeno que igualmente cobra cada vez más importancia es la conocida como “comida de *tupper*”, cuyo uso adecuado es cada vez más promocionado y

generalizado (8). Acciones encaminadas a difundir ideas prácticas y saludables en este sentido son muy demandadas por el trabajador.

Sorprendentemente y, a pesar del reconocimiento que en todos los ámbitos y de manera creciente se otorga a la necesidad de un entorno laboral saludable, apenas ha habido estudios en España que hayan evaluado los aspectos concretos de los hábitos alimentarios, estado nutricional, y estilos de vida asociados en trabajadores de diferente tipología (2, 7). Igualmente, no hay estudios que recojan de manera actualizada las acciones que de manera individual se han llevado a cabo por parte de empresas e instituciones en materia de alimentación y nutrición, ni sus posibles conclusiones.

La Universidad CEU San Pablo y la Fundación MAPFRE, han realizado anteriormente proyectos conjuntos que han permitido evaluar en la sociedad española adulta los aspectos sociales de la alimentación, a través de los proyectos desarrollados: “Alimentación y Sociedad en la España del siglo XXI” (9), y más recientemente (10), una actualización y ampliación de este, “Alimentación y Sociedad en la España del siglo. XXI: Decisión Alimentaria”.

En esta ocasión, como **objetivo general**, se pretende analizar algunos aspectos de la alimentación y nutrición en el entorno laboral en España, tanto relativos a la evaluación y diagnóstico de problemas, como al diseño de estrategias o recomendaciones de buenas prácticas de alimentación en dicho entorno laboral, a la luz de las conclusiones extraídas.

Como **objetivos específicos**, se pretende:

- Estudiar la organización y estructuras de las empresas para la promoción de una alimentación saludable, así como estrategias e implementación de estas, incluyendo posibles medidas de formación e intervención.
- Estudiar la organización y posibles estructuras de las empresas para la promoción de la actividad física, así como estrategias y su implementación.
- Estudiar medidas concretas en el entorno laboral relacionadas con el bienestar nutricional de los trabajadores a partir de la pandemia originada por COVID-19.

2. METODOLOGÍA

El estudio tiene un diseño transversal descriptivo, y se ha realizado gracias a un convenio de colaboración entre la Universidad San Pablo CEU y la Fundación MAPFRE.

A partir de estudios previos se diseñó un cuestionario específico (ver Anexo 1) que consta de 93 preguntas, agrupadas en 5 bloques:

- Bloque 1. Identificación y características generales de la empresa.
- Bloque 2. Información general sobre el compromiso de la empresa en cuanto a la política de promoción de la salud y cómo se gestiona.
- Bloque 3. Alimentación saludable: gestión de la alimentación en la empresa y de las políticas de promoción de una alimentación saludable en el ámbito laboral y privado, así como de acciones de atención nutricional a los empleados.
- Bloque 4. Actividad física, políticas de promoción de la actividad física en la empresa. Gestión y planes de formación.
- Bloque 5. Impacto de la COVID-19 en las acciones de promoción de la alimentación saludable. Cambios en infraestructuras y gestión.

El cuestionario fue diseñado utilizando el programa *Forms* de Microsoft, y fue enviado vía online a un total de 128 empresas elegidas por conveniencia en el entorno de los investigadores y de la Fundación MAPFRE, en la intención de hacer un muestreo por “bola de nieve”. El primer envío se realizó en febrero del 2020, y contestaron un total de 14 empresas. El proceso de recogida de datos se paralizó durante el estado de alarma declarado en España a partir del 14 de marzo de 2020, y se retomó en septiembre de 2020. Las empresas fueron contactadas hasta en 3 ocasiones cuando no se contestaba al requerimiento, al fin de garantizar la máxima participación. El proceso de recogida de datos se finalizó en febrero de 2021.

La encuesta debía ser cumplimentada únicamente por la persona de la empresa que se considerase más oportuna (perteneciente al Departamento de Recursos Humanos, o al Departamento de Salud, Riesgos Laborales, etc.). Por tanto, se obtuvo una encuesta por empresa. Debido a las actuales circunstancias, el grado de respuesta fue inferior al inicialmente previsto, y la muestra final quedó constituida por 71 empresas.

Los datos se analizaron estadísticamente mediante el programa SPSSPC v.27.0, describiéndose como medias y desviación estándar en el caso de variables numéricas y como frecuencias en el caso de variables cualitativas. Para una mejor comprensión de los resultados, se estudiaron los mismos en el total de la muestra y de acuerdo con el tamaño de la empresa, clasificándolas de acuerdo a la ley 5/2015, de fomento de la financiación empresarial, (sin tener en cuenta el volumen de facturación) en: microempresa si tenían menos de diez trabajadores, pequeña empresa si tenía un máximo de 49 trabajadores, medianas empresas las que tenían menos de 250 trabajadores y grandes empresas las que sobrepasan los 250 trabajadores.

3. RESULTADOS

3.1. Características de la muestra

La tabla 1 muestra la distribución de las empresas por Comunidad Autónoma, pudiéndose observar que la Comunidad con más representación es la Comunidad de Madrid, donde se ubican el 62% de las empresas participantes en el estudio.

Tabla 1. Distribución de las empresas participantes en el estudio, por comunidades autónomas.

Comunidad	Número de Empresas	Porcentaje
Madrid	44	62,0
Cataluña	7	9,9
Andalucía	5	7,0
Castilla León	4	5,6
País Vasco	3	4,2
Castilla-La Mancha	3	4,2
Comunidad Valenciana	3	4,2
Principado de Asturias	2	2,8
Total general	71	100,0

Por sectores, un 44% de las empresas participantes pertenecen al sector de alimentación y bebidas, distribuyéndose el 56% restante de manera muy variada (gráfico 1).

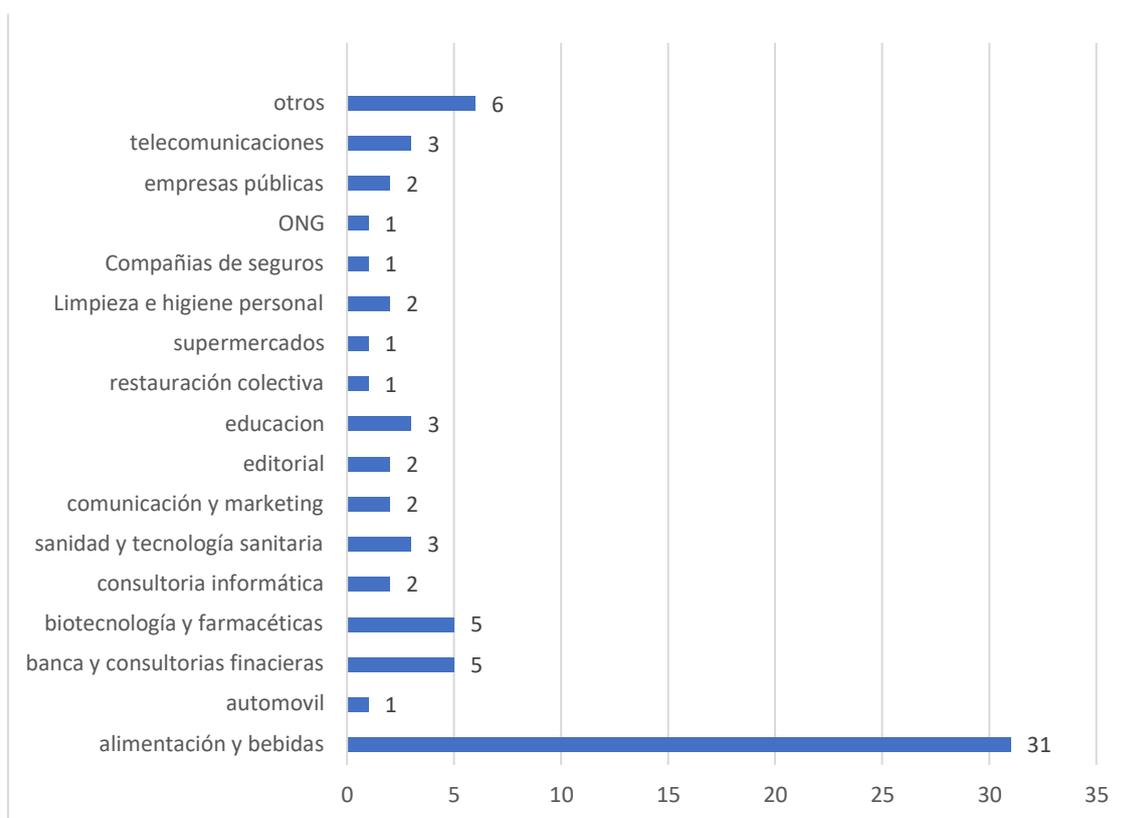


Gráfico 1. Distribución de las empresas participantes según sector de actuación.

Seis empresas de las participantes se encuentran dentro de las 100 empresas españolas de mayor facturación en España.

El número medio de trabajadores (mediana) es de 287 trabajadores, con un mínimo de 3 y un máximo de 250.000. De acuerdo con el tamaño, 7 son microempresas (< 10 trabajadores); 9 pequeñas empresas (entre 10-50 trabajadores) 18 medianas empresas (50-250 trabajadores) y 37 grandes empresas (> 250 trabajadores) (gráfico 2).

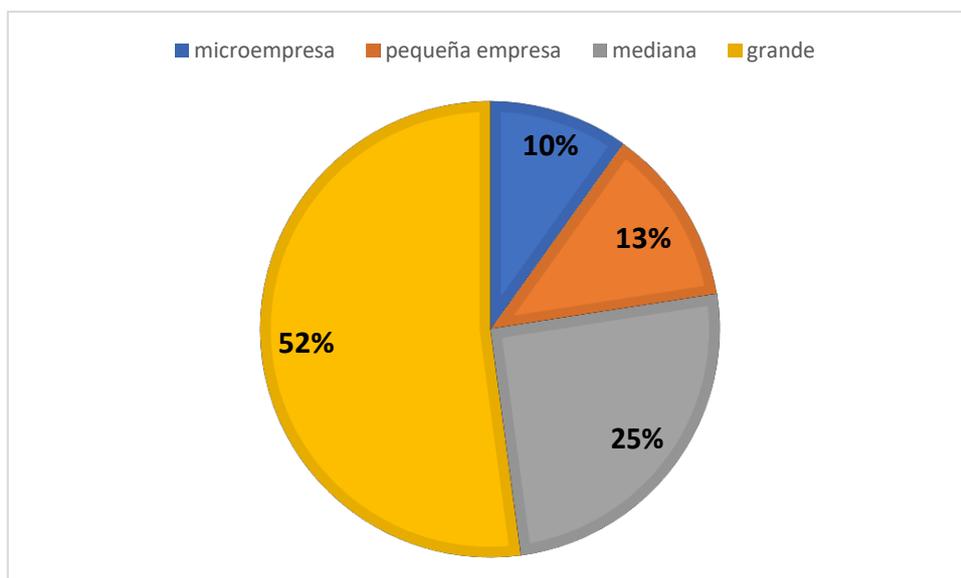


Gráfico 2. Distribución de las empresas participantes de acuerdo con el tamaño de estas. Microempresa < 10 trabajadores; pequeña empresa 10-50 trabajadores; mediana 50-250 trabajadores y grande > 250 trabajadores.

Aproximadamente la mitad de las empresas trabajan por turnos (gráfico 3), y un 60% trabajan en horario continuado.

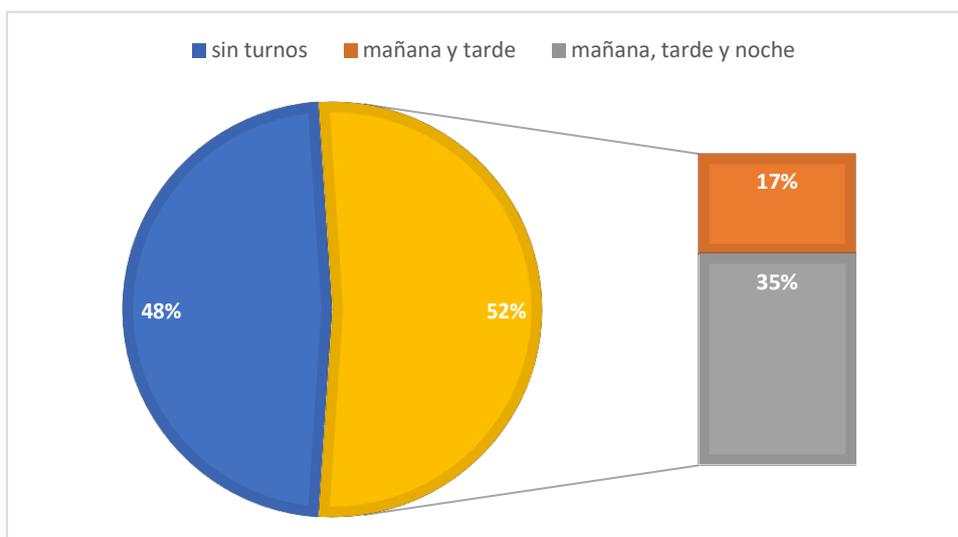


Gráfico 3. Turnos de trabajo (%) en las empresas estudiadas.

3.2. Organización y estructura empresarial general en políticas de salud

De las 71 empresas que han colaborado en el presente estudio, 51 pertenecen a alguna red de empresas saludables de España. Más aún, 66 refieren estar comprometidas y apoyar de forma activa la política de promoción de la salud en el trabajo e iniciativas relacionadas. En esta misma línea, en 66 empresas se informa a los trabajadores acerca de las políticas de promoción de la salud en el trabajo. De forma interesante, 54 empresas dan la oportunidad a sus trabajadores de participar en la elaboración de las políticas de promoción de salud laboral (gráfico 4).



Gráfico 4. Compromiso de las empresas con la promoción de la salud.

3.3. Organización y estructura empresarial en alimentación saludable

Un 30% de las empresas refieren realizar programas de evaluación de las necesidades de sus trabajadores con relación a la salud nutricional. Un 46,5% de las empresas, incluso, cuentan con planes de promoción de alimentación saludable (gráfico 5). El 18% de las mismas lleva más de 10 años con este tipo de acciones, observándose que el interés aumentó especialmente entre los años 2017 y 2019 (gráfico 6), periodo en el que las implementaron 12 empresas de las encuestadas.

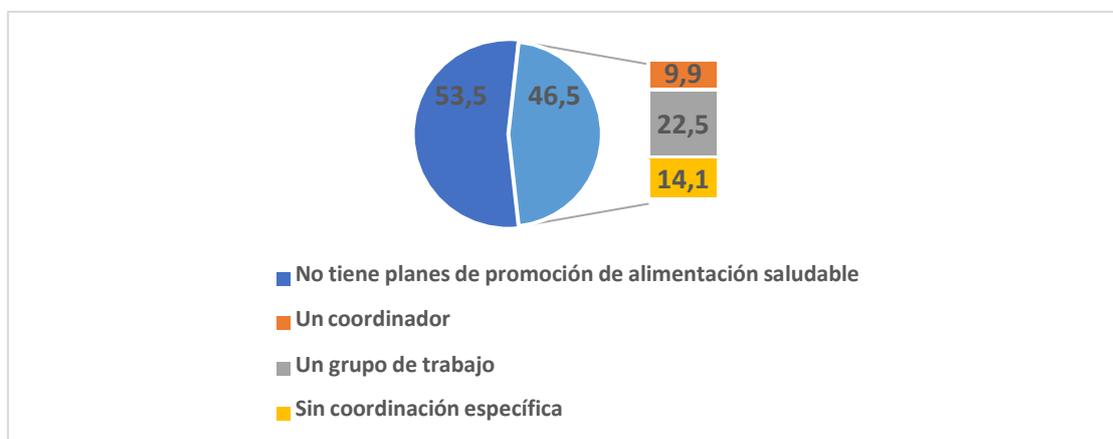


Gráfico 5. Empresas (%) con planes y coordinación de promoción de alimentación saludable.

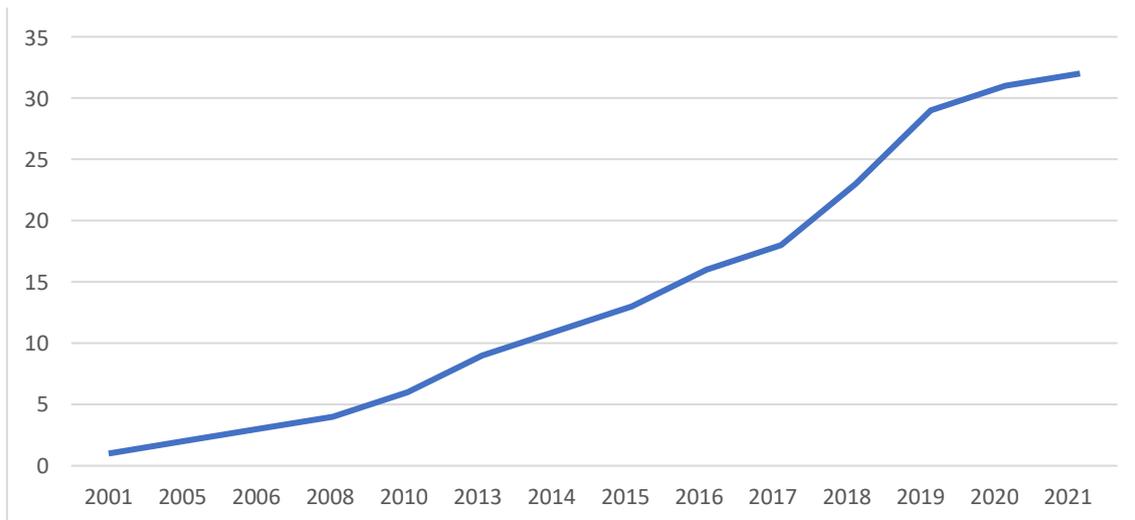


Gráfico 6. Evolución del número de empresas que implementaron planes de promoción de alimentación saludable.

Los planes de promoción de alimentación saludable están coordinados por un grupo de trabajo (22,5%) o por un coordinador (9,9%), y suelen depender directamente de los Servicios de Recursos Humanos (11 casos), de Riesgos Laborales (2 casos), o directamente de Dirección y Gerencia (23 casos); 3 empresas refieren tener un servicio específico destinado a la Salud Nutricional encargado de dicha promoción. En un 28% de los casos, el coordinador encargado de la promoción de una alimentación saludable ha recibido formación específica sobre el tema.

3.4. Estrategia y ejecución empresarial en alimentación saludable

En prácticamente todas las empresas evaluadas (97,2%), se dispone de un área para comer, que mayoritariamente es una zona específicamente destinada por la empresa a tal efecto (gráficos 7, 8), sea cual sea el tamaño de la empresa (58% del total de empresas). Sólo un 5,8% de las empresas refieren tener servicio de comedor como única zona para comer, y un 36% de las empresas cuentan tanto con zona específica como con servicio de comedor.

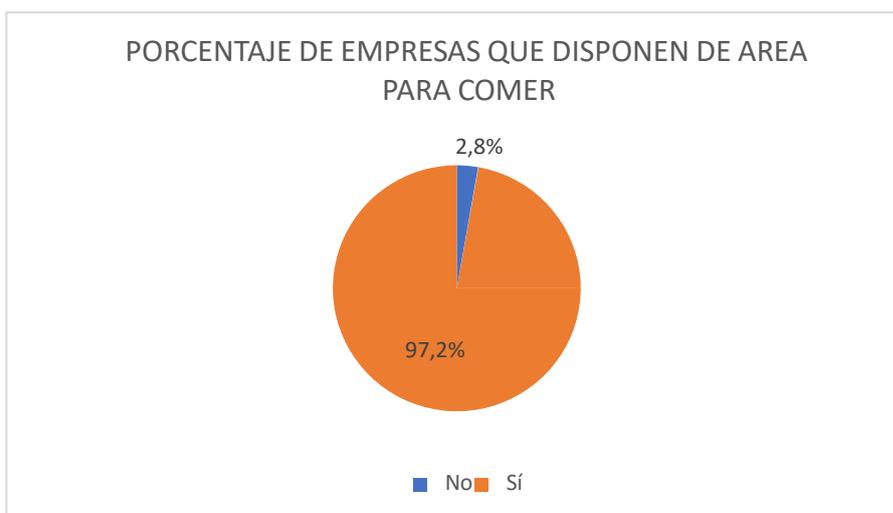


Gráfico 7. Disponibilidad de áreas para comer en las empresas.

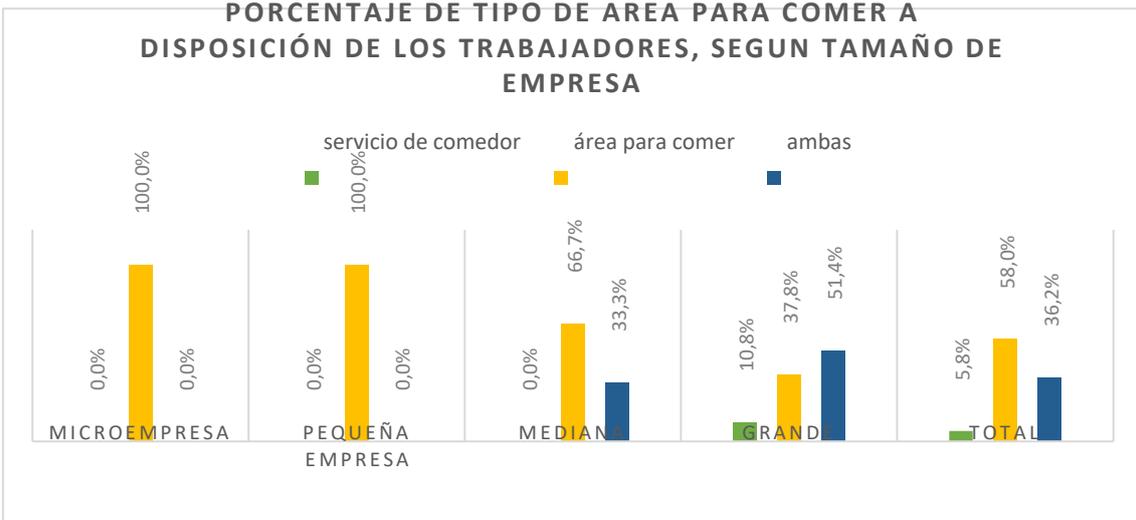


Gráfico 8. Tipo de área para comer a disposición de los trabajadores, según tamaño de empresa.

La mayor parte de los servicios de comedor de las empresas, tanto medianas como grandes, son de gestión externa. En un 21,7% de las grandes empresas se lleva a cabo gestión interna (gráfico 9). Igualmente, tanto en la mediana (63,7%) como en la gran empresa (73,9%), el menú se encuentra valorado por un dietista-nutricionista (gráfico 10).

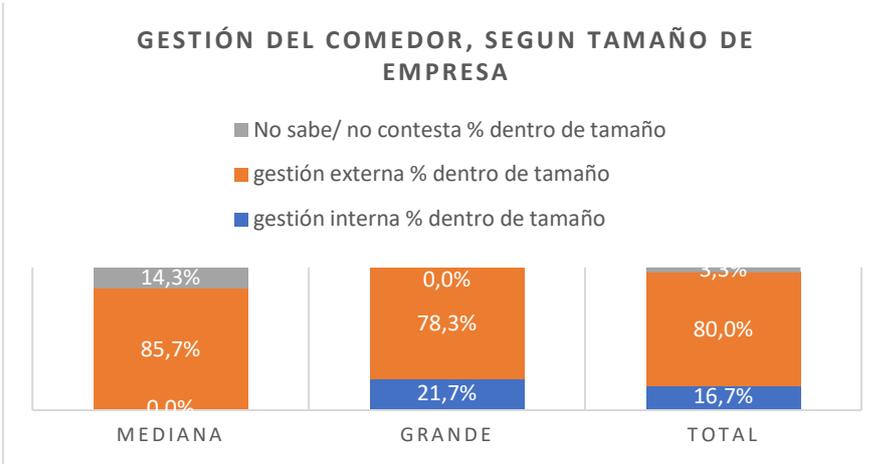


Gráfico 9. Gestión del servicio de comedor, según tamaño de empresa.

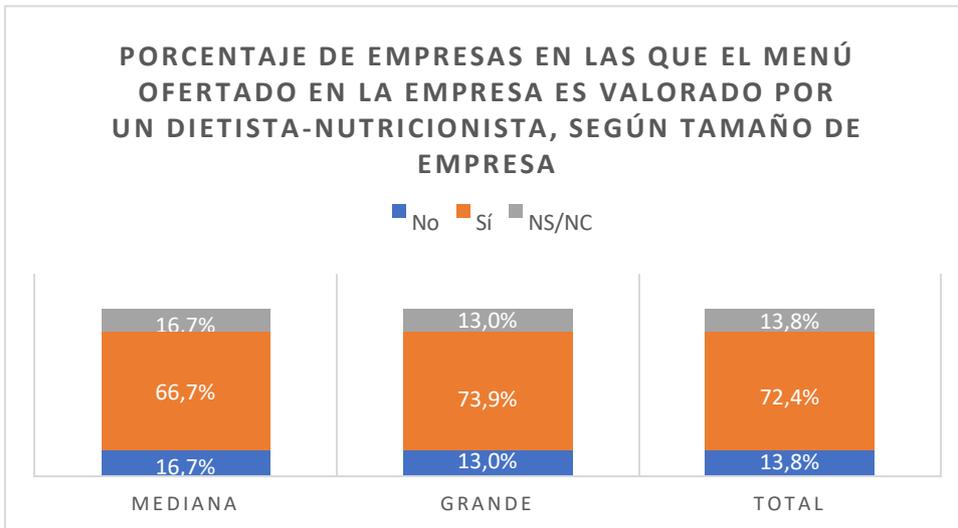


Gráfico 10. Empresas (%) con menú valorado por un dietista-nutricionista, según tamaño de empresa.

Los menús ofertados en los diferentes servicios de comedor (medianas y grandes empresas) se muestran en el gráfico 11. Ambos tipos de empresa presentan la clásica propuesta de varias opciones de primeros y segundos platos. De forma interesante, un notable porcentaje de empresas ofrecen menús saludables, menús especiales para alergias o intolerancias alimentarias tales como la celiaquía, intolerancia a la lactosa, etc, menús para dietas blandas, menús para vegetarianos e incluso veganos, poniendo de manifiesto una importante preocupación por las actuales demandas de los consumidores en cuanto a propuestas alimentarias encaminadas a mejorar la salud alimentaria de los consumidores.

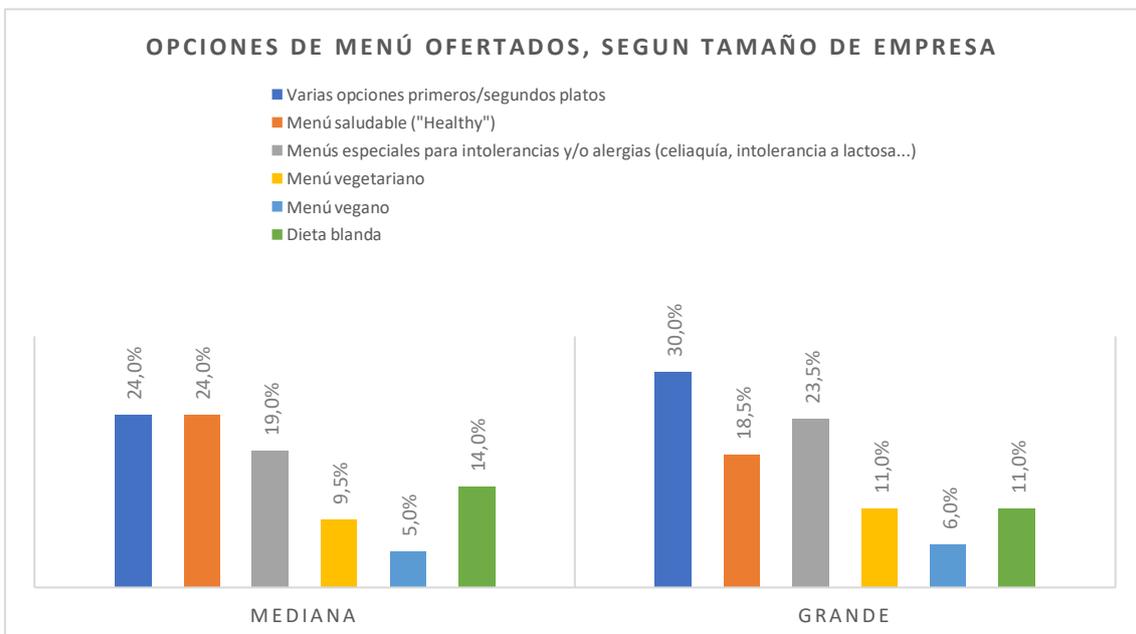


Gráfico 11. Opciones de menú disponibles en el servicio de comedor según tamaño de empresa.

En las zonas específicamente destinadas para comer (gráfico 12), la mayor parte de las empresas, independientemente de su tamaño, ponen a disposición de los trabajadores recursos materiales como microondas, frigorífico y fregadero, así como dispensadores de agua. Más de la mitad la mitad de las empresas proporcionan también menaje o utillaje de cocina. Tanto las empresas medianas (en un 83,3%) como las grandes (89,2%) disponen de máquinas de vending o expendedoras en estas zonas destinadas a comer, frente a las microempresas (16,7%) y las pequeñas empresas (25%), en las que dichas máquinas son menos habituales.

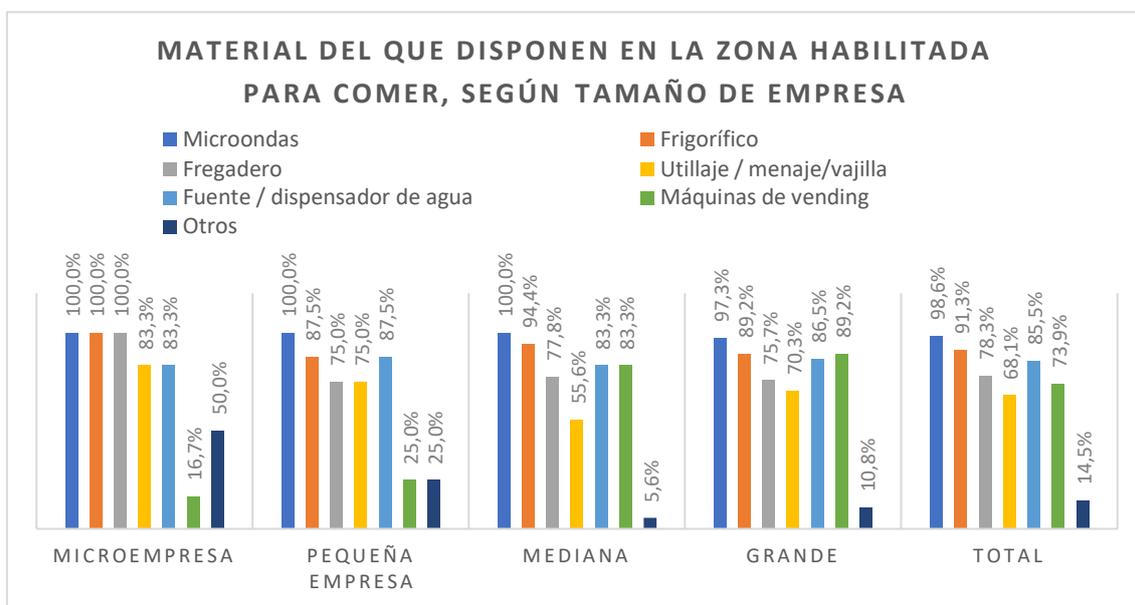


Gráfico 12. Recursos materiales a disposición de los trabajadores (%) en la zona habilitada para comer, según tamaño de empresa.

La presencia ubicua de dichas máquinas expendedoras en las empresas, medianas y grandes, sigue este mismo patrón de resultados, ya que en general dichas máquinas se encuentran a disposición de los empleados en cualquier espacio físico de la empresa, y no sólo en las zonas destinadas a que los trabajadores coman (gráfico 13).

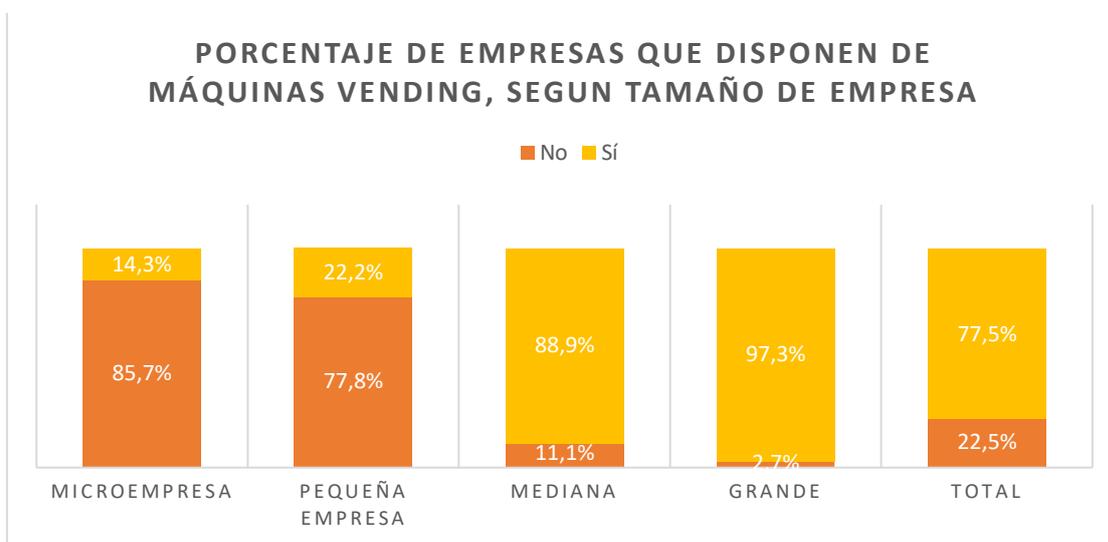


Gráfico 13. Presencia ubicua de máquinas de vending, según tamaño de empresa.

Respecto a la posible oferta de alimentos de especial interés nutricional, tales como frutas frescas o frutos secos, verduras, agua, zumos naturales, en dichas máquinas de *vending* (gráfico 14), en la mayor parte de los casos se ofertan agua y frutos secos. Según el tamaño de la empresa (gráfico 15), se observa que el alimento común ofertado por todos los tipos de empresa en estas máquinas es el agua. Se encuentra también fruta en máquinas expendedoras de pequeñas, medianas y grandes empresas; y sólo hay verdura en las máquinas expendedoras de las grandes empresas. Medianas y grandes empresas también ofertan zumos naturales de frutas. Esta oferta de alimentos de especial interés nutricional convive con la oferta habitual de alimentos menos apropiados, como chocolatinas, productos de bollería, aperitivos salados, refrescos azucarados, etc.

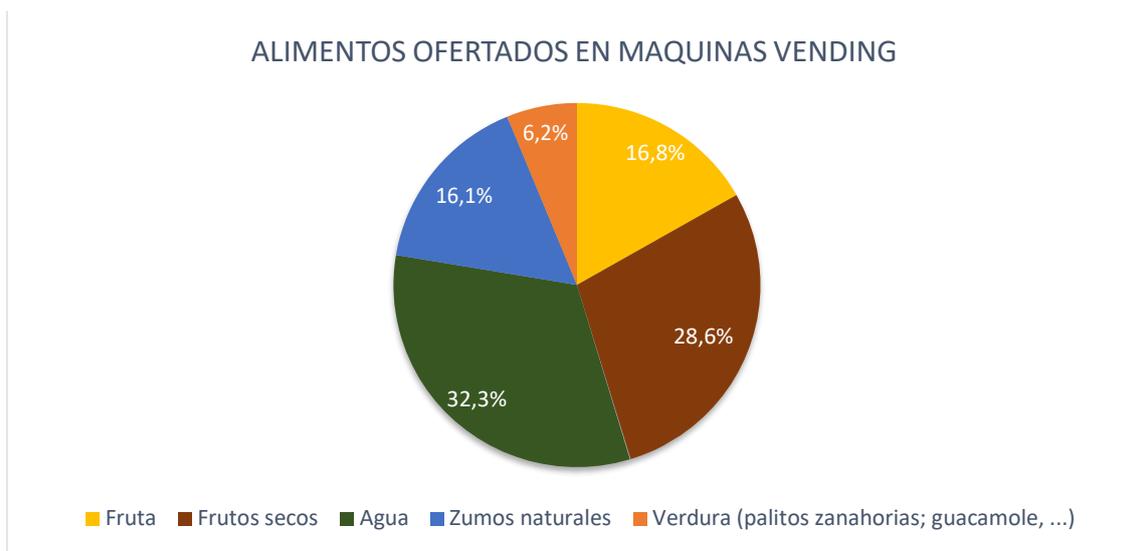


Gráfico 14. Oferta empresarial total (%) de alimentos de especial interés nutricional en máquinas tipo *vending*.

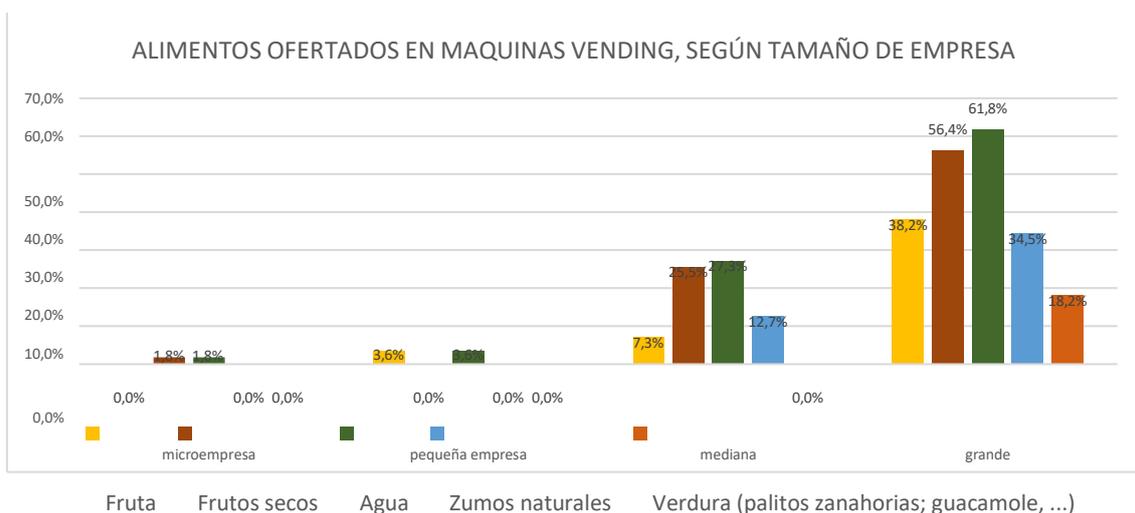


Gráfico 15. Oferta empresarial (%) de alimentos de interés nutricional en máquinas tipo *vending*, según tamaño de la empresa.

Respecto a la existencia de información nutricional en los espacios físicos destinados a comer, ya sean el servicio de comedor o las zonas habilitadas a tal fin, se observa claramente que, a mayor tamaño de la empresa, más información se proporciona (gráfico 16). Mientras que en las

microempresas estudiadas no se proporciona ningún tipo de información nutricional, ni tampoco en un 87,5% de las pequeñas empresas, en cambio, en un 70,3% de las grandes empresas sí se proporciona, en forma de dípticos, carteles y similares.

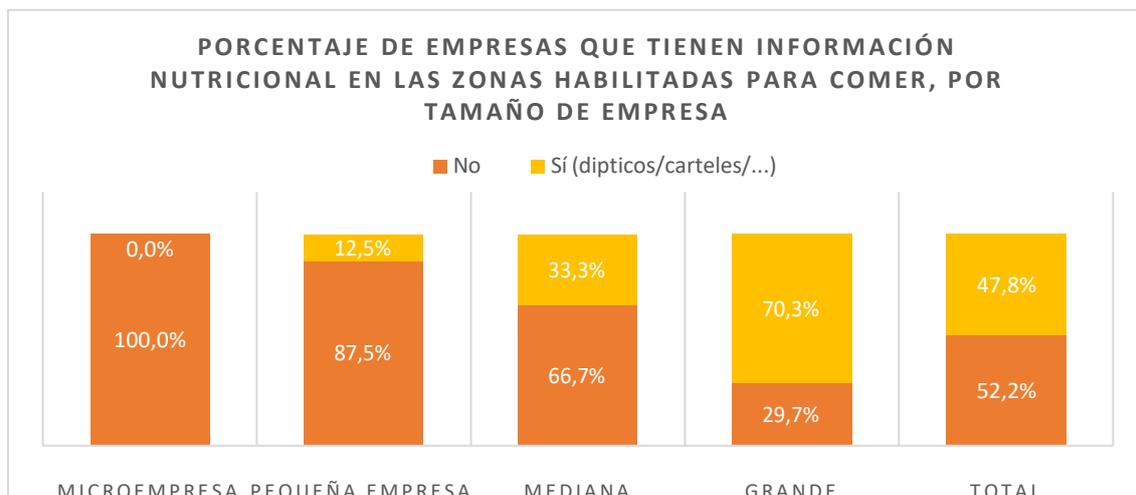


Gráfico 16. Información nutricional en servicio de comedor y/o zonas habilitadas para comer, según tamaño de empresa.

En esta misma línea, el mayor tamaño de empresa se asocia con una mayor frecuencia de subvención parcial o total de la comida a sus trabajadores. Así, un 48% de las grandes empresas subvencionan las comidas de sus empleados, frente al 28,6% de las microempresas (gráfico 17).

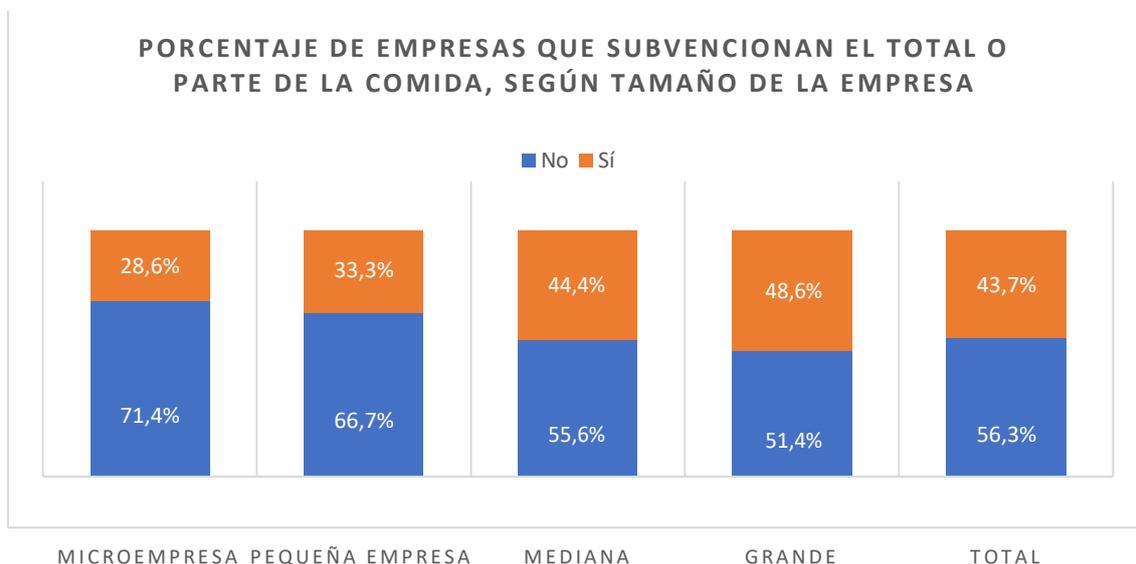


Gráfico 17. Subvención total o parcial (%) de la comida a los trabajadores, según tamaño de empresa.

Respecto a una posible oferta por parte de las empresas de algunos alimentos de especial interés nutricional (frutas frescas y frutos secos -si bien éstos suelen llevar sal añadida-, zumos naturales, etc) en eventos, pausas o reuniones diversas (gráficos 18 y 19), se observa un patrón de resultados similar al obtenido en los alimentos ofertados en las máquinas de *vending*. Con más frecuencia en las grandes empresas, se ofertan en dichos eventos agua, fruta y zumos

naturales. En este caso, las pequeñas empresas sólo ofertan agua y fruta; en cambio, tanto las microempresas como las medianas y grandes empresas ofrecen además frutos secos, zumos naturales e incluso verduras, tipo pequeños bastones de zanahoria, por ejemplo, y similares.

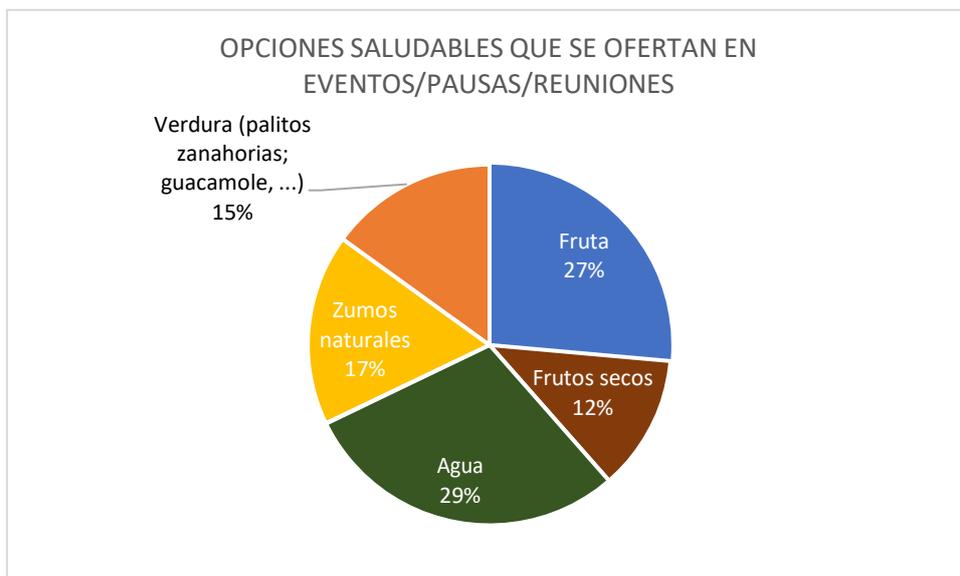


Gráfico 18. Oferta total (%) de alimentos de especial interés nutricional en eventos/reuniones.

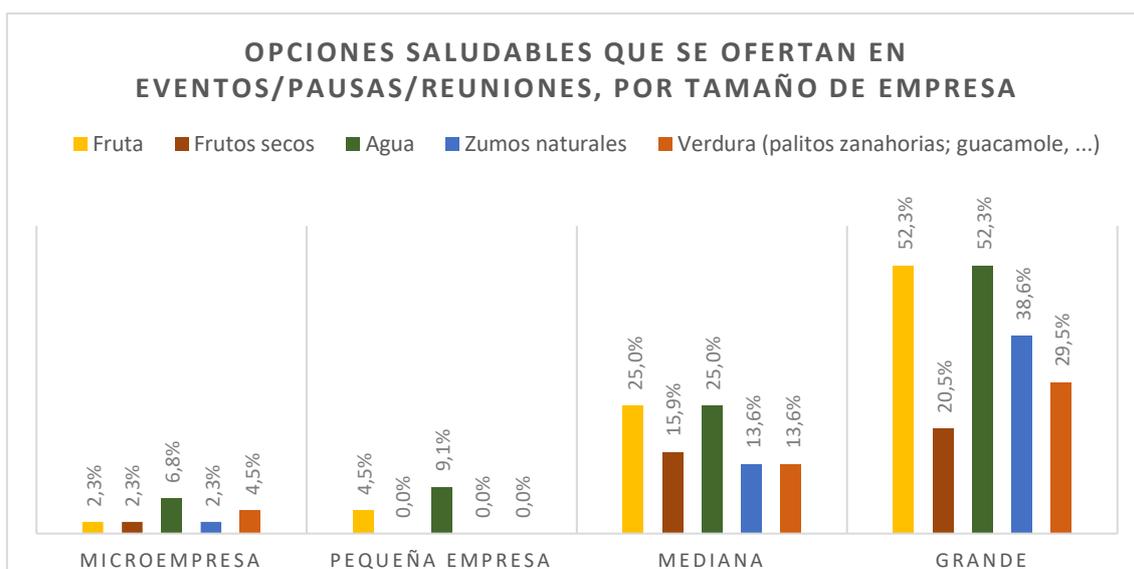


Gráfico 19. Oferta empresarial (%) de alimentos de especial interés nutricional en eventos/reuniones, según tamaño de empresa.

De forma específica, y muy interesante, se ofrece habitualmente fruta fresca de modo gratuito en al menos un 44% de las empresas tanto pequeñas, como medianas y grandes (43,7% en este último caso). Por el contrario, sólo un 14,3% de las microempresas ofrecen esta opción a sus trabajadores (gráfico 20).

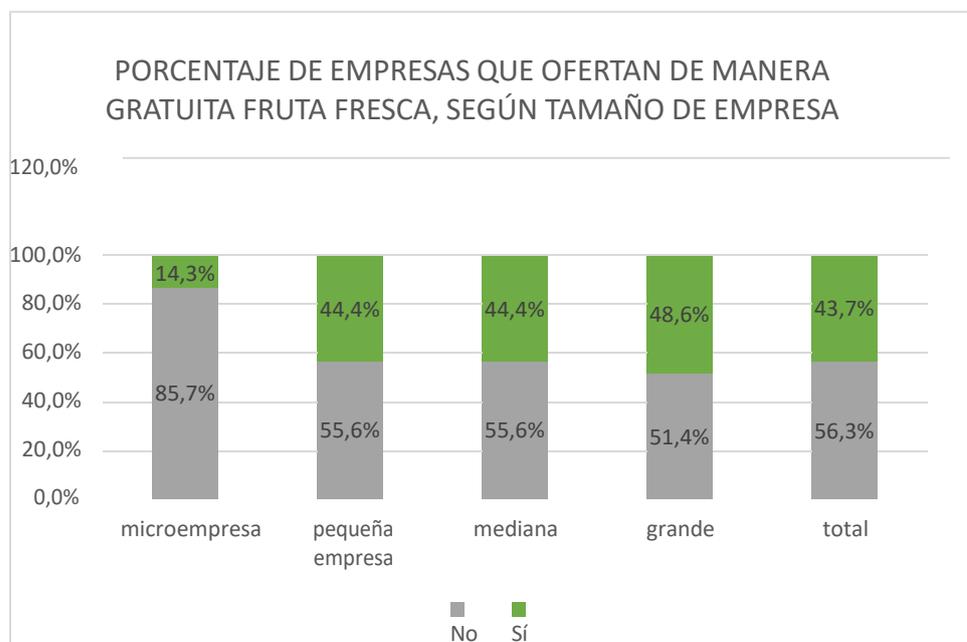


Gráfico 20. Oferta gratuita habitual de fruta fresca en las empresas (%), según tamaño de empresa.

En línea con los resultados observados para la oferta de alimentos tanto en las máquinas de *vending* como en las reuniones o eventos, se observa que la mayor parte de las empresas evaluadas, independientemente de su tamaño, disponen de puntos dispensadores de agua de forma gratuita (gráfico 21).

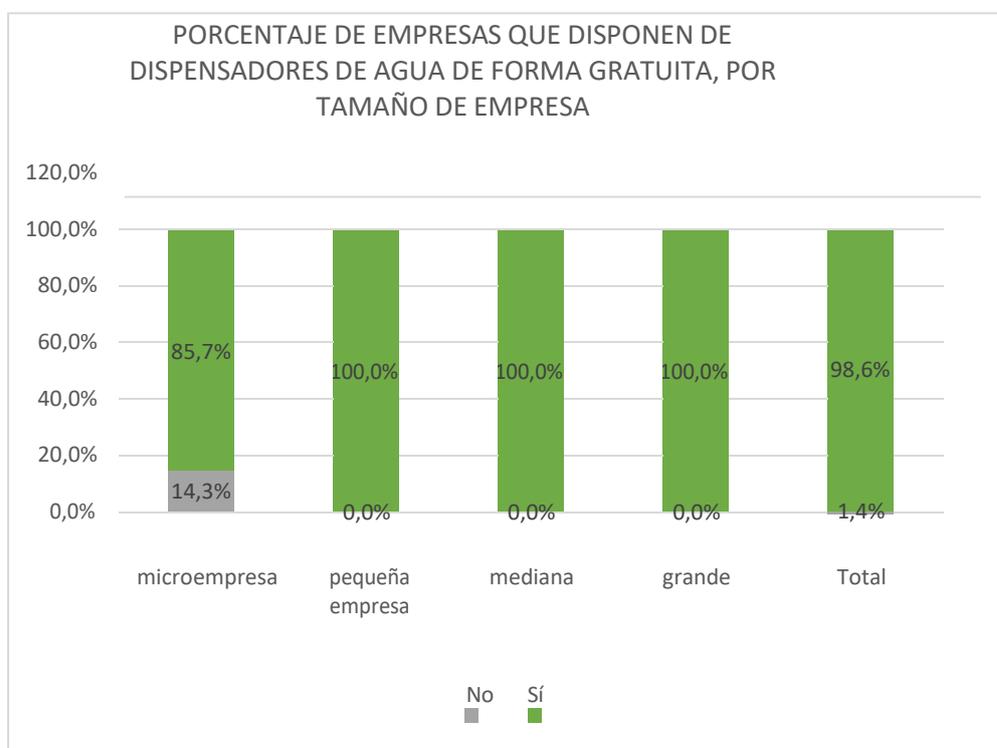


Gráfico 21. Presencia ubicua (%) de dispensadores de agua de forma gratuita según tamaño de empresa.

3.5. Formación e intervención en alimentación saludable en la empresa

Un 66% de las empresas ofertan a sus trabajadores algún tipo de formación sobre hábitos alimentarios saludables (gráfico 22). El canal de formación más habitual es la realización de cursos o campañas informativas específicas, aunque son también numerosas las empresas que transmiten mensajes de formación a través de pequeñas píldoras informativas que se diseminan por la Intranet, el tablón de anuncios o los correos electrónicos de los trabajadores (gráfico 23). Los cursos suelen ser de carácter voluntario (47%) y la participación media es de un 44% de los trabajadores (gráfico 24), habiéndose registrado un mínimo del 4% y un máximo del 100%.

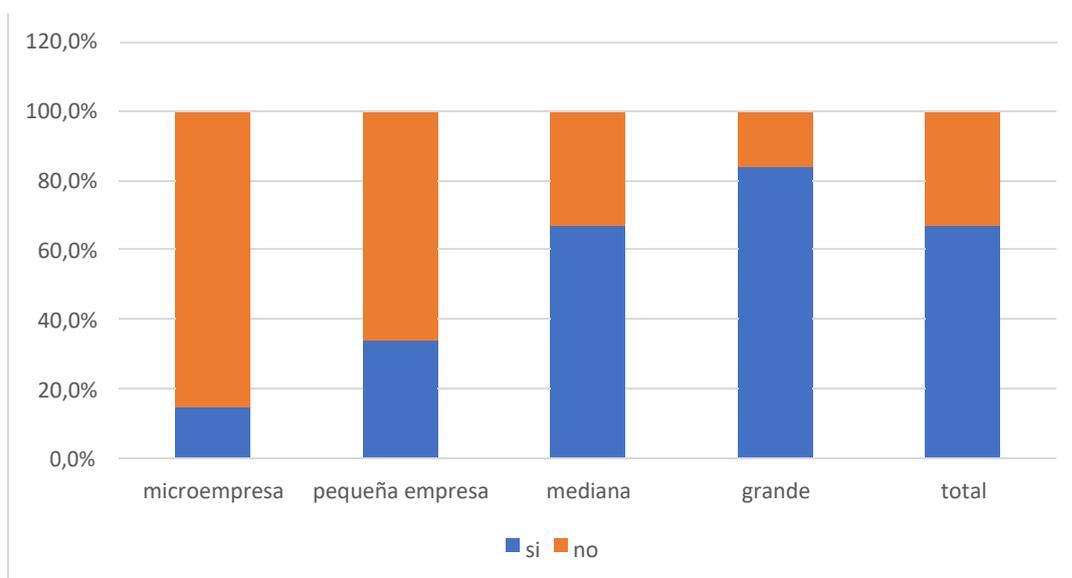


Gráfico 22. Empresas (%) que proporcionan formación a sus trabajadores sobre hábitos alimentarios saludables, según tamaño de empresa.

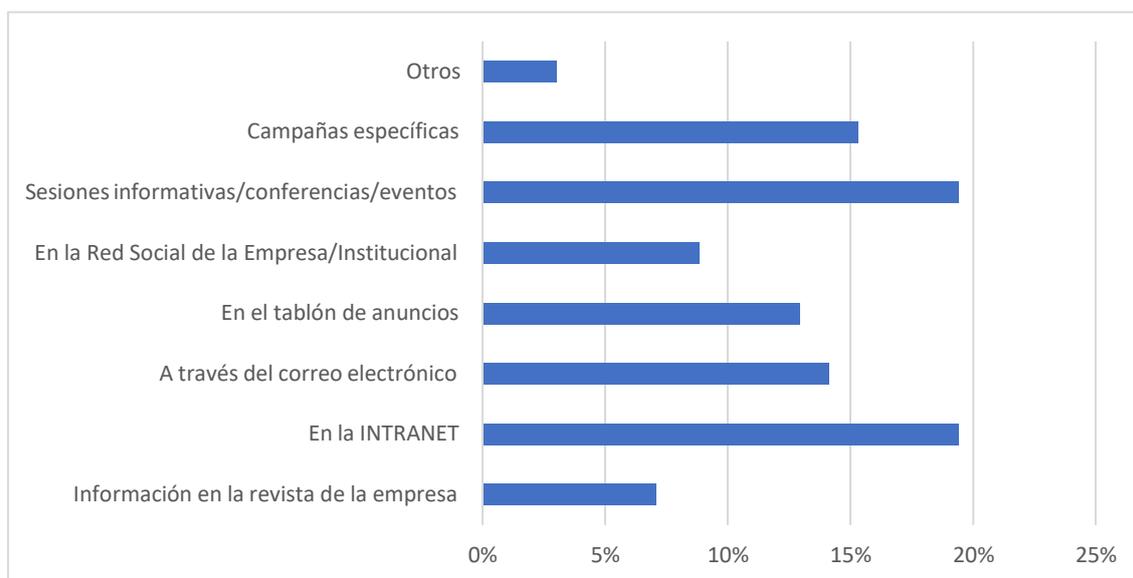


Gráfico 23. Canal de formación (%) sobre hábitos alimentarios saludables proporcionada por las empresas a sus trabajadores.

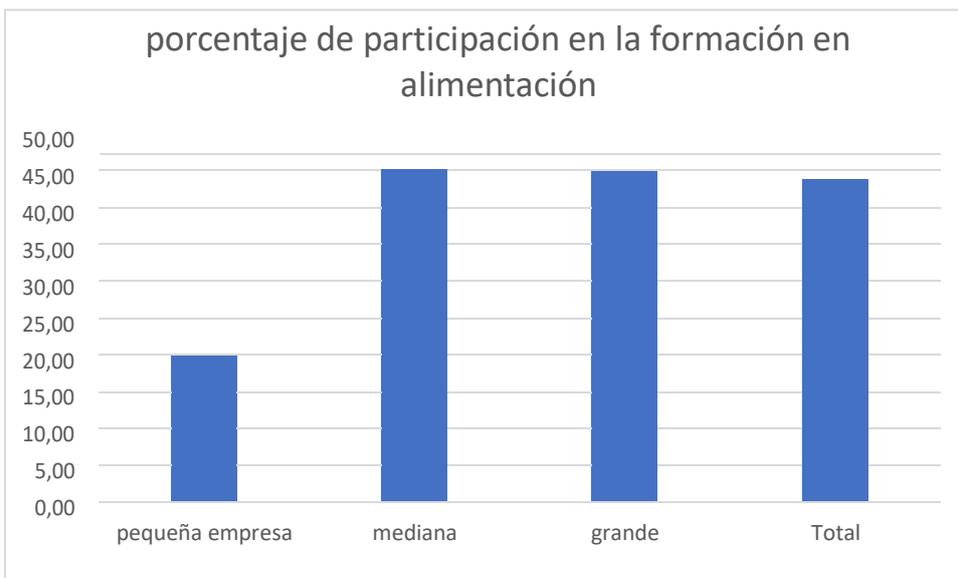


Gráfico 24. Participación de los trabajadores (%) en las acciones de formación en alimentación saludable, según tamaño de empresa.

Cerca de un 80% de los cursos impartidos tienen una duración de entre 60-120 minutos, con un rango que va desde los 30 minutos, a cursos de 4h/día, durante 12 días. La formación es tanto presencial como *on-line*, combinándose ambas modalidades en la mayoría de las empresas participantes (gráfico 25).

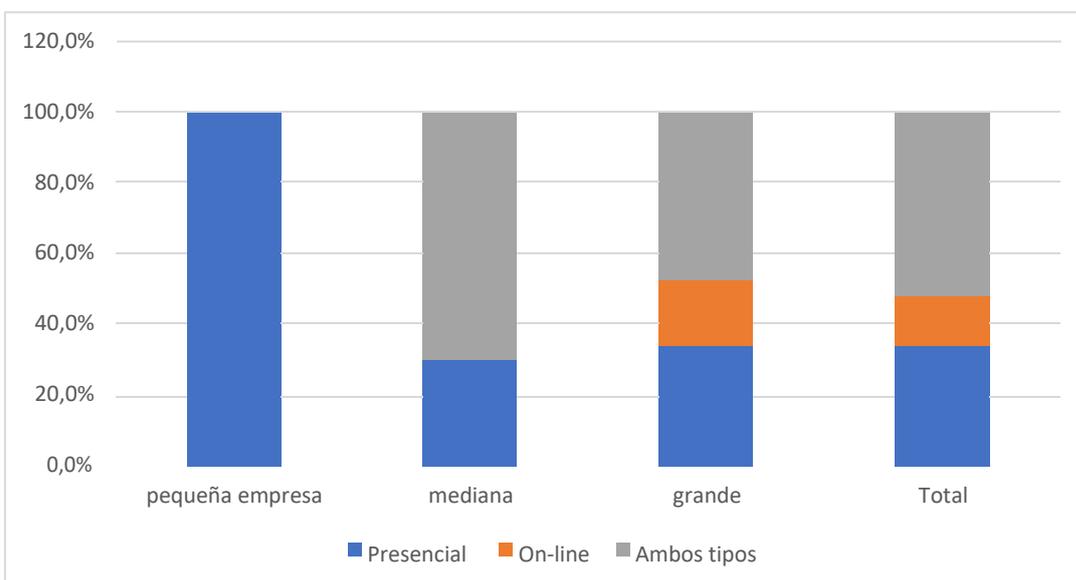


Gráfico 25. Modalidad (%) de la formación en alimentación saludable impartida a los trabajadores, según tamaño de empresa.

En cuanto a los responsables de la formación en alimentación, lo más habitual es que la formación se organice desde la misma empresa, si bien las empresas más pequeñas tienden a contratar servicios externos, si la llevan a cabo (gráfico 26).

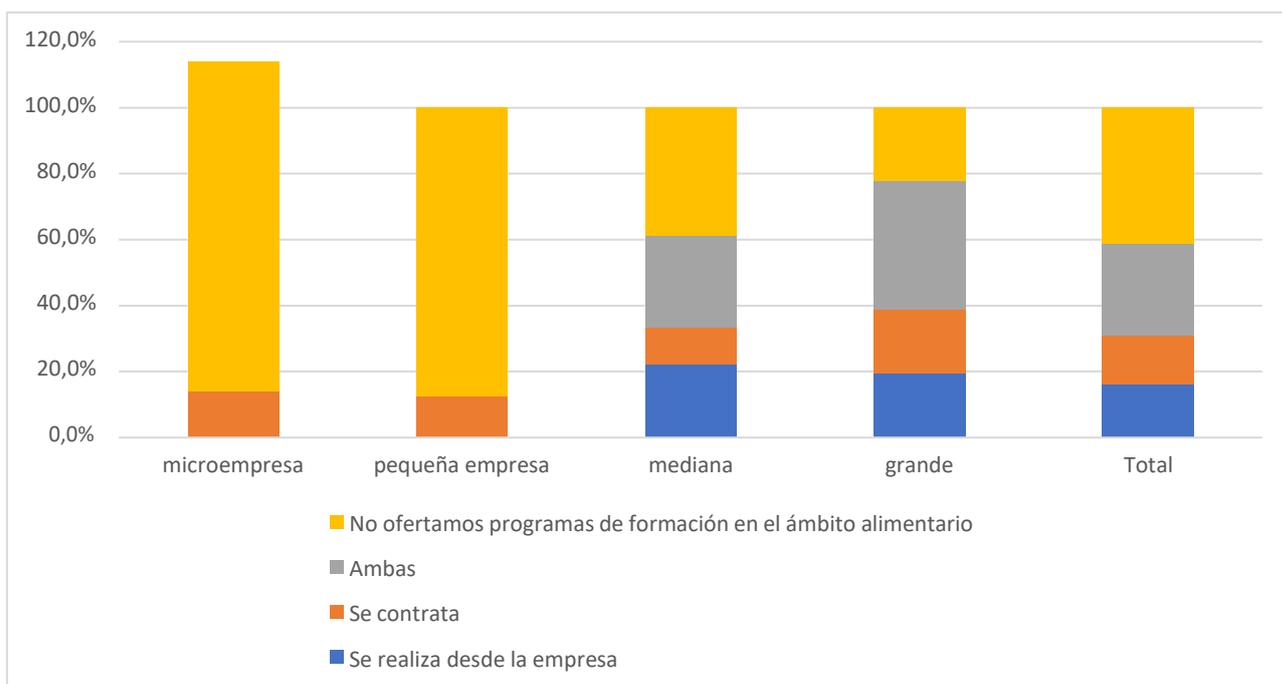


Gráfico 26. Responsables de la formación en alimentación saludable (%), según tamaño de empresa.

Los contenidos de los cursos de formación son muy variados, aunque suelen tener un carácter general y van enfocados a promocionar hábitos saludables y prevención de las patologías más comunes. Algunos de los temas más recurrentes se muestran en la tabla 2:

Tabla 2. Temas habituales en la formación en alimentación.

Alimentación Saludable

Control de peso

Alimentación y turnos de trabajo

Alimentación y actividad física

Alimentación y salud cardiovascular

Alimentación y mujer

Cómo leer las etiquetas/la compra saludable

Cocina saludable

Alimentación consciente (*mindful eating*)

Sostenibilidad alimentaria

Otros temas impartidos reflejan el interés de las empresas por la relación alimentación y estrés laboral o la alimentación en tiempos de pandemia (cuarentena).

Más allá de la formación de los empleados, sólo un 19% del total de las empresas estudiadas refieren ofrecer un servicio de atención nutricional a los trabajadores por parte de un dietista-nutricionista. La gran mayoría (72%) de las empresas no ofrece este servicio (gráficos 27, 28). En un 9% de los casos se ofrece por parte de otro profesional de la salud; de forma concreta, se trata de médicos, enfermeros o fisioterapeutas (gráfico 29). En las empresas en las que se dispone de dietista-nutricionista, se trata de un servicio externo, en un 54% de los casos (gráfico

30). En cualquier caso, el 50% de la atención nutricional proporcionada por el dietista-nutricionista resulta ser de tipo *online* (gráfico 31), teniendo en cuenta el periodo especial de realización del estudio, mientras que un 38,9% se lleva a cabo de forma presencial en la empresa, o bien en consulta externa (11,1%). Un 56% de los trabajadores solicitan específicamente el servicio de atención nutricional, mientras que un 44% reciben dicha atención como parte del reconocimiento médico anual (gráfico 32).

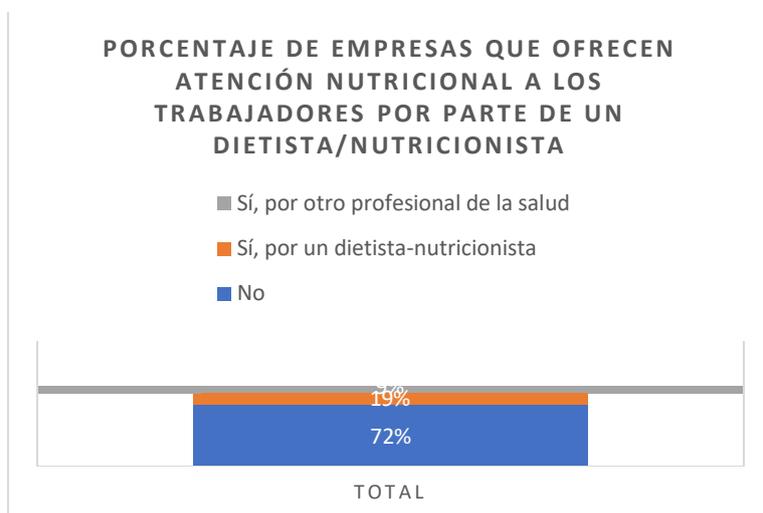


Gráfico 27. Empresas (%) con servicio de atención nutricional a los trabajadores y tipo de profesional que lo realiza.

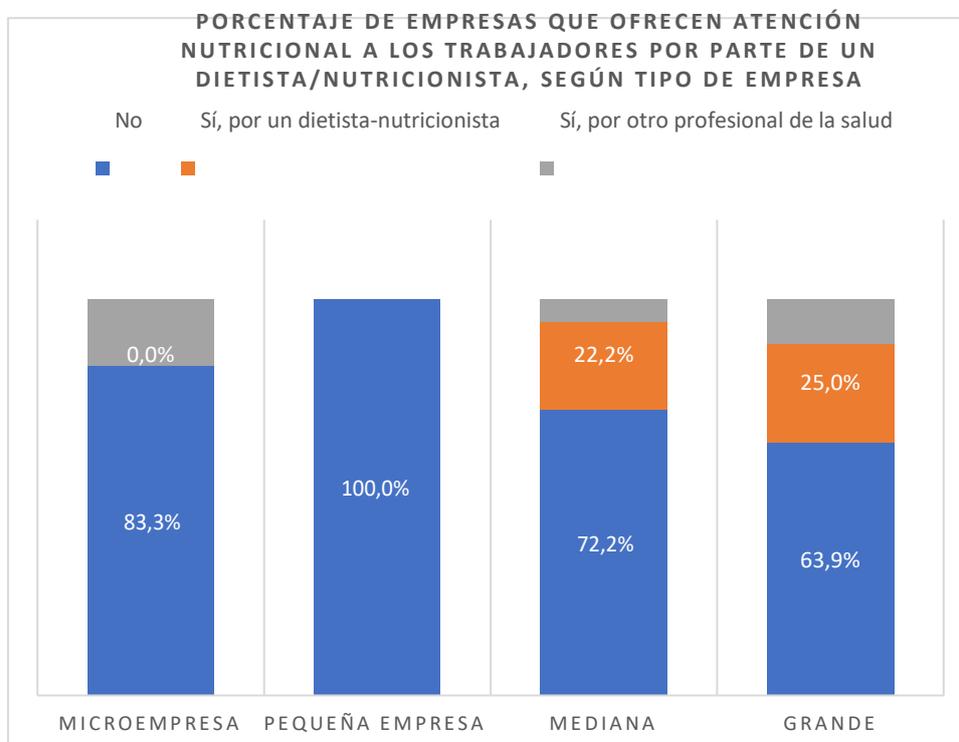


Gráfico 28. Servicio de atención nutricional a los trabajadores y tipo de profesional que lo realiza, según tamaño de empresa.

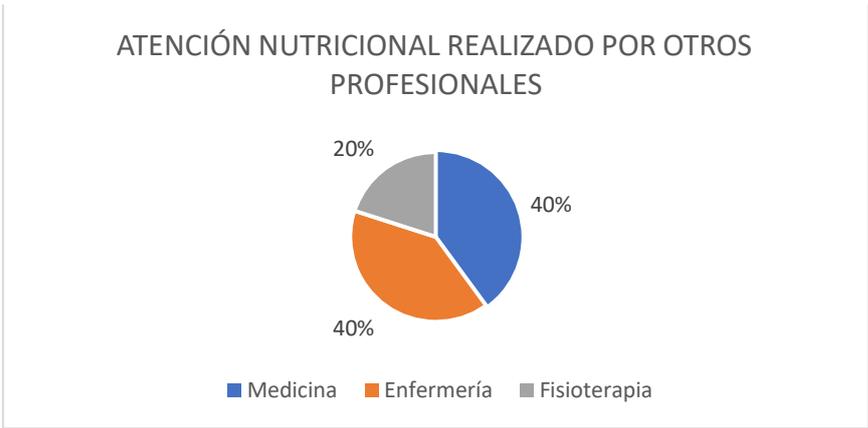


Gráfico 29. Atención nutricional ofrecida en las empresas (%) por otros profesionales de la salud que no son dietistas-nutricionistas.

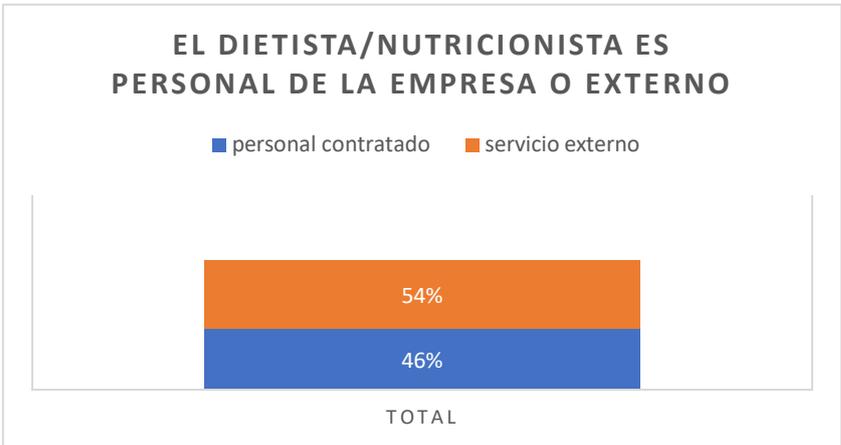


Gráfico 30. Relación laboral del dietista-nutricionista con la empresa.



Gráfico 31. Lugar o espacio de atención nutricional (%) ofrecida a los trabajadores por parte del dietista-nutricionista.

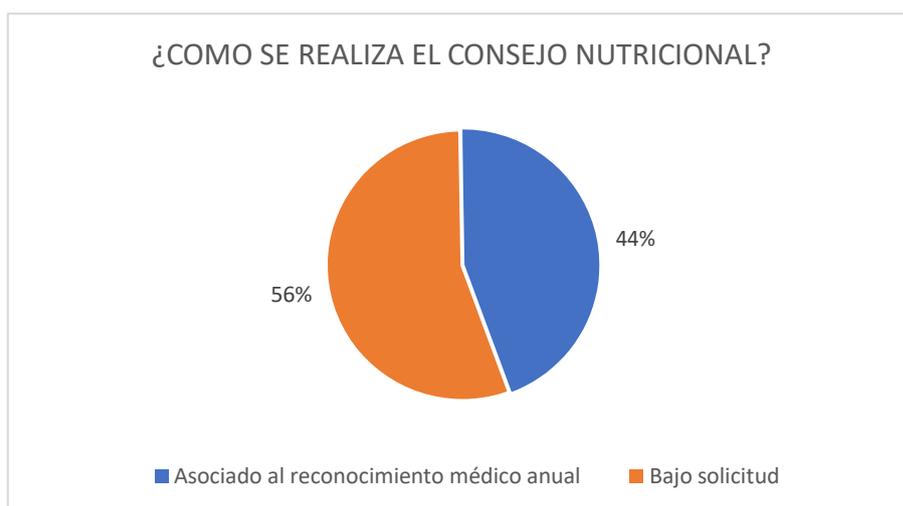


Gráfico 32. Modalidad de atención nutricional en la empresa (%).

Con relación a otros aspectos de interés, debe destacarse que, pese a la importancia de una lactancia materna exitosa, para la salud tanto de los recién nacidos como de las madres, un 65,2% de las empresas refieren no tener salas destinadas específicamente destinadas a tal fin (gráfico 33).

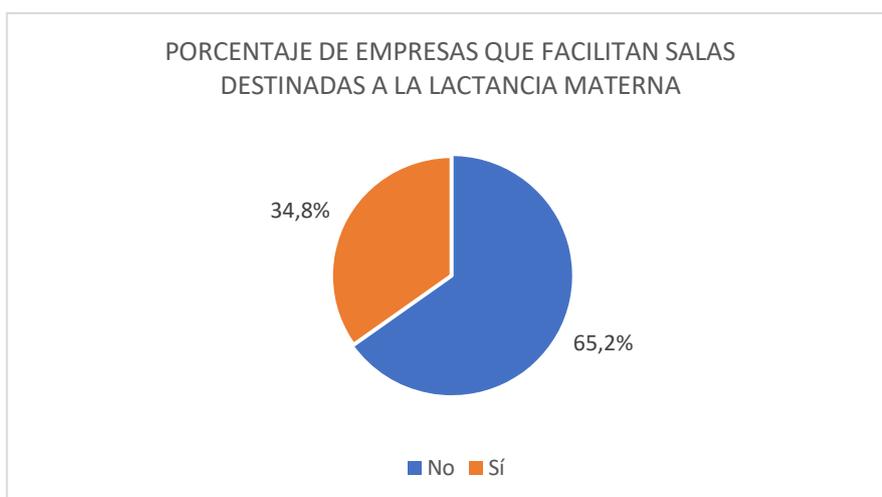


Gráfico 33. Empresas (%) que facilitan salas destinadas a lactancia materna.

En la actualidad es claro que, dentro del concepto de dietas y comportamientos alimentarios saludables, debe ir incluido el concepto de sostenibilidad alimentaria. De las empresas evaluadas, un 47% refiere tener implementadas medidas encaminadas a fomentar dicha sostenibilidad alimentaria. Un 26,5% claramente refiere no tenerlas y, de forma preocupante, un 26,5%, igualmente, desconoce la respuesta o no responde (gráfico tal). En cuanto a las acciones que se llevan a cabo en las empresas que sí promocionan este tipo de acciones, se llevan a cabo, de forma mayoritaria, utilizar botellas de vidrio / tazas reutilizables, e implementar el sistema de reciclado de desperdicios en las zonas habilitadas para comer. La medida menos frecuente es reducir desperdicios en el comedor (gráficos 34, 35, 36).

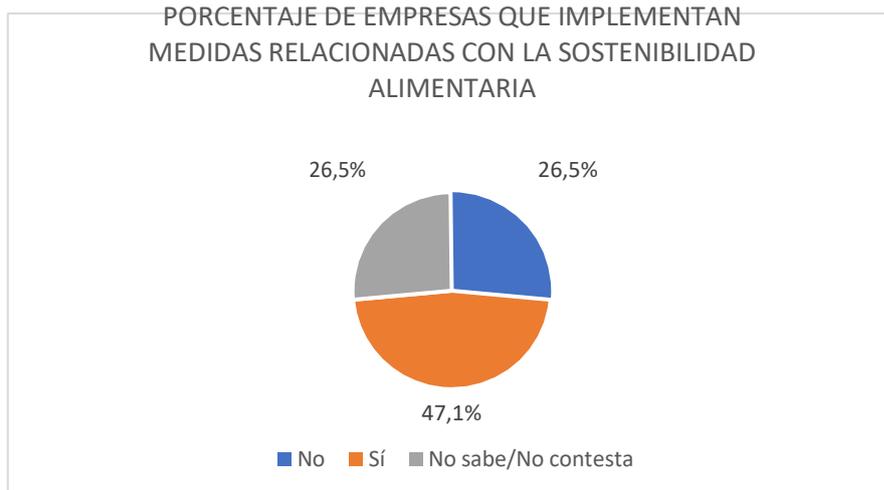


Gráfico 34. Empresas (%) que implementan medidas relacionadas con la sostenibilidad alimentaria.

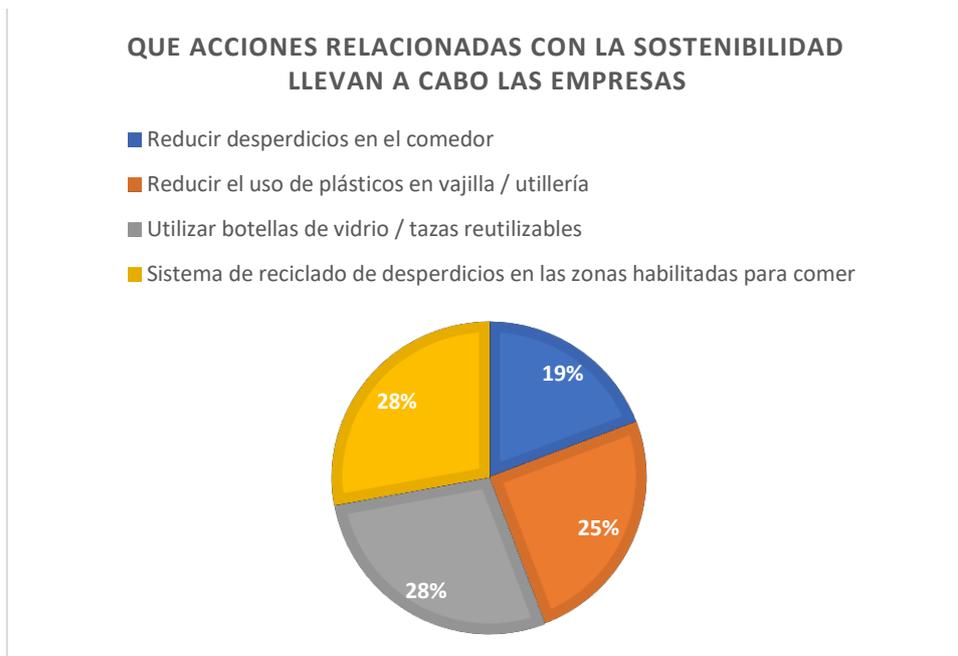


Gráfico 35. Acciones implementadas para fomentar la sostenibilidad alimentaria (total empresas).

Que acciones relacionadas con la sostenibilidad llevan a cabo las empresas, por tamaño de empresa

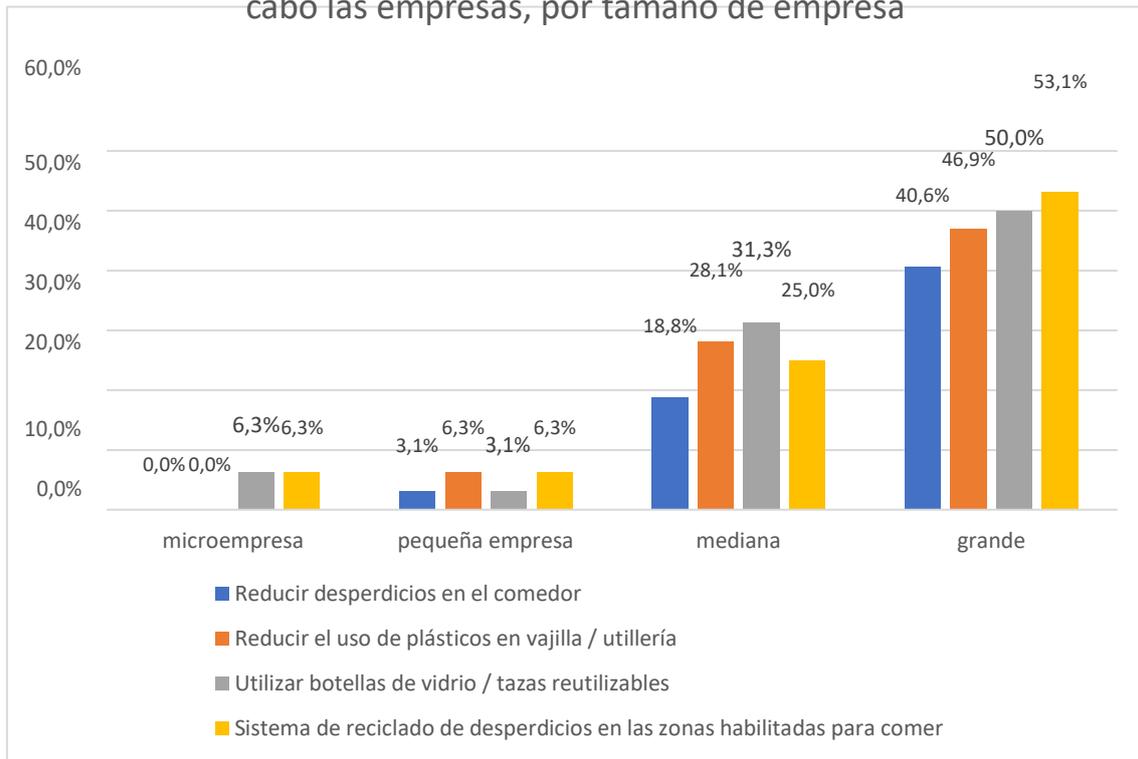


Gráfico 36. Acciones implementadas para fomentar la sostenibilidad alimentaria según tamaño de empresa.

3.6. Organización y estructura empresarial en Actividad Física

La promoción de la actividad física a través de planes de actuación específicos en las empresas se lleva a cabo con mayor frecuencia en empresas grandes (59,5%), medianas (38,9%) (Gráfico 37), y es escasa en microempresas (14,3%) y pequeñas empresas (11,1%).

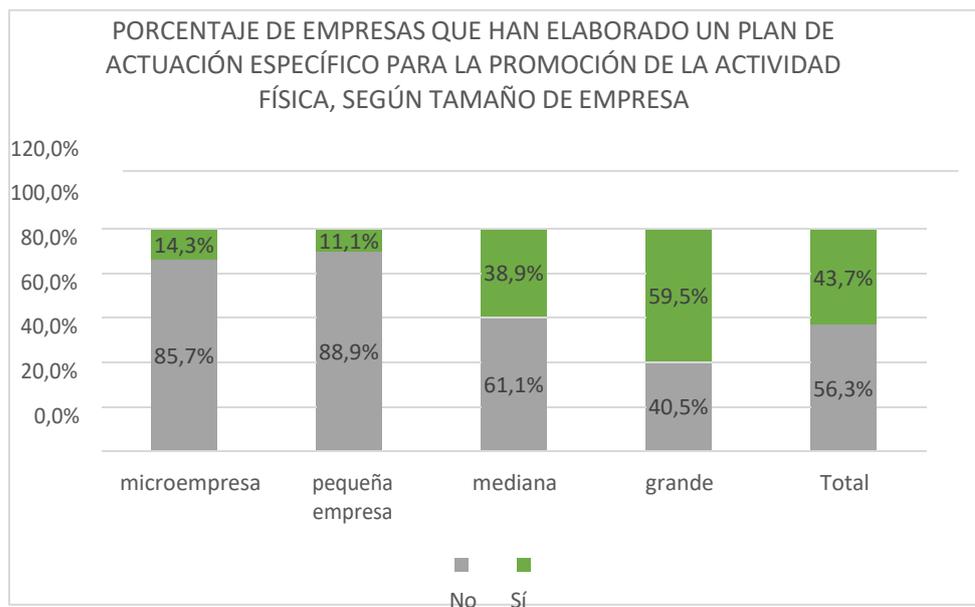


Gráfico 37. Empresas (%) que han elaborado un plan de actuación específico para la promoción de la actividad física, según tamaño de la empresa.

3.7. Estrategia y ejecución empresarial en Actividad Física

Únicamente en las medianas y grandes empresas se llevan a cabo sesiones de actividad física dentro del horario laboral (gráfico 38). En cambio, hay empresas de todo tipo que ofrecen la posibilidad de realizar actividad física antes o después de la jornada laboral, independientemente del tamaño. No obstante, vuelven a ser las medianas y grandes empresas las que más ofertan esta posibilidad (gráfico 39).

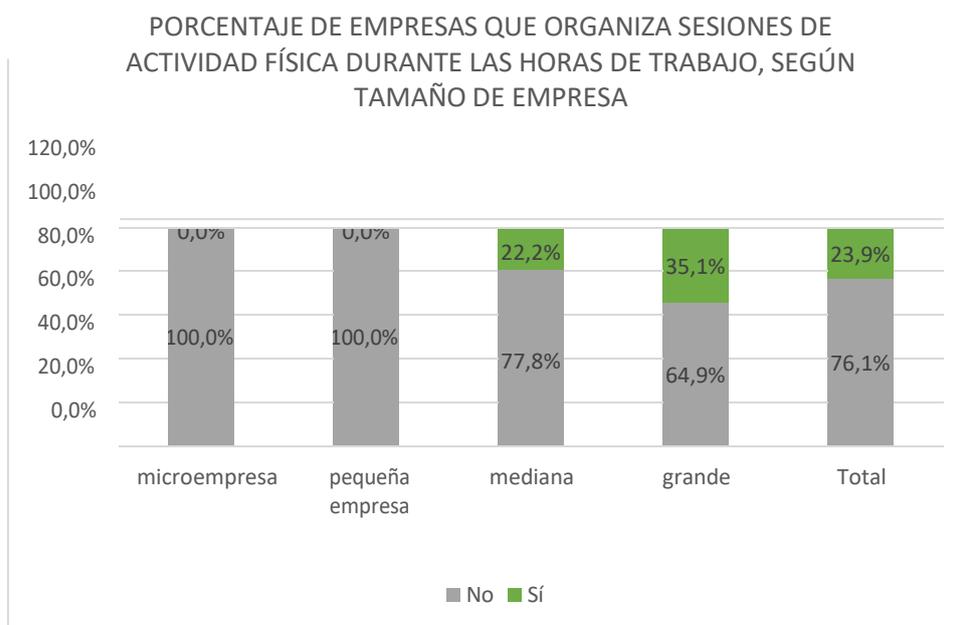


Gráfico 38. Empresas (%) que organizan sesiones de actividad física en horario laboral, según tamaño de empresa.

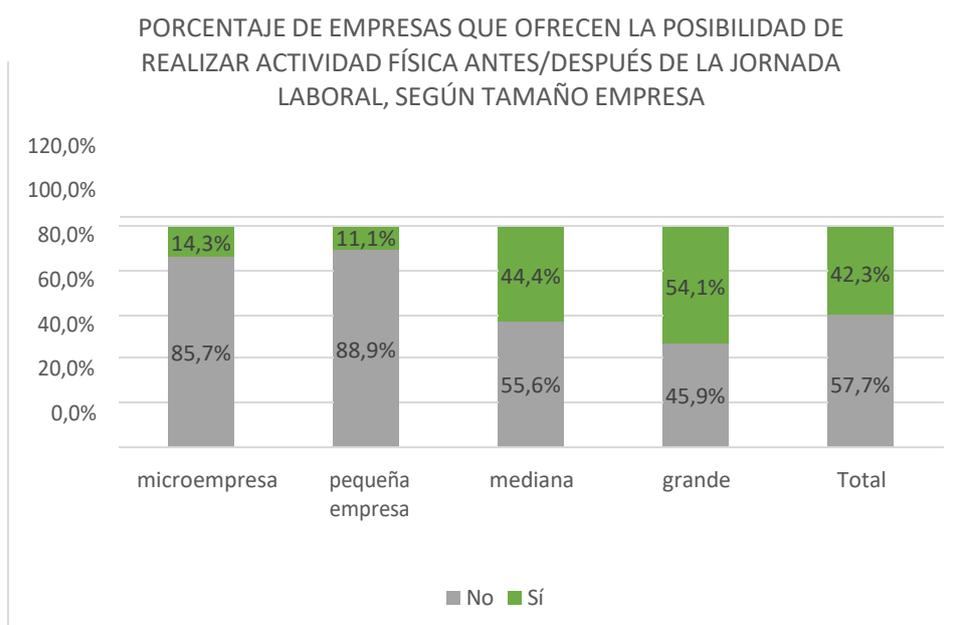


Gráfico 39. Empresas (%) que organizan sesiones de actividad física antes o después de la jornada laboral, según tamaño de empresa.

En el contexto de la promoción de la actividad física y estilos de vida activos, algunas empresas promocionan el poder acudir al trabajo en bicicleta o bien andando; se trata principalmente de empresas grandes (37,8%) y medianas (33,3%). Sólo un 11,1% de las pequeñas empresas promocionan este tipo de medidas, y ninguna de las microempresas lo hace (gráfico 40). Para la promoción de esta actividad, la mayor parte de las empresas que fomentan acudir en bicicleta al trabajo disponen de aparcamiento específico para bicicletas, en especial las grandes empresas (gráfico 41), e incluso algunas empresas ofrecen servicio de ducha para los empleados, tanto pequeñas como medianas, además de las grandes, que nuevamente ofrecen este servicio con más frecuencia (38,1%) (gráfico 41).

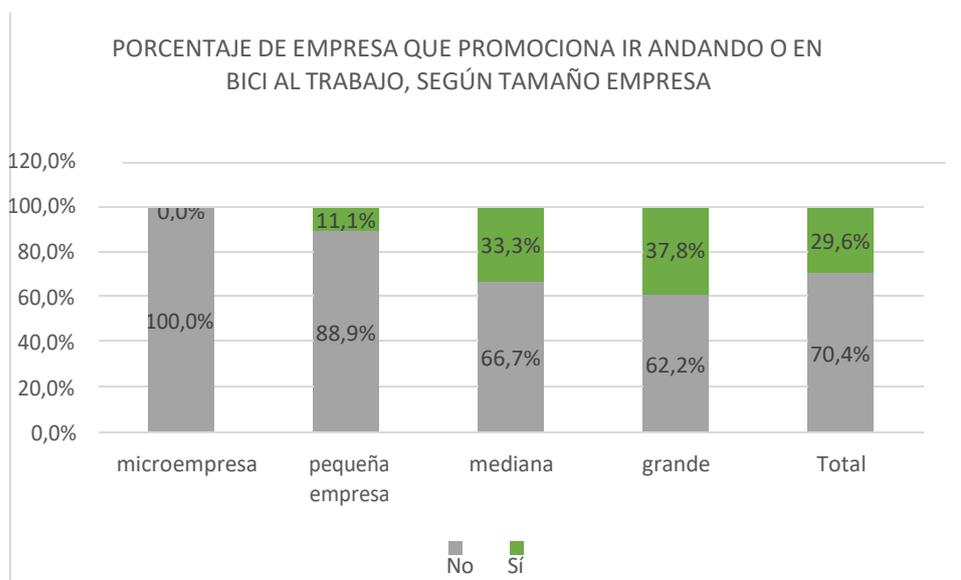


Gráfico 40. Empresas (%) que promocionan ir andando o en bicicleta al trabajo, según tamaño de empresa.

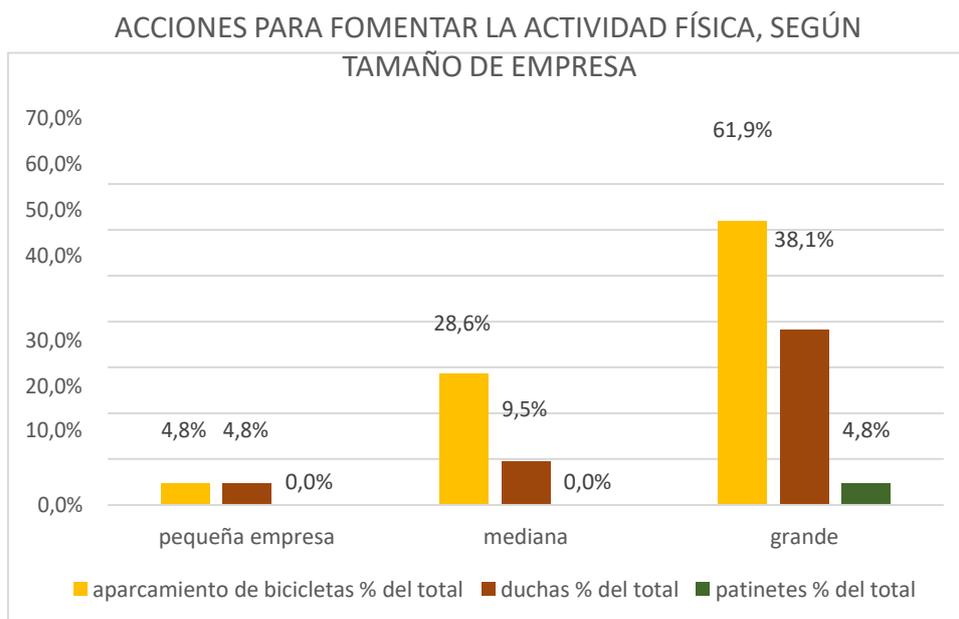


Gráfico 41. Existencia de servicios (%) que faciliten acudir caminando o en bicicleta, según tamaño de empresa.

Una vez más, son las grandes empresas las que refieren tener en mayor medida acceso a infraestructuras deportivas para sus trabajadores (27,0%); y un 5,6% de las medianas empresas. Ni las microempresas ni las pequeñas empresas refieren tener dicha posibilidad (gráfico 42). Un 14,3% de las microempresas, en cambio, sí ofrece asesoramiento profesional a aquellos empleados que quieren realizar actividad física, así como un 38,9% y un 37,8% de las medianas y grandes empresas, respectivamente. No se registra esta posibilidad en las pequeñas empresas evaluadas (gráfico 43).

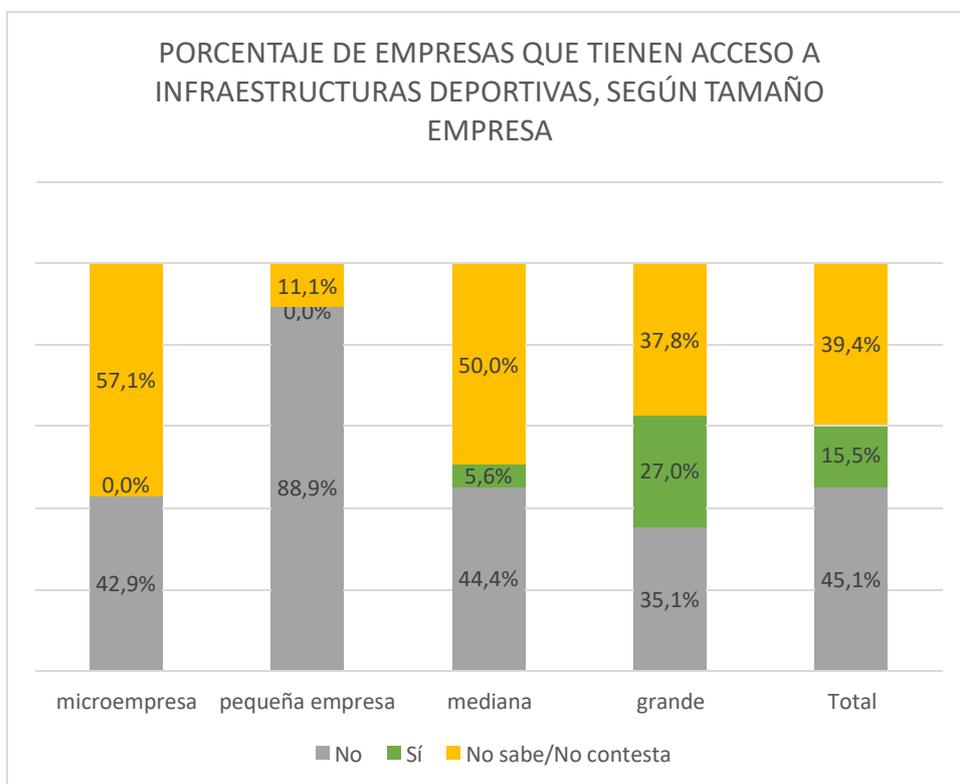


Gráfico 42. Empresas (%) con acceso a infraestructuras deportivas, según tamaño de empresa.

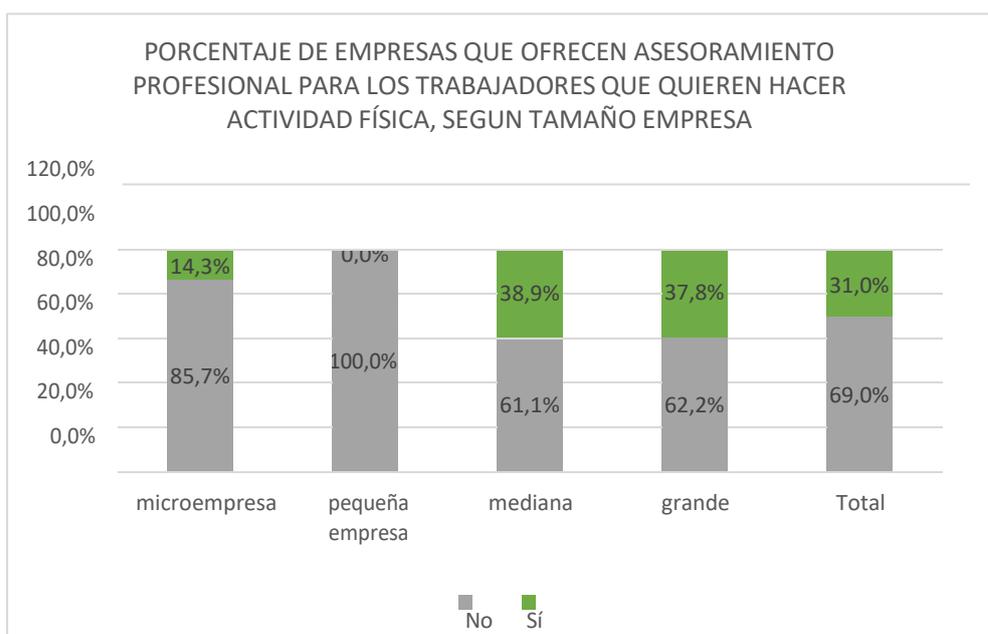


Gráfico 43. Empresas (%) que ofrecen asesoramiento profesional a los trabajadores que quieren realizar actividad física, según tamaño de empresa.

Son una vez más las medianas (50%) y grandes empresas (64,9%) las que con mayor frecuencia proporcionan formación o información sobre actividad física a sus trabajadores (gráfico 44). Sólo un 11,1% de las pequeñas empresas lo hacen, y en ningún caso se registra esta actividad en las microempresas evaluadas (gráfico 44). Esta formación o información se canaliza principalmente a través de la Intranet de la empresa y correo electrónico (pequeña empresa), así como a través de sesiones informativas, conferencias o eventos presenciales (gráfico 45).

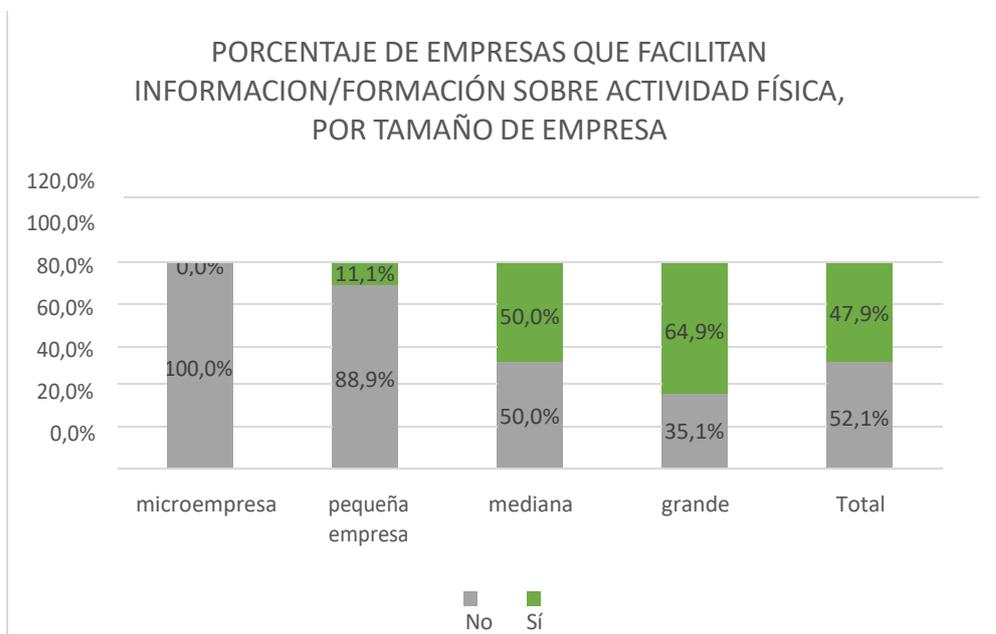


Gráfico 44. Empresas (%) que facilitan formación o información sobre actividad física, según tamaño de empresa.

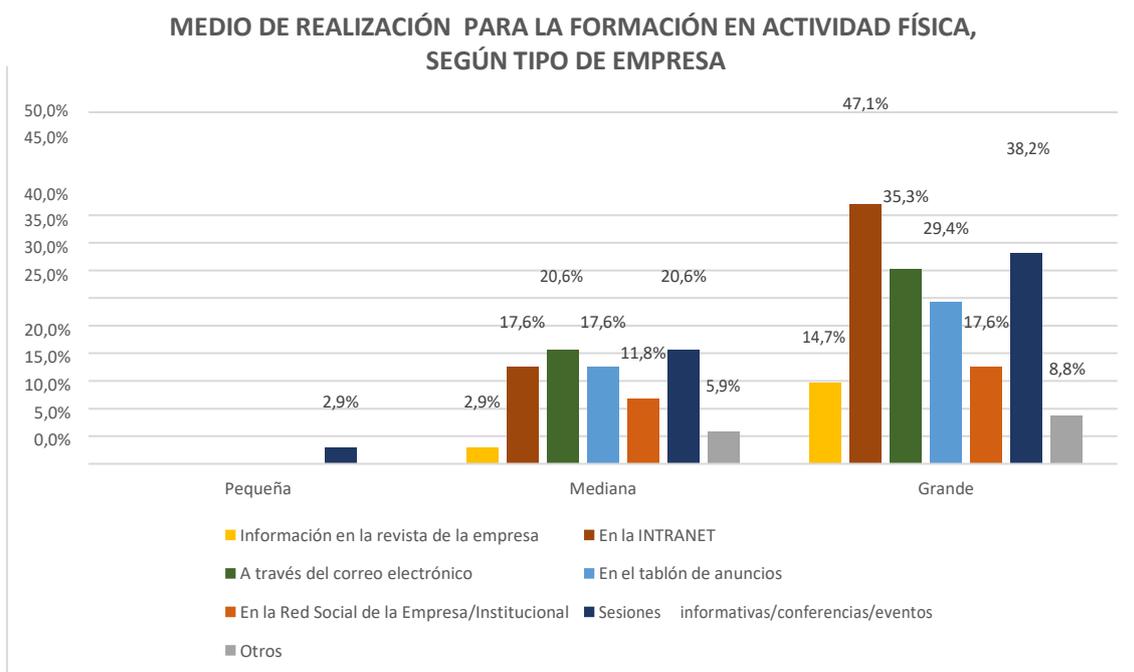


Gráfico 45. Canal para la formación en actividad física (%), según tamaño de empresa.

Las diferentes acciones llevadas a cabo para promocionar la actividad física son evaluadas únicamente en las grandes (21,6%) y medianas (16,7%) empresas. No se refiere tal evaluación en las pequeñas empresas (gráfico 46), pese a que algunas de ellas sí llevan a cabo diferentes acciones.

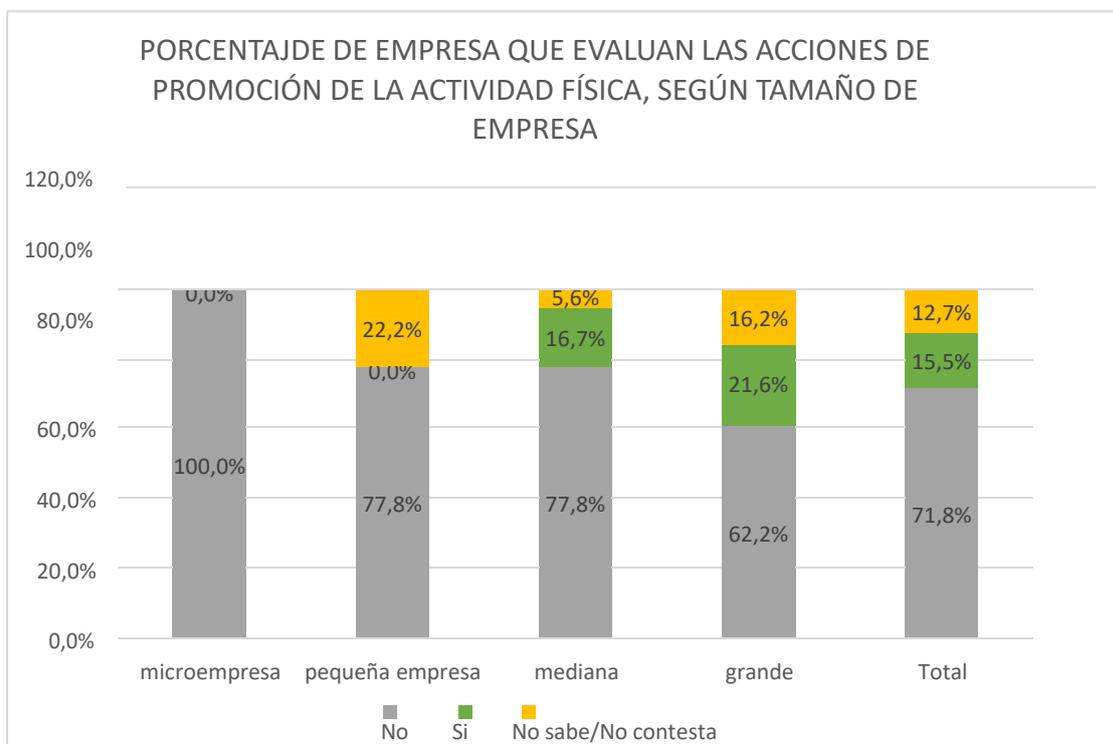


Gráfico 46. Empresas (%) que evalúan las acciones de promoción de la actividad física, según tamaño de empresa.

3.8. Estrategia y ejecución empresarial en COVID-19

Un 55,6% de las grandes empresas participantes tenían certificación como espacio COVID-protégido (gráfico 47), y un 44,4% de las medianas. Las pequeñas y microempresas refirieron tener esta certificación en un 11,1% y 14,3% de los casos, respectivamente.

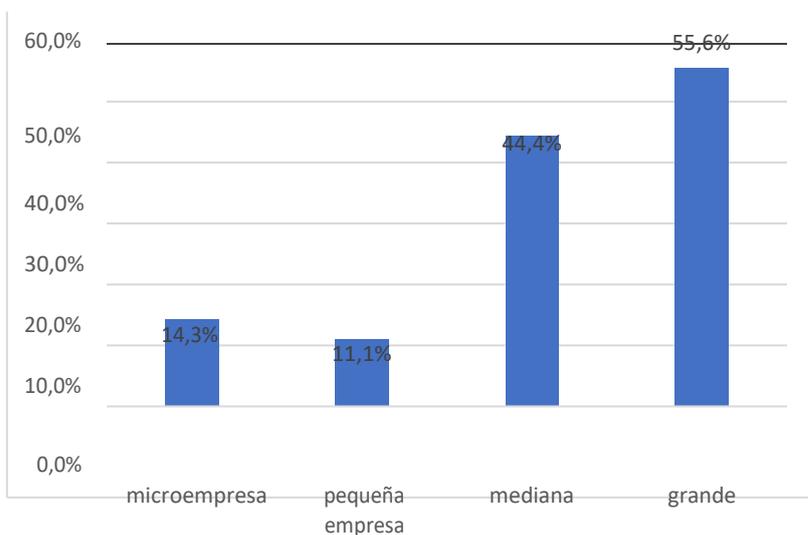


Gráfico 47. Empresas (%) con certificación de espacio COVID-prottegido, según tamaño de empresa.

Durante el confinamiento provocado por la pandemia por COVID-19, la mayoría de las empresas ofertaron consejos generales de salud, e incluso recomendaciones sobre seguridad alimentaria (gráfico 48). Las empresas de gran tamaño, además, realizaron formación en hábitos saludables, tanto en el ámbito específico de la alimentación, como de la promoción de la actividad física, e incluso también en este sentido algunas de las medianas empresas (11.1% de ellas).

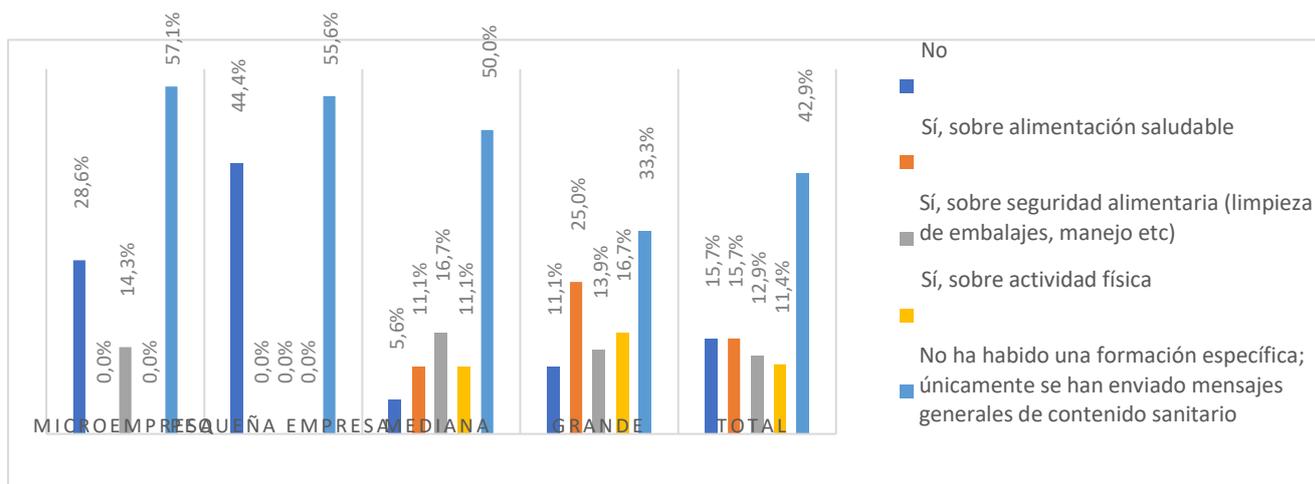


Gráfico 48. Formación específica proporcionada a los trabajadores durante la pandemia, sobre bienestar nutricional y actividad física, según tamaño de empresa.

La opinión más frecuente, independientemente del tamaño de la empresa, es que los cambios realizados en la política de la empresa sobre bienestar nutricional y actividad física en un futuro cercano, sólo se van a modificar sustancialmente en cuanto a la prevención de COVID (gráfico 49). Un 37% de las grandes empresas, además, creen que sí puede haber otras modificaciones sustanciales en las políticas citadas.

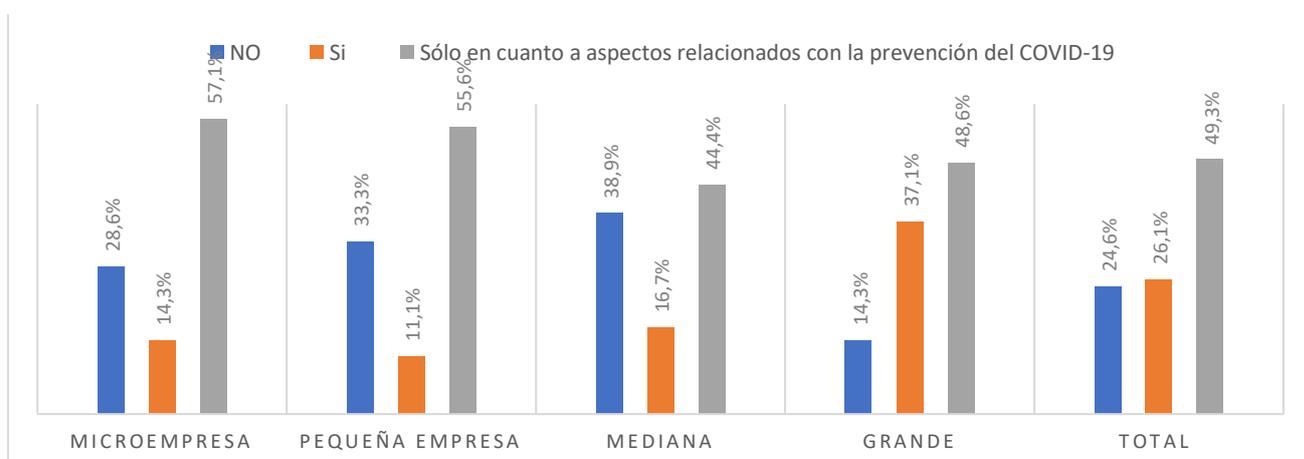


Gráfico 49. Opinión sobre el posible cambio sustancial en la política de la empresa sobre bienestar nutricional y actividad física, según tamaño de empresa.

En cuanto a dichos cambios, las adaptaciones concretas más comunes tras el confinamiento están relacionadas con la zona de la empresa destinada para comer. En dos casos se ha decidido cerrar el comedor, pero en la mayoría de las empresas (63%) se ha optado por ampliar la zona de comida para los trabajadores (gráfico 50).

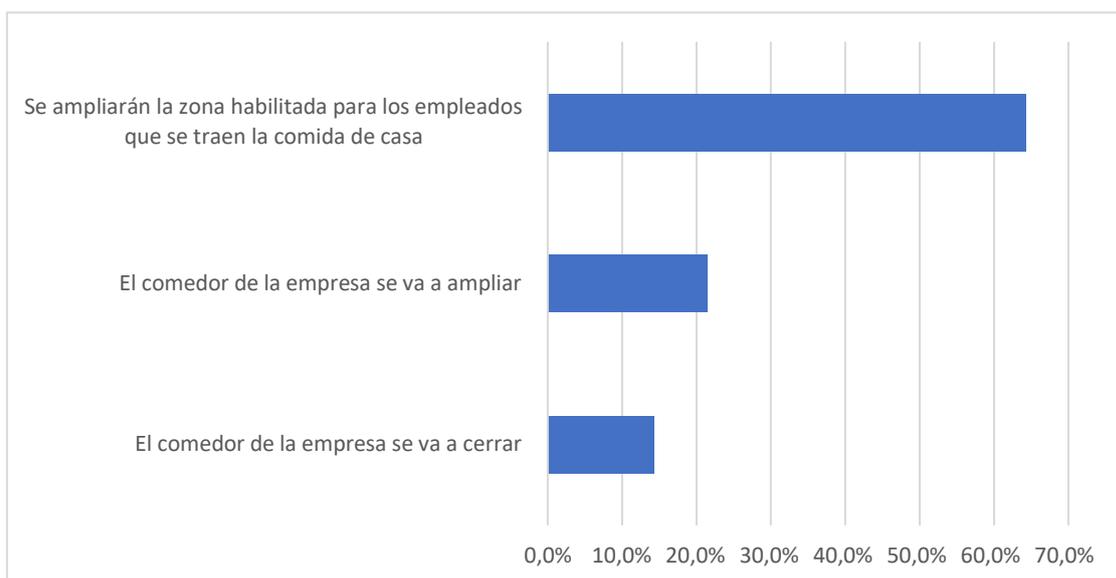


Gráfico 50. Adaptaciones en las empresas (%) tras el confinamiento, relacionadas con la alimentación.

Por último, con relación al uso de las instalaciones deportivas de las empresas (en aquellas que disponen de las mismas), la mayoría de ellas se han cerrado (gráfico 51).

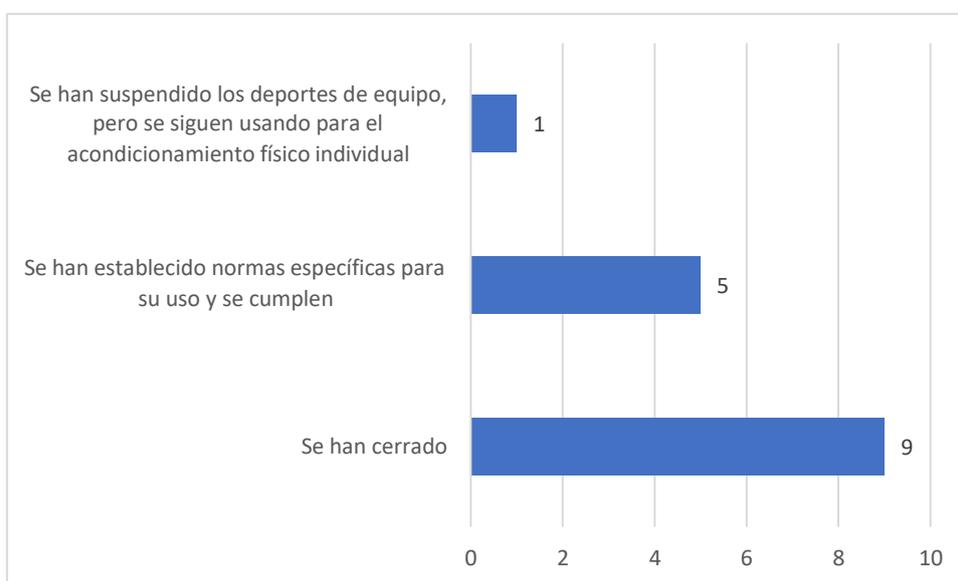


Gráfico 51. Número de empresas que han modificado el uso de sus instalaciones deportivas debido a la pandemia por COVID.

4. CONCLUSIONES

En cuanto a la organización y estructura empresarial general en políticas de salud:

Una amplia mayoría de las empresas evaluadas pertenecen a alguna red de *empresas saludables* de España, y casi todas refieren un importante compromiso y proactividad en la promoción de la salud en el ámbito laboral. De forma interesante, también la mayoría de las empresas implican a sus propios trabajadores en el diseño de las políticas de promoción de dicha salud laboral.

En cuanto a la organización y estructura empresarial en alimentación saludable:

Cerca de la mitad de las empresas evaluadas cuentan con planes de promoción de alimentación saludable. Un porcentaje bajo de las empresas evaluadas cuenta con un servicio o departamento específico destinado a la salud alimentaria y nutricional, detectándose un tímido crecimiento en el interés en este tipo de planes desde el año 2017.

En cuanto a la estrategia y ejecución empresarial en alimentación saludable:

Prácticamente todas las empresas cuentan con espacios físicos destinados a que los trabajadores puedan comer, incluyendo tanto servicio específico de comedor (grandes y medianas empresas), como zona o espacio a tal fin (todo tipo de empresas). La mayor parte de los servicios de comedor son de gestión externa, y en estos casos mayoritariamente el menú es valorado por parte de un dietista nutricionista. Es destacable la variada oferta de distintos tipos de menús, en estas empresas, que pone de manifiesto una importante preocupación por las actuales demandas de los consumidores en cuanto a propuestas alimentarias encaminadas a mejorar la salud de los consumidores.

Prácticamente todas las empresas ponen a disposición de sus trabajadores algunos medios tales como el microondas, frigorífico y fregadero, así como dispensadores de agua, disponibles de forma ubicua en toda la empresa. Las empresas de mayor tamaño (medianas y grandes), además, disponen de máquinas expendedoras tipo vending, asimismo de forma ubicua, y que contienen una mayor variedad de alimentos de especial interés nutricional (fruta, zumos naturales, frutos secos, verduras), además de otros menos apropiados. Hay asimismo una oferta más saludable de alimentos para diferentes eventos, por parte de las grandes empresas, que además contribuyen en mayor medida a la financiación de la comida diaria de los trabajadores.

En cuanto a la formación e intervención en alimentación saludable en la empresa:

Son asimismo las medianas y grandes empresas las que proporcionan más información nutricional a sus empleados. No obstante, más allá de la mera información, una importante mayoría de las empresas afirma (pese a no tener planes específicos de promoción de alimentación saludable) proporcionar algún tipo de formación sobre hábitos alimentarios, a través de cursos, mensajes en la intranet o correo electrónico. De nuevo, las grandes y medianas empresas son las que llevan a cabo este tipo de campañas, mayoritariamente, ofertando tanto formatos presenciales como digitales. La participación de los trabajadores en este tipo de acciones es inferior al 50%.

Algunas empresas están comenzando a ofrecer un servicio de atención nutricional, propiamente dicho, a sus trabajadores. En algunos casos este servicio es prestado por otros profesionales de la salud que no son dietistas-nutricionistas. Este tipo de servicios se solicitan con notable frecuencia más allá de recibirlo asociado al reconocimiento médico anual.

Como parte de las medidas de implementación de alimentación saludable en las empresas, casi la mitad de ellas afirman desarrollar medidas relacionadas con la *sostenibilidad alimentaria*, siendo una vez más las medianas y grandes empresas las que tienen una mayor variedad de

medidas. En cualquier caso, en todas las empresas, sin importar su tamaño, se describen como estrategias el empleo de botellas de vidrio y material reciclable, así como un sistema de reciclado de desperdicios en las zonas habilitadas para comer, así como reducir el uso de plástico.

En cuanto a la organización, estructura, estrategia y ejecución empresarial en actividad física:

Las empresas que elaboran más planes de actuación específicos para la promoción de la actividad física son las grandes empresas, así como las medianas. Muy pocas empresas pequeñas y microempresas los elaboran.

Son precisamente las grandes y medianas empresas las que más facilitan dichos planes, tanto desde el punto de vista de facilitar el horario a los trabajadores, como de poner a su disposición los recursos materiales apropiados (infraestructuras).

Más aún, prácticamente sólo las medianas y grandes empresas proporcionan a sus empleados información y formación sobre la actividad física, y evalúan la efectividad de las distintas acciones.

En cuanto a la estrategia y ejecución empresarial en COVID-19:

Alrededor de un tercio de las empresas estudiadas disponen de certificación de espacio COVID-protégido (con más frecuencia las medianas y grandes empresas).

Durante el confinamiento ocasionado por la pandemia, ha sido escasa la información proporcionada por las empresas a sus trabajadores en cuanto a alimentación saludable, más allá de consejos generales de salud o, en algunos casos, sobre seguridad alimentaria. Sólo las grandes empresas realizaron una formación algo más específica, tanto en alimentación, como en actividad física. La medida más habitual adoptada por las diferentes empresas, al finalizar el confinamiento, es ampliar la zona habilitada para que puedan comer los empleados, de acuerdo a las normas y recomendaciones sanitarias.

En cuanto a la actividad física, la medida más habitual ha sido el cierre de las instalaciones deportivas de aquellas empresas que disponen de las mismas.

Conclusión general

Las empresas evaluadas refieren en general un marcado compromiso y proactividad en la promoción de la salud en el ámbito laboral. Sin embargo, en cuanto a las estrategias y planes específicos enfocados a promocionar la salud alimentaria-nutricional propiamente dicha de los trabajadores, incluyendo alimentación saludable, sostenible, y estilo de vida activo, este compromiso parece tener importante potencial de crecimiento. Dichas estrategias y planes podrían calificarse de incipientes y, en cualquier caso, se encuentran mucho más desarrollados y potenciados en grandes y medianas empresas, sin duda con más recursos de todo tipo. Por otro lado, las estrategias en cuanto a COVID-19 han sido mejorables. No obstante, se detecta una creciente sensibilidad empresarial en este aspecto de la salud de las personas, que es de esperar se traduzca en más y mejores acciones que contribuyan finalmente a mejorar el

estado nutricional de los trabajadores y, por tanto, finalmente su productividad y rendimiento laboral, junto con una mejor calidad de vida.

5. RESUMEN E IDEAS CLAVE

La alimentación es un factor clave que afecta a la salud, y es necesario adaptarla a la vida laboral para mejorar el rendimiento, reducir la fatiga, el absentismo y el presentismo de los trabajadores y finalmente optimizar la productividad. Esta necesidad cobra especial relevancia en un país de características mediterráneas como es España, donde una buena parte de la actividad laboral gravita en torno a los horarios de las comidas y pausas laborales.

Una alimentación desequilibrada hace proclive al trabajador a una mayor morbimortalidad, incrementa los costes médicos y finalmente supone unos menores ingresos económicos. En trabajos sedentarios, que son los más frecuentes en la sociedad española, o por turnos, o con horarios especiales, es especialmente imperativo promocionar una alimentación coherente, y un estilo de vida activo. Los distintos organismos internacionales proponen, de hecho, que el lugar de trabajo se utilice cada vez más como un entorno para la promoción de la salud y las actividades de salud preventivas.

En este contexto, adquiere especial protagonismo la restauración colectiva -de la que hacen uso la gran mayoría de los trabajadores-, ya que el perfil actual de usuario es el de un consumidor que demanda placer gastronómico, variedad de oferta, buen precio y, cada vez más, una oferta saludable e incluso, de manera creciente, sostenible.

Afortunadamente, cada vez son más las empresas conscientes de la influencia positiva de un estado nutricional óptimo de sus trabajadores sobre la mejora de los índices de productividad en el trabajo. Sin embargo, pese a ello y, sorprendentemente, apenas hay en España estudios que hayan evaluado aspectos concretos de los hábitos y escenarios alimentarios en el trabajo. Tampoco hay estudios que recojan de manera actualizada las acciones o estrategias que se llevan a cabo por parte de empresas e instituciones en materia de alimentación y nutrición, ni sus posibles conclusiones.

La Universidad San Pablo CEU y la Fundación MAPFRE han realizado anteriormente proyectos conjuntos que han permitido evaluar en la sociedad española adulta diferentes aspectos sociales de la alimentación (decisión alimentaria, habilidades y responsabilidades culinarias, conocimientos en sostenibilidad alimentaria, entre otros).

En esta ocasión, como objetivo general, se han analizado algunos aspectos de la alimentación y nutrición en el entorno laboral en España, relativos a la organización, estructura y estrategias empresariales para la promoción tanto de una alimentación saludable como de un estilo de vida activo de los trabajadores. Asimismo, y dada la actual situación sanitaria mundial, se han evaluado las principales medidas en el entorno laboral relacionadas con el bienestar alimentario y nutricional de los trabajadores a partir de la pandemia originada por COVID-19.

Por todo lo anterior, se ha llevado a cabo un estudio de diseño transversal, con una muestra de 71 empresas en España, incluyendo microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas, cada una de las cuales ha respondido (entre febrero de 2020 y febrero de 2021) a un cuestionario específicamente diseñado por los miembros del equipo investigador de la Universidad San Pablo CEU. El cuestionario incluye temas relacionados con la alimentación, la actividad física y la situación nutricional en circunstancias COVID-19, todo ello en el ámbito laboral.

La evaluación de la organización, estructura y estrategia empresarial en alimentación muestra que más de la mitad de las empresas estudiadas no cuentan con planes de promoción de alimentación saludable, siendo prácticamente inexistente en las empresas un servicio o departamento específico destinado a trabajar sobre la salud nutricional de los trabajadores.

Sí se dispone habitualmente de recursos tales como espacios destinados a que los trabajadores puedan comer, y hay una más que notable oferta de distintos tipos de menús, que pone de manifiesto una importante preocupación por cubrir las actuales demandas de los consumidores en cuanto a mejorar su estado de salud. En una gran mayoría de las empresas se dispone de máquinas dispensadoras de agua o de alimentos, tipo *vending*. Las grandes y medianas empresas ofrecen más variedad de alimentos de mayor interés nutricional, en estas máquinas dispensadoras, así como en eventos laborales (fruta fresca, zumos naturales, frutos secos, verduras). Son asimismo las que desarrollan más medidas destinadas a promocionar la sostenibilidad alimentaria y las que proporcionan más formación e información nutricional a sus empleados, tanto de forma presencial como *on line*. Es notable el interés de los trabajadores por recibir consejo dietético y nutricional.

En cuanto a organización, estructura y estrategia empresarial en actividad física, son las grandes empresas prácticamente las únicas que cuentan con planes específicos para promocionar dicha actividad, facilitando horarios, infraestructuras, información y formación, a sus trabajadores.

Respecto a estrategias nutricionales relacionadas con COVID-19, sólo las grandes empresas han realizado una formación específica tanto en alimentación saludable como en actividad física, si bien se han llegado a cerrar instalaciones deportivas en aquellas empresas que disponían de las mismas. La medida más habitual adoptada por los distintos tipos de empresas tras finalizar el confinamiento ha sido ampliar la zona habilitada para que puedan comer los empleados.

Por tanto, queda aún un importante camino por recorrer, en cuanto al compromiso de las empresas con la promoción de una alimentación saludable y sostenible y un estilo de vida activo de sus trabajadores. Esta necesidad es más acusada en las pequeñas empresas y microempresas. Las estrategias en cuanto a COVID-19 son igualmente mejorables. No obstante, se detecta una creciente sensibilidad empresarial en la búsqueda de la mejora de la salud de los trabajadores, que es de esperar se concrete en más y mejores acciones que contribuyan finalmente a mejorar su estado nutricional, por tanto, su productividad y rendimiento laboral, junto con una mejor calidad de vida.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Grimani, A., Aboagye, E. & Kwak, L. (2019). The effectiveness of workplace nutrition and physical activity interventions in improving productivity, work performance and workability: a systematic review. *BMC Public Health* 19:1676 <https://doi.org/10.1186/s12889-019-8033-1>. Acceso 4 de junio de 2021.
2. Panel de Expertos de ISS. Nutrición saludable en el *workplace*. ISS Facility Services, S.A.U., 2019. Acceso 4 de junio de 2021. <http://www.publications.issworld.com/ISS/ES/publicaciones/estudio-nutricion-saludable-workplace/>
3. Mohd Azmi, N., Juliana, N., Mohd Fahmi Teng, N. I., Azmani, S., Das, S., & Effendy, N. (2020). Consequences of Circadian Disruption in Shift Workers on Chrononutrition and their Psychosocial Well-Being. *International journal of environmental research and public health*, 17(6), 2043. <https://doi.org/10.3390/ijerph17062043> Acceso 6 de julio de 2021.
4. Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (INSST), O.A., M.P. (2019). Plan de acción 2019-2020. Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo 2015-2020.
5. Organización Mundial de la Salud (OMS). Salud de los trabajadores: plan de acción mundial. 60.ª Asamblea Mundial de la Salud WHA60.26, 2007. https://www.who.int/occupational_health/WHO_health_assembly_sp_web.pdf
6. Drewnowski, A. (2020). Impact of nutrition interventions and dietary nutrient density on productivity in the workplace. *Nutr Rev.* 2020 Mar 1;78(3):215-224. doi: 10.1093/nutrit/nuz088
7. Intervención de promoción de hábitos saludables en el ámbito laboral (IPHASAL). Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Consumo. Madrid, 2020.
8. Comunidad de Madrid (2021). Comer en tartera de manera segura. Hábitos saludables en el trabajo. Acceso 6 de julio de 2021. <https://www.comunidad.madrid/servicios/salud/habitos-saludables-trabajo>
9. Varela, G., Serrano, M., Alonso-Apperte, E., García González, A. & Achón, M. (2015). Alimentación y sociedad en la España del siglo XXI. Fundación MAPFRE.
10. Varela, G., Carretero, A., Alonso-Apperte, E., García González, A. & Achón, M. (2018). Alimentación, sociedad y decisión alimentaria en la España del siglo XXI. Fundación MAPFRE.

ANEXO

HÁBITOS ALIMENTARIOS Y ESTILOS DE VIDA EN EL ENTORNO LABORAL EN ESPAÑA"

Universidad San Pablo CEU-Fundación MAPFRE

1. Identificación

- 1.Nombre de la empresa o institución
- 2.Dirección postal
- 3.Provincia
- 4.Nombre y Apellidos de la persona de contacto
- 5.Función/cargo en la empresa de la persona de contacto 6.E-mail de la persona de contacto
- 7.Teléfono de la persona de contacto
- 8.Número de trabajadores en la empresa
- 9.En su empresa ¿existen diferentes turnos de trabajo?
 - a. Sí
 - b. No
10. Por favor, marque las opciones adecuadas
 - a. Mañana
 - b. Tarde
 - c. Noche
- 11.En relación al turno de trabajo, por favor indique la opción pertinente
 - a. Horario continuado
 - b. Horario partido

2. General

12. ¿La Empresa o Institución está comprometida, y apoya de forma activa, con la política de promoción de la salud en el trabajo e iniciativas relacionadas?
 - a. Sí
 - b. No
 - c. NS/NC
13. ¿Se da a los trabajadores la oportunidad de participar en la elaboración de la política de promoción de la salud en el trabajo?
 - a. Sí
 - b. No
 - c. NS/NC

14. ¿Se informa a los trabajadores acerca de la política de promoción de la salud en el trabajo?

- a. Sí
- b. No
- c. NS/NC

15. ¿Pertenece la empresa o institución a alguna red de empresas saludables?

- a. Sí
- b. No

16. Indique cuál/cuáles

3. Alimentación Saludable-

3.1. Organización y Estructura

17. En su Empresa/Institución ¿se ha elaborado un plan de actuación específico para la promoción de una alimentación saludable?

- a. Sí
- b. No

18. ¿Desde cuándo? Indique el año de inicio

19. ¿Se ha designado un coordinador y/o establecido un grupo de trabajo para la promoción de una alimentación saludable?

- a. No
- b. Un coordinador
- c. Un grupo de trabajo
- d. Ambos

20. ¿Quién lo compone? Indique cargo/función en la empresa de cada uno de los componentes

21. ¿De qué estructura organizativa depende el coordinador/grupo de trabajo?

22. ¿Se ha facilitado al coordinador y/o a los miembros del grupo de trabajo, formación y/o información específica acerca de una alimentación saludable?

- a. Sí
- b. No

23. ¿Participan los trabajadores en el desarrollo de acciones/medidas de promoción de una alimentación saludable?

- a. Sí
- b. No

24. ¿Se ha llevado a cabo una evaluación de necesidades en lo relativo a hábitos alimentarios saludables?

- a. Sí
- b. No

3.2. Alimentación Saludable-Estrategia y Ejecución

25. ¿Existe un área para comer a disposición de los trabajadores?

- a. Sí
- b. No

26. ¿De qué tipo?

- a. Servicio de comedor
- b. Zona habilitada para comer
- c. Ambas

27. En el caso de existir comedor en su empresa ¿es de gestión interna o externa?

- a. Gestión interna
- b. Gestión externa

28. En el caso de existir comedor en su empresa ¿el menú ofertado es valorado por un dietista-nutricionista?

- a. Sí
- b. No
- c. No lo sé

29. En el caso de existir comedor en su empresa ¿existen distintas opciones de menú? Marque todas las opciones que sean pertinentes

- a. Varias opciones primeros/segundos platos
- b. Menú saludable ("Healthy")
- c. Menús especiales para intolerancias y/o alergias (celiaquía, intolerancia a lactosa...)
- d. Menú vegetariano
- e. Menú vegano
- f. Dieta blanda
- g. Otros

30. En el caso de haber contestado "otros" a la pregunta anterior, indique cuáles

31. En caso de zona habilitada para comer dispone de

- a. Microondas
- b. Frigorífico
- c. Fregadero
- d. Utillaje / menaje / vajilla
- e. Fuente / dispensador de agua
- f. Máquinas de vending
- g. Otros

32. En el caso de haber indicado "Otros" en la pregunta anterior indique cuáles

33. ¿Existe información nutricional en las zonas habilitadas para comer/comedor?
- a. Sí (posters, dípticos, información en mantelillos de papel...)
 - b. No
34. ¿Subvenciona la empresa el total o parte de la comida?
- a. Sí
 - b. No
35. ¿Existen máquinas vending en la Empresa/Institución?
- a. Sí
 - b. No
36. ¿Ofrece algunos de los siguientes alimentos? Marque todas las opciones pertinentes
- a. Fruta
 - b. Verdura (palitos zanahorias; guacamole, ...)
 - c. Frutos secos
 - d. Agua
 - e. Zumos naturales
37. ¿Ofrece la Empresa/Institución opciones saludables en los eventos/pausas/reuniones ...?
- a. Sí
 - b. No
38. ¿Cuáles se ofertan? opciones saludables.
- a. Fruta
 - b. Frutos secos
 - c. Opciones vegetales
 - d. Agua
 - e. Zumos naturales
 - f. Otros
39. En el caso de haber contestado "otros" en la opción anterior indique cuáles
40. En su Empresa/Institución ¿Se ofrece de manera habitual fruta fresca de forma gratuita?
- a. Sí
 - b. No
41. En su Empresa/Institución ¿Existen puntos dispensadores de agua de forma gratuita?
- a. Sí
 - b. No

3.3. Alimentación Saludable-Formación-Intervención

42. ¿Facilita la Empresa/Institución información/formación sobre hábitos alimentarios saludables?
- a. Sí
 - b. No
43. ¿De qué tipo? Indique todas las opciones que sean pertinentes

- a. Información en la revista de la empresa
 - b. En la INTRANET
 - c. A través del correo electrónico
 - d. En el tablón de anuncios
 - e. En la Red Social de la Empresa/Institucional
 - f. Sesiones informativas/conferencias/eventos
 - g. Campañas específicas
 - h. Otros
44. En el caso de haber contestado "otros" en la pregunta anterior indique cuáles
45. En el caso de ofrecerse formación en el ámbito alimentario
- a. Se realiza desde la empresa
 - b. Se contrata
 - c. Ambas
 - d. No ofertamos programas de formación en el ámbito alimentario
46. En el caso de ofertar programas de formación en el ámbito alimentario, son/eran de carácter:
- a. Obligatorio
 - b. Voluntario
 - c. Depende del programa
47. ¿Podría indicarnos de forma numérica, la media de participación?
48. ¿Podría indicarnos los temas que se tratan/trataron en los mismos?
49. Con respecto a la presencialidad, los cursos de formación son/eran de carácter
- a. Presencial
 - b. On-line
 - c. De ambos tipos
50. ¿Podría indicarnos la duración media (horas) de los cursos en relación con el ámbito alimentario?
51. Por favor, añada cualquier comentario que considere pertinente en relación con la formación de los trabajadores en el ámbito de la alimentación
52. ¿Se ofrece atención nutricional a los trabajadores por parte de un dietista/nutricionista?
- a. Sí, por un dietista-nutricionista
 - b. Sí, por otro profesional de la salud

- c. No
53. El dietista nutricionista es
- a. Personal contratado
 - b. Servicio externo
54. La atención nutricional por parte del dietista-nutricionista es
- a. Presencial en la empresa
 - b. En el despacho externo del dietista
 - c. On-line
55. ¿Se ofrece atención nutricional a los trabajadores a través de otros profesionales de la salud? Indique todas las opciones pertinentes
- a. Medicina
 - b. Enfermería
 - c. Fisioterapia
 - d. Otros
56. Si ha contestado "otros" en la pregunta anterior, indique cuáles
57. En caso de ofrecerse consejo/atención nutricional ¿cómo se realiza?
- a. Asociado al reconocimiento médico anual
 - b. Semanalmente
 - c. Mensualmente
 - d. Bajo solicitud
58. ¿Facilita la Empresa salas destinadas a la lactancia materna, para las trabajadoras?
- a. Sí
 - b. No
59. ¿Implementa su Empresa/Institución medidas relacionadas con el incremento de la sostenibilidad alimentaria?
- c. Sí
 - d. No
 - e. NS/NC
60. ¿De qué tipo?
- a. Reducir desperdicios en el comedor
 - b. Reducir el uso de plásticos en vajilla/utillería
 - c. Utilizar botellas de vidrio/tazas reutilizables
 - d. Sistema de reciclado de desperdicios en las zonas habilitadas para comer
 - e. Otros
61. En el caso de haber contestado "otros" en la pregunta anterior, indicar cuáles

3.4. Alimentación Saludable-Resultados y Evaluación

62. ¿Se evalúan las acciones/medidas de promoción de una alimentación saludable?
- a. Sí
 - b. No

c. NS/NC

63. ¿Cómo?

- a. Mediante cuestionarios a los trabajadores
- b. Mediante debate en el grupo encargado de la promoción de hábitos saludables
- c. Mediante evaluaciones del conocimiento
- d. Otros

64. En el caso de haber contestado "otros" en la respuesta anterior, especifique cuáles

4. Actividad Física

4.1. Actividad física- Organización y Estructura

65. En su Empresa/Institución ¿se ha elaborado un plan de actuación específico para la promoción del ejercicio/actividad física?

- a. Sí
- b. No

66. ¿Desde cuándo? Indique el año de inicio

67. ¿Se ha designado un coordinador y/o establecido un grupo de trabajo para la promoción del ejercicio/actividad física?

- a. No
- b. Un coordinador
- c. Un grupo de trabajo
- d. Ambos

68. ¿Quién lo compone? Indique cargo/función en la empresa de cada uno de los componentes

69. ¿De qué estructura organizativa depende el coordinador/grupo de trabajo?

70. ¿Se ha facilitado al coordinador y/o a los miembros del grupo de trabajo, formación y/o información específica acerca del ejercicio actividad física?

- a. Sí
- b. No

71. ¿Participan los trabajadores en el desarrollo de acciones/medidas de promoción del ejercicio/actividad física?

- a. Sí
- b. No

72. ¿Se ha llevado a cabo una evaluación de necesidades en lo relativo a hábitos de ejercicio/actividad física?

- a. Sí
- b. No
- c. NS/NC

4.2. Actividad Física- Estrategia y Ejecución

73. En su Empresa/Institución ¿se organizan sesiones de actividad física durante las horas de trabajo?

- a. Sí
- b. No

74. ¿Se ofrece la posibilidad de realizar actividad física antes/después de la jornada laboral?

- a. Sí
- b. No

75. Su Empresa/Institución ¿Promociona ir o venir al trabajo andando o en bicicleta?

- a. Sí
- b. No

76. ¿De qué manera? p.e. "aparcamiento de bicicletas" "duchas"

77. ¿Tienen los trabajadores acceso a infraestructuras deportivas?

- a. Sí, dentro de la Empresa/Institución
- b. Sí, fuera de la Empresa/Institución
- c. No

78. ¿Ofrece la Empresa/Institución asesoramiento/ayuda profesional para los trabajadores que quieren hacer ejercicio/actividad física?

- a. Sí
- b. No

79. ¿Facilita la Empresa/Institución información/formación sobre ejercicio/actividad física?

- a. Sí
- b. No

80. ¿De qué tipo? Indique todas las opciones que sean pertinentes

Información en la revista de la empresa

- a. En la INTRANET
- b. A través del correo electrónico
- c. En el tablón de anuncios
- d. En la Red Social de la Empresa/Institucional
- e. Sesiones informativas/conferencias/eventos
- f. Campañas específicas
- g. Otros

4.3. Actividad Física-Resultados y Evaluación

81. ¿Se evalúan las acciones/medidas de promoción del ejercicio físico/actividad física?

- a. Sí
- b. No
- c. NS/NC

82. ¿Cómo?

- a. Mediante cuestionarios a los trabajadores
- b. Mediante debate en el grupo encargado de la promoción de hábitos saludables
- c. Mediante evaluaciones del conocimiento
- d. Otros

83. En el caso de haber contestado "otros" en la respuesta anterior, especifique cuáles

5. Adaptaciones COVID-19 - Estrategia y Ejecución

A continuación, nos gustaría obtener información sobre los efectos de la pandemia Covid-19 en la temática del presente cuestionario:

84. ¿Es su empresa un espacio COVID-protégido/tiene alguna certificación a este respecto?

- a. Sí
- b. No
- c. Se ha solicitado
- d. NS/NC

85. ¿Ha proporcionado su empresa una formación específica durante la pandemia, enfocada hacia el bienestar nutricional y la importancia del ejercicio físico?

- a. Sí, sobre alimentación saludable
- b. Sí, sobre seguridad alimentaria (limpieza de embalajes, manejo etc)
- c. Sí, sobre actividad física
- d. No ha habido una formación específica; únicamente se han enviado mensajes generales de contenido sanitario.
- e. No

86. ¿Cómo se ha realizado dicha formación?

- a. En horario laboral vía telemática
- b. Mediante cursos asíncronos
- c. En las instalaciones de la empresa en grupos reducidos
- d. NS/NC

87. ¿Cree que la pandemia ha modificado/va a modificar sustancialmente la política de la empresa enfocada al bienestar nutricional y actividad física?

- a. Sí
- b. No
- c. No. Sólo en cuanto a la prevención de COVID

88. ¿Qué tipo de modificaciones van a realizarse?

- a. El comedor de la empresa se va a cerrar
- b. El comedor de la empresa se va a ampliar

- c. Se ampliarán la zona habilitada para los empleados que se traen la comida de casa
- d. Se eliminarán ayudas a la atención nutricional
- e. Se eliminarán ayudas a la práctica de actividad física
- f. Se incrementarán las ayudas a la atención nutricional
- g. Se incrementarán las ayudas a la práctica de actividad física
- h. Otras

89. En el caso de haber contestado otras, por favor especifique cuáles

90. Si en su empresa han continuado/van a continuar trabajando presencialmente, y se dispone de comedor:

- a. Hay distanciamiento adecuado entre comensales
- b. Hay dispensadores de gel hidroalcohólico a la entrada/salida
- c. Hay normas específicas, pero al final comemos como siempre, como antes de la pandemia
- d. Hay normas específicas y se cumplen
- e. NS/NC

91. Si su empresa dispone de instalaciones de uso deportivo

- a. Se han cerrado
- b. Se han establecido normas específicas y se cumplen
- c. Hay normas específicas, pero al final se utilizan como siempre, como antes de la pandemia
- d. Se han suspendido los deportes de equipo pero se siguen usando para el acondicionamiento físico individual
- e. NS/NC

Final

92. Si quiere, puede añadir cualquier comentario o información adicional sobre las actividades relacionadas con la promoción de una Alimentación Saludable o la realización de Ejercicio/Actividad Física en su Empresa/Institución

Muchas gracias por su participación. Si lo desea puede enviar cualquier información adicional que considere relevante (ejemplos de menús, material informativo, etc) al siguiente correo electrónico: angargon@ceu.es

Fundación **MAPFRE**

www.fundaciónmapfre.org

Paseo de Recoletos, 23

28004 Madrid (España)