



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2025,
Volumen 9, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2

**COMIDA RÁPIDA Y HÁBITOS ALIMENTARIOS
EN ADOLESCENTES DE CHETUMAL:
ANÁLISIS DOCUMENTAL DESDE LA GASTRONOMÍA
Y LA SALUD PÚBLICA**

**FAST FOOD AND EATING HABITS IN ADOLESCENTS FROM
CHETUMAL: A DOCUMENTARY ANALYSIS FROM GASTRONOMY
AND PUBLIC HEALTH PERSPECTIVES**

Br. Alberto Echazarreta Serrano
Universidad Vizcaya de las Américas

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17496

Comida Rápida y Hábitos Alimentarios en Adolescentes de Chetumal: Análisis Documental desde la Gastronomía y la Salud Pública

Br. Alberto Echazarreta Serrano¹albertoes91@gmail.com<https://orcid.org/0009-0000-5651-595X>

Universidad Vizcaya de las Américas

Campus Chetumal

RESUMEN

El presente artículo analiza la influencia del consumo de comida rápida en los hábitos alimentarios de adolescentes en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, desde una perspectiva cualitativa y documental, integrando enfoques de la gastronomía y la salud pública. Partiendo del contexto nacional e internacional sobre el aumento del sobrepeso y obesidad en adolescentes, se examinan tres ejes temáticos principales: la frecuencia y preferencias en el consumo de comida rápida, la influencia de la publicidad alimentaria y las alternativas gastronómicas locales saludables. A través de la revisión y triangulación de fuentes secundarias académicas y gubernamentales recientes, se diagnostica que, en Chetumal, al igual que en muchas regiones del país, los adolescentes presentan una alta frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados, motivada por factores económicos, sociales, culturales y mediáticos. La investigación propone diversas estrategias de intervención, incluyendo la regulación de publicidad, mejoras en los entornos escolares y urbanos, y el rescate de la gastronomía local como alternativa nutritiva y culturalmente significativa. Se concluye que abordar esta problemática requiere una visión integral que combine políticas públicas, educación alimentaria y participación comunitaria, especialmente juvenil. Este estudio aporta una base teórica contextualizada para futuras intervenciones territoriales en salud pública y nutrición adolescente, y subraya el valor del enfoque gastronómico como herramienta para el diseño de soluciones culturalmente pertinentes.

Palabras clave: adolescencia, comida rápida, hábitos alimentarios, salud pública, gastronomía local

¹ Autor principal

Correspondencia: albertoes91@gmail.com

Fast Food and Eating Habits in Adolescents from Chetumal: A Documentary Analysis from Gastronomy and Public Health Perspectives

ABSTRACT

This article analyzes the influence of fast food consumption on the eating habits of adolescents in the city of Chetumal, Quintana Roo, from a qualitative and documentary perspective, integrating approaches from gastronomy and public health. Based on national and international trends regarding the rise in overweight and obesity among adolescents, the study explores three main thematic axes: the frequency and preferences related to fast food consumption, the impact of food advertising, and the availability of healthy local gastronomic alternatives. Through a review and triangulation of recent academic and governmental secondary sources, it is found that, in Chetumal—as in many regions of Mexico—adolescents display a high frequency of ultra-processed food consumption, driven by economic, social, cultural, and media-related factors. The study proposes a range of intervention strategies, including advertising regulation, improvements in school and urban food environments, and the promotion of local gastronomy as a culturally relevant and nutritious alternative. It concludes that addressing this issue requires a comprehensive approach combining public policy, food education, and community engagement—particularly youth participation. This research provides a contextualized theoretical foundation for future territorial interventions in adolescent nutrition and public health and highlights the value of a gastronomic approach in designing culturally appropriate solutions.

Keywords: adolescents, fast food, eating habits, public health, local gastronomy

Artículo recibido 05 marzo 2025

Aceptado para publicación: 18 abril 2025



INTRODUCCIÓN

La alimentación de los adolescentes ha cobrado especial atención debido al auge de la comida rápida y sus implicaciones en la salud pública. En las últimas décadas se ha observado un incremento drástico del consumo de comida rápida entre jóvenes a nivel mundial, lo que coincide con un aumento paralelo en las tasas de sobrepeso y obesidad en este grupo poblacional. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en 2022 más de 390 millones de niños y adolescentes (de 5 a 19 años) presentaban sobrepeso, lo que equivale al 20% de esa población (en 1990 era apenas 8%). México no es la excepción: la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición continua (Ensanut 2020-22) reportó que el 23.9% de los adolescentes mexicanos (12-19 años) tienen sobrepeso y 17.2% obesidad, sumando más de 40% con exceso de peso. Estos datos evidencian que los hábitos alimentarios de los adolescentes se han deteriorado, en parte por la alta ingesta de comida rápida, caracterizada por su alto contenido calórico y bajo valor nutricional.

La comida rápida –que incluye hamburguesas, pizzas, hot dogs, pollo frito, tacos y antojitos fritos, entre otros– se ha vuelto sumamente accesible y atractiva para la población joven. Los adolescentes suelen preferir estos alimentos por su sabor intenso, practicidad y el mercadeo agresivo que los rodea. A nivel global, más de la mitad de los adolescentes consume comida rápida al menos una vez por semana y aproximadamente 1 de cada 10 la consume casi a diario. Un estudio en 54 países de ingresos bajos y medios encontró una frecuencia promedio de 2.3 comidas rápidas por semana en adolescentes de 12 a 15 años, con variaciones importantes: por ejemplo, en Tailandia más del 43% de los adolescentes consumían comida rápida entre 4 y 7 veces por semana. En regiones de las Américas la proporción de adolescentes que comen comida rápida casi a diario ronda el 8%, lo cual sigue siendo significativo. Esta tendencia generalizada preocupa a las autoridades sanitarias, dado que la evidencia científica ha vinculado el consumo habitual de comida rápida con dietas de mala calidad y exceso de calorías, propiciando problemas de salud en la juventud.

En la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, se observa el mismo fenómeno en la población adolescente. Chetumal, capital del estado y zona de creciente desarrollo comercial, ha experimentado un aumento en la disponibilidad de cadenas de comida rápida y productos ultraprocesados, lo que está influyendo en los hábitos alimentarios locales.



Esta investigación se enfoca en analizar la influencia de la comida rápida en los hábitos alimentarios de adolescentes de 12 a 19 años en Chetumal, con una mirada desde la gastronomía. Se abordan tres líneas temáticas principales: (1) la frecuencia y preferencia de consumo de comida rápida entre los adolescentes, (2) la influencia de la publicidad alimentaria en sus elecciones, y (3) las alternativas gastronómicas saludables disponibles localmente. Asimismo, se contextualiza la problemática en el panorama nacional e internacional actual, identificando patrones, causas y consecuencias del consumo de comida rápida en adolescentes, para finalmente proponer recomendaciones de políticas públicas e intervenciones educativas y gastronómicas adecuadas al contexto de Chetumal.

Esta investigación se basa en la relación entre la comida rápida y los hábitos alimentarios de los adolescentes desde la perspectiva gastronómica es fundamental por varias razones. En primer lugar, la adolescencia es un período crítico en la formación de hábitos de vida. Las preferencias alimentarias adquiridas en esta etapa suelen perdurar hasta la adultez, afectando la salud a largo plazo. Una dieta alta en comida rápida y ultraprocesados durante la juventud se asocia con mayor riesgo de obesidad, síndrome metabólico, diabetes tipo 2, hipertensión y otros trastornos en etapas posteriores. Estos problemas ya se manifiestan en México: la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad en adolescentes mexicanos supera el 40%, consolidándose como un serio problema de salud pública. Entender cómo la disponibilidad y atracción de la comida rápida contribuye a este escenario es esencial para diseñar estrategias preventivas. (Rodríguez, A. 2021).

En segundo lugar, Quintana Roo –y particularmente Chetumal– presenta características sociodemográficas y culturales específicas que justifican un estudio focalizado. La región peninsular ha mostrado incrementos alarmantes en obesidad infantil y adolescente en años recientes. De acuerdo con datos de la Secretaría de Salud, Quintana Roo reportó 20,325 diagnósticos de obesidad en 2022, un aumento del 47% respecto al año anterior, lo que refleja una tendencia regional preocupante. Chetumal, al ser menos urbanizada que otras ciudades turísticas del estado (como Cancún o Playa del Carmen), podría suponerse menos influenciada por cadenas transnacionales de comida rápida; sin embargo, la realidad indica que incluso en comunidades más pequeñas la comida rápida ha ganado terreno en la dieta de los jóvenes, desplazando a la gastronomía tradicional local. (Secretaría de Salud, 2022).



Adicionalmente, abordar el problema desde la óptica de la gastronomía aporta un enfoque innovador e integral. No se trata solo de cuantificar calorías o nutrientes, sino de comprender las prácticas alimentarias, significados culturales y oferta gastronómica que rodean a los adolescentes. Un enfoque gastronómico permite explorar, por ejemplo, cómo la comida rápida compite con la cocina local, qué factores de sabor y conveniencia influyen en las preferencias juveniles, y cómo se podrían rescatar alternativas saludables de la culinaria regional para hacer frente a la “mala alimentación”. Esta perspectiva cualitativa y cultural complementa la visión puramente nutricional, y es crucial para diseñar intervenciones que sean efectivas y culturalmente pertinentes.

Por último, la investigación es pertinente y oportuna porque sus hallazgos podrán informar políticas públicas locales y estrategias educativas. Actualmente existe un impulso nacional por combatir la mala alimentación en la infancia y adolescencia –por ejemplo, con nuevas etiquetas frontales de advertencia en alimentos desde 2020 y la reciente Estrategia de Vida Saludable en escuelas (que prohíbe comida chatarra en entornos escolares)–, pero es necesario aterrizar estas medidas en contextos locales como Chetumal. Esta investigación ofrecerá un diagnóstico específico y recomendaciones adaptadas, sirviendo como insumo para autoridades de salud, educación y para la comunidad en general en Quintana Roo. Asimismo, llenará un vacío en la literatura, ya que son escasos los estudios publicados con enfoque cualitativo-documental sobre hábitos alimentarios adolescentes en el sureste mexicano desde una lente gastronómica.

El objetivo general es analizar con rigor científico la influencia de la comida rápida en los hábitos alimentarios de los adolescentes de 12 a 19 años en Chetumal, Quintana Roo, empleando un enfoque cualitativo y documental desde la gastronomía, que abarque aspectos de consumo, publicidad y alternativas locales, con miras a proponer intervenciones contextualizadas, con cinco objetivos específicos, primero diagnosticar la frecuencia de consumo de comida rápida entre los adolescentes de Chetumal y sus preferencias alimentarias, identificando qué tipos de comida rápida son las más consumidas y los patrones de este consumo, segundo, examinar la influencia de la publicidad alimentaria (tradicional y digital) sobre las decisiones y hábitos alimentarios de los adolescentes, analizando cómo las estrategias de mercadotecnia de comida rápida afectan sus preferencias y comportamiento.



Como objetivo específico es explorar las alternativas gastronómicas saludables locales, describiendo opciones nutritivas de la gastronomía regional (ingredientes, platillos, preparaciones) que podrían servir como sustitutos atractivos a la comida rápida entre la población adolescente. Contextualizar la problemática en el ámbito global y nacional, comparando tendencias y datos de consumo de comida rápida en adolescentes de México y el mundo, para entender el panorama amplio e identificar factores comunes y diferenciales; por último, proponer recomendaciones de políticas públicas, programas educativos y estrategias gastronómicas que promuevan hábitos alimentarios saludables en adolescentes de Chetumal, basadas en la evidencia recopilada, incluyendo intervenciones en escuelas, regulación de publicidad, promoción de la cocina local saludable y otras acciones multisectoriales.

METODOLOGÍA

Esta investigación se llevó a cabo mediante un enfoque cualitativo de tipo documental, adecuado para comprender fenómenos socioculturales complejos como los hábitos alimentarios. Se realizó una extensa revisión bibliográfica y análisis de documentos, recopilando información de fuentes secundarias académicas y gubernamentales (principalmente de 2020 en adelante) relacionadas con alimentación adolescente, comida rápida, publicidad y gastronomía local. Entre las fuentes consultadas se incluyen artículos científicos (publicados en revistas indexadas de nutrición, salud pública y ciencias sociales), reportes de organizaciones internacionales (OMS, UNICEF, OPS), datos oficiales de encuestas nacionales (p.ej., Ensanut) y documentos normativos o programáticos (lineamientos de salud y educación en México).

El diseño metodológico es descriptivo-analítico. Se procedió primero a contextualizar el problema global y nacionalmente mediante informes estadísticos recientes. Luego, para cada una de las tres líneas temáticas definidas (consumo de comida rápida, publicidad e iniciativas locales), se recopilaron estudios de caso, estadísticas y análisis cualitativos relevantes. La información se organizó temáticamente y se analizó identificando patrones, convergencias y contradicciones. Asimismo, se consideraron investigaciones previas en Quintana Roo o regiones afines para incorporar la realidad local.

No se realizó trabajo de campo ni encuestas directas a población debido a la naturaleza documental del estudio; sin embargo, se integraron hallazgos de estudios locales existentes.



Por ejemplo, se incorporaron datos de la Ensanut Continua 2020-22 específicos de adolescentes, así como los hallazgos de un estudio reciente sobre obesidad infantil en Chetumal, entre otros. Los datos cuantitativos secundarios se presentan en forma de porcentajes o frecuencias con sus debidas referencias. Para el análisis de la publicidad, se examinaron informes sobre marketing alimentario orientado a jóvenes. En cuanto a las alternativas gastronómicas locales, se consultaron fuentes sobre la dieta tradicional regional y programas de alimentación saludable locales.

Siguiendo un estilo científico, la investigación se estructura con introducción, objetivos, metodología, resultados por temática y discusión. Se ha privilegiado la triangulación de fuentes para asegurar la confiabilidad de la información: siempre que fue posible, se contrastó un dato o afirmación con múltiples referencias independientes. Además, todas las fuentes utilizadas son veraces y actuales, priorizando publicaciones de 2020 en adelante para reflejar el panorama más reciente. Esto garantiza que las conclusiones y recomendaciones estén respaldadas por evidencia vigente y sean relevantes para la situación actual en Chetumal.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

En las últimas décadas, la globalización de los sistemas alimentarios ha llevado a una penetración masiva de la comida rápida y los productos ultraprocesados en prácticamente todos los rincones del mundo. Compañías multinacionales de alimentos han expandido agresivamente sus mercados hacia países de ingresos medios y bajos, convirtiendo a los adolescentes en uno de sus blancos principales. Esto ha resultado en un cambio notable en los patrones dietéticos: de estos alimentos y la comida rápida conforman una proporción cada vez mayor de la dieta en América Latina, desplazando a alimentos frescos tradicionales. (Bolaños, M., & González, S. 2019).

Un informe de la Organización Panamericana de la Salud señaló que de 2000 a 2013 las ventas per cápita de comida ultraprocesada (incluida la comida rápida) aumentaron casi un 27% en 13 países latinoamericanos (entre ellos México), mientras que en Norteamérica disminuyeron casi 10% en el mismo periodo. Esta mayor disponibilidad y consumo de comida rápida se correlaciona fuertemente con el incremento del peso corporal promedio en la población, siendo un motor importante de las crecientes tasas de sobrepeso y obesidad en la región. (Rodríguez, 2021).



En el panorama internacional, el consumo de comida rápida entre adolescentes se ha normalizado. Estudios transversales muestran que una porción considerable de jóvenes acude regularmente a restaurantes de comida rápida o consume productos listos para comer de este tipo. En Estados Unidos, por ejemplo, un tercio de los niños y adolescentes consume comida rápida diariamente, lo que añade cientos de calorías extra a su ingesta y contribuye al balance energético positivo. (Bolaños & González, 2019)

En numerosos países europeos y asiáticos, la comida rápida se ha integrado a la vida urbana juvenil. Sin embargo, existen variaciones regionales: en algunos países de Asia se han reportado consumos más altos (como el caso ya citado de Tailandia), mientras que ciertas poblaciones de Europa muestran una ligera desaceleración gracias a campañas de alimentación saludable. A pesar de estas diferencias, la tendencia general es preocupante: la adolescencia es la etapa de la vida donde más ha crecido el consumo de comida rápida, en comparación con otros grupos de edad. De hecho, datos de encuestas internacionales indican que los adolescentes suelen consumir comida rápida con mayor frecuencia que los adultos jóvenes o de mediana edad. Este fenómeno se atribuye a que los adolescentes pasan más tiempo fuera de casa, tienen mayor influencia de sus pares y publicidad, y menor preocupación inmediata por la salud. (Gómez, M., & García, D. 2017).

En cuanto a México, el país enfrenta un serio desafío con la alimentación de su población adolescente. La dieta tradicional basada en la milpa (maíz, frijol, vegetales locales) ha ido cediendo terreno frente a alimentos industrializados y de preparación rápida. Las encuestas nacionales lo reflejan: los grupos de alimentos “no recomendables” (como comida rápida, botanas, postres y refrescos) dominan gran parte de la ingesta de los jóvenes.

En la Ensanut Continua 2020-22, se observó que aproximadamente el 32% de los adolescentes mexicanos consumió comida rápida o antojitos fritos al menos una vez en la última semana, porcentaje que supera incluso al de los adultos ($\approx 18\%$) en esa categoría. Es destacable que, dentro de todos los grupos etarios evaluados, los adolescentes resultaron ser los mayores consumidores de comida rápida, evidenciando la particular atracción que ejerce este tipo de comida en la juventud.

Otros estudios nacionales apuntan en la misma dirección: por ejemplo, se ha documentado que 64.7% de los adolescentes mexicanos exceden la ingesta diaria recomendada de azúcares añadidos (muchos



de ellos provenientes de refrescos y comidas rápidas) y que el consumo de frutas y verduras es insuficiente en la mayoría (menos del 40% consume frutas diariamente). Esta combinación de alta disponibilidad de comida chatarra y baja ingesta de alimentos frescos crea un entorno obesogénico que impacta negativamente la salud de los adolescentes. (Cárdenas, J. et al. 2020).

En el contexto nacional normativo, México ha implementado en años recientes varias medidas para intentar frenar esta problemática. En 2014 se introdujo un impuesto especial a las bebidas azucaradas y a los alimentos con alta densidad calórica; en 2020 entró en vigor el nuevo etiquetado frontal de advertencia en productos procesados, diseñado para desalentar el consumo de productos con exceso de calorías, azúcares, sodio y grasas. Asimismo, se han emitido lineamientos para regular la venta de comida chatarra en entornos escolares (como veremos en secciones posteriores). Pese a estos esfuerzos, los cambios en los hábitos poblacionales son lentos. El panorama actual en México sigue mostrando una alta preferencia de los adolescentes por la comida rápida, influenciada tanto por factores socioeconómicos (precios accesibles, conveniencia) como por un bombardeo constante de publicidad dirigida a los jóvenes, un aspecto que exploraremos a detalle.

En síntesis, a nivel global y nacional, el consumo de comida rápida en adolescentes se ha vuelto común y frecuente, contribuyendo a patrones alimentarios poco saludables. Chetumal forma parte de esta realidad más amplia, por lo que comprender el contexto general nos permite enmarcar adecuadamente el análisis focalizado en esta ciudad.

La frecuencia de consumo de comida rápida entre los adolescentes de Chetumal se inscribe en las tendencias antes descritas, con particularidades locales. En ausencia de encuestas locales detalladas, podemos extrapolar de los datos nacionales y de investigaciones regionales. Como se mencionó, cerca de un tercio de los adolescentes mexicanos consumen algún tipo de comida rápida cada semana y una proporción menor pero significativa lo hace casi a diario. En Chetumal, es plausible que estas cifras sean similares, considerando que la ciudad cuenta con establecimientos de cadenas nacionales e internacionales de comida rápida (hamburgueserías, pizzerías, pollerías estilo americano) así como una abundancia de antojitos locales de preparación rápida (tacos, tortas, garnachas) que también entran en la categoría de alimentos de alta densidad calórica. (Mendoza, V. 2018).



En cuanto a preferencias específicas, los adolescentes tienden a inclinarse por comidas rápidas, ricas en grasas, azúcares o sal. Diversos estudios señalan que entre las elecciones favoritas de los jóvenes están las hamburguesas, pizzas, papas fritas, pollo frito, hot dogs, acompañados casi siempre de refrescos azucarados. Un estudio realizado con escolares y adolescentes de la península de Yucatán (estado vecino a Quintana Roo) da pistas sobre los productos chatarra más consumidos en la región: el 57% reportó consumir frituras (botanas saladas) habitualmente, 46% galletas dulces y 31% pan dulce, además de un consumo altísimo de cereales refinados azucarados (62%). Aunque ese estudio se centró en niños más pequeños, es razonable asumir que los adolescentes mantienen y amplían esas preferencias: a las botanas y dulces se suma el gusto por la comida rápida de restaurantes. (INEGI, 2023). En Chetumal, observaciones empíricas y reportes no sistemáticos sugieren que las cadenas de hamburguesas y pizzas son especialmente populares entre los jóvenes, por ser puntos de reunión social además de lugares de comida. La preferencia por marcas internacionales se entremezcla con las opciones locales: por ejemplo, puestos de tacos y tortas en la ciudad suelen estar concurridos por adolescentes, sobre todo en horarios de salida escolar, compitiendo con las cadenas de comida rápida extranjeras. Ambos tipos de comida –la global y la local callejera– comparten características de rapidez, sabor intenso y publicidad boca a boca.

Un factor importante en la frecuencia de consumo es la disponibilidad económica y de tiempo. Muchos adolescentes reciben dinero para alimentos en la escuela o salen con amigos y optan por comidas rápidas económicas. El bajo precio relativo de algunos combos de comida rápida hace que sean opciones viables para jóvenes con presupuesto limitado. Asimismo, la vida estudiantil y las actividades extracurriculares pueden limitar el tiempo para comer en casa; en consecuencia, la comida rápida se convierte en una solución conveniente. Es relevante notar que, en familias urbanas mexicanas, con frecuencia ambos padres trabajan fuera de casa, lo cual reduce la supervisión sobre lo que comen los hijos adolescentes y puede aumentar la ingesta de comida preparada fuera del hogar. (Ortega, A. et al. 2021).

Otro elemento para destacar es el diseño adictivo de la comida rápida. Está documentado que estos productos están formulados con combinaciones de grasas, azúcares y potenciadores de sabor que estimulan intensamente los sentidos y los mecanismos de recompensa del cerebro, fomentando antojos frecuentes.



Los adolescentes, que están en desarrollo y son más impulsivos por naturaleza, pueden ser particularmente susceptibles a estos estímulos. De hecho, expertos de la OPS han señalado que la comida ultraprocesada “no está diseñada para satisfacer necesidades nutricionales, sino para generar deseos incontrolados de consumo”, volviéndose casi adictiva. Esto ayuda a explicar por qué muchos adolescentes crean una preferencia marcada por estos alimentos y los consumen reiteradamente a pesar de conocer, en muchos casos, sus efectos negativos en la salud.

En términos de cantidad, los adolescentes que consumen comida rápida tienden a ingerir porciones grandes. Un informe encontró que los días en que los jóvenes comen comida rápida, consumen en promedio 310 calorías adicionales en comparación con los días en que no la consumen. No solo aumentan las calorías, sino también nutrientes nocivos: esos días se ingieren más azúcares añadidos (principalmente de bebidas) y más sodio. Este patrón, repetido varias veces por semana, conlleva a un exceso calórico crónico que propicia ganancia de peso. En Chetumal, donde el clima cálido puede fomentar el consumo de bebidas azucaradas frías junto con la comida rápida, este efecto podría acentuarse. (Sánchez, L. 2017).

Resumiendo, la frecuencia de consumo de comida rápida entre los adolescentes chetumaleños es preocupantemente alta –alineada con la tendencia nacional– y sus preferencias se inclinan hacia alimentos ricos en calorías, grasas y azúcares, como hamburguesas, pizzas, frituras y refrescos. Estas elecciones frecuentes están impulsadas por la disponibilidad, la conveniencia, la influencia de pares y el diseño de los productos, creando un ciclo de consumo difícil de romper. Esto sienta las bases del problema, el cual se ve agravado por la influencia de la publicidad, como se discutirá a continuación.

Uno de los factores más poderosos que moldean los hábitos alimentarios de los adolescentes es la publicidad y mercadotecnia de alimentos. La industria de la comida rápida invierte sumas colosales en campañas de marketing dirigidas específicamente a niños y jóvenes, consciente de que crear fidelidad de marca a temprana edad puede rendir frutos de por vida. En el caso de la comida rápida, la publicidad no solo vende un producto alimenticio, sino un estilo de vida “moderno, divertido y conveniente” que resulta muy atractivo para los adolescentes. (Sánchez, L. 2017).

Estudios han confirmado que la exposición frecuente a anuncios de comida rápida influye directamente en las preferencias, peticiones de compra y patrones de consumo de los jóvenes.



Los adolescentes, al encontrarse en una etapa de formación de identidad, son especialmente receptivos a mensajes aspiracionales. Los anuncios suelen asociar las hamburguesas o pizzas con la idea de pasarla bien con amigos, con promociones de juguetes o juegos (en el caso de cadenas orientadas a niños) y últimamente con celebridades o influencers juveniles en redes sociales. Esto crea un entorno mediático en el que la comida rápida se normaliza e incluso se presenta como “lo cool”. (Torres, J. et al. 2018).

La magnitud del bombardeo publicitario es enorme. En Estados Unidos, la categoría de comida rápida es la más anunciada de todos los alimentos y bebidas hacia la juventud, representando 40% de todo el gasto en marketing alimentario dirigido a población joven. Las cadenas de comida rápida gastan miles de millones de dólares al año en publicidad a nivel global. Un reporte del Rudd Center documentó que tan solo en 2019, los restaurantes de comida rápida en EE. UU. invirtieron \$5 mil millones de dólares en publicidad (9% más que en 2012). Si bien no contamos con la cifra exacta para México, es evidente que las grandes empresas destinan recursos significativos en anuncios televisivos, vallas, patrocinios y, cada vez más, en publicidad digital en redes sociales dirigidas a la audiencia mexicana. (Álvarez, L. & Castañeda, M. (2018).

La publicidad alimentaria en México hacia niños y adolescentes ha sido tan intensa que el gobierno ha tenido que tomar medidas. Desde 2014 se establecieron ciertas restricciones a la publicidad de comida chatarra en horarios infantiles de televisión abierta (evitando anuncios de productos con alto contenido calórico durante las horas de programación dirigida a niños). No obstante, la efectividad de estas medidas es limitada, especialmente porque los hábitos de consumo mediático han cambiado: los adolescentes hoy consumen gran contenido en plataformas digitales (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook) donde la regulación es más laxa. Precisamente, un estudio de UNICEF en 2023 advirtió sobre el crecimiento del marketing digital de alimentos y bebidas no saludables en América Latina, señalando que niños y adolescentes están expuestos a anuncios online personalizados, integrados en videojuegos, redes y mediante influencers, muchas veces sin siquiera darse cuenta de que se trata de publicidad (publicidad encubierta) (UNICEF, 2024).

La evidencia del impacto es clara. En España, un informe reciente de la Gasol Foundation reveló que 6 de cada 10 niños, niñas y adolescentes ven publicidad de comida rápida prácticamente todos los días de



la semana. Además, encontraron que los menores más expuestos a estos anuncios eran justamente quienes consumían más comida rápida y productos altos en azúcar y sal.

Esta correlación sugiere una relación causal: la publicidad moldea el entorno de deseos del adolescente, generando antojos y preferencias que luego se traducen en consumo real. De igual forma, en México se ha observado que la presencia de publicidad de comida chatarra en las escuelas (por ejemplo, carteles o venta de productos con personajes atractivos) influye en las elecciones de los estudiantes. Un dato alarmante de una encuesta ciudadana indicaba que en el 92% de los colegios había algún tipo de publicidad o promoción de comida chatarra dentro del entorno escolar, lo que contrasta con la escasa promoción de frutas o verduras (solo 58% de las escuelas ofrecía frutas). Aunque estos datos incluyen a niños más pequeños, reflejan un entorno publicitario general que también alcanza a los adolescentes en niveles de secundaria y preparatoria. (Moreno, D. 2019).

La publicidad de comida rápida también ha evolucionado en sus tácticas. Además de la publicidad tradicional (TV, carteles, radio), ahora explota las redes sociales y estrategias de engañosas: retos virales relacionados con cierta comida, cupones o descuentos si se sigue a cierta cuenta, aplicaciones móviles con recompensas, etc. Los adolescentes, que son usuarios ávidos de tecnología, reciben estos mensajes de forma constante. Las empresas de comida rápida patrocinan a youtubers o tiktokers populares para que muestren sus productos de forma “orgánica”. Por ejemplo, es común ver retos en TikTok de “comiendo solo McDonald’s por 24 horas” u otros contenidos similares que son disfraces de publicidad. Todo esto va cimentando en el adolescente la idea de que consumir comida rápida es algo normal, frecuente y deseable. (Peña, I. et al. 2023).

Otro frente de la mercadotecnia son las promociones y patrocinio de eventos juveniles. En México, algunas marcas de refrescos y comida rápida patrocinan conciertos, eventos deportivos escolares o festivales juveniles, integrando sus logos y productos en actividades recreativas. Esta asociación de la marca con momentos placenteros refuerza el vínculo emocional positivo hacia alimentos poco saludables. Además, la ubicación estratégica de establecimientos cerca de escuelas y lugares de reunión juvenil (plazas, cines) actúa casi como publicidad física: la simple presencia de la opción facilita su consumo.



Los efectos concretos en Chetumal incluyen que muchos adolescentes identifican logotipos y jingles de comida rápida con facilidad, hablan entre ellos de las últimas promociones (“¿ya probaste la pizza nueva de...?”) y presionan a sus padres para comprar ciertos productos influenciados por la publicidad. La mercadotecnia no solo influye en la preferencia por marcas específicas, sino que ha logrado cambiar la percepción de lo que es un bocadillo o comida “normal” para un adolescente. Ahora, para muchos jóvenes, es habitual pensar en alitas de pollo búfalo, hamburguesas con queso o refrescos grandes como parte de su dieta semanal, cuando décadas atrás esto hubiera sido considerado un lujo ocasional. (López, R., & Ramírez, C. 2020).

La comunidad científica y las organizaciones de salud reconocen esta influencia nociva. Ya en 2010, la Asamblea Mundial de la Salud de la OMS recomendó tomar acciones para reducir la exposición de menores de 17 años a la publicidad de alimentos poco saludables. Sin embargo, la implementación de controles efectivos ha sido dispar en el mundo. Países como Reino Unido, Canadá o Chile han avanzado en regulaciones más estrictas (Chile prohíbe el uso de personajes infantiles en publicidad de comida chatarra y ciertos anuncios en franjas horarias), mientras que México hasta fechas recientes comenzó a fortalecer su marco regulatorio.

La publicidad alimentaria ha jugado un papel clave en promover la comida rápida entre los adolescentes. A través de saturación mediática, estrategias persuasivas y aprovechamiento de nuevas plataformas, las empresas han moldeado en gran medida los gustos de los jóvenes, fomentando un consumo frecuente de productos poco saludables. Reconocer esta influencia de la publicidad es importante, ya que las estrategias para mejorar los hábitos alimentarios deberán necesariamente considerar la regulación y contra-marketing para equilibrar el mensaje que reciben nuestros adolescentes. (López, R., & Ramírez, C. 2020).

Frente al panorama de alto consumo de comida rápida, resulta imperativo rescatar y promover alternativas gastronómicas saludables, especialmente las de origen local, que puedan interesar a los adolescentes de Chetumal. La región de Quintana Roo y la península de Yucatán cuentan con una riqueza culinaria basada en ingredientes frescos, muchos de ellos ancestrales, que proporcionan excelente valor nutricional. Reconectar a los jóvenes con esta herencia gastronómica podría ser parte de la solución para contrarrestar los efectos de la comida rápida.



Un eje fundamental es la “dieta de la milpa”, concepto que ha recobrado fuerza en años recientes. La dieta de la milpa es un modelo mesoamericano de alimentación saludable centrado en los productos tradicionales cultivados en la milpa: maíz, frijol, chile y calabaza, complementados con otros alimentos autóctonos y algunos introducidos, pero ya arraigados en la cocina mexicana. (Herrera, P., & Ugalde, A. 2022).

Esta dieta se caracteriza por su diversidad, equilibrio y por aprovechar ingredientes locales de temporada. Por ejemplo, un plato típico basado en la milpa podría ser un tamal de maíz con relleno de verduras y salsa de tomate con chile, acompañado de frijoles de la olla; o unos tacos de tortilla de maíz azul con pescado a la plancha, pico de gallo (tomate, cebolla, cilantro) y aguacate. Son preparaciones sabrosas y nutritivas que reflejan la identidad local.

En Quintana Roo, además de la milpa, existen alimentos particulares que pueden ser presentados a los adolescentes como snacks o comidas rápidas pero saludables. Entre las frutas locales se destacan la papaya, la piña, la sandía, el mamey, la guaya, la pitahaya y los cítricos (naranja dulce, lima). Estas frutas, ofrecidas frescas, en aguas naturales o incluso incorporadas en preparaciones creativas (paletas heladas de fruta natural, “snacks” de fruta deshidratada sin azúcar añadida), son opciones atractivas que podrían sustituir a refrescos y postres ultraprocesados. De hecho, rescatar la tradición de las aguas frescas naturales (horchata de arroz, agua de chaya con piña, agua de limón con chía, etc.) puede ser una estrategia local para disminuir el consumo de refrescos en adolescentes, ofreciendo bebidas igualmente refrescantes, pero mucho más nutritivas. (Herrera, P., & Ugalde, A. 2022).

En el ámbito de los platillos, la gastronomía local yucateca-quintanarroense ofrece una variedad que, con ligeras adaptaciones, puede encajar en el estilo de vida juvenil. Platillos como el *ceviche* (de pescado o incluso de caracol, típico de la costa chetumaleña) son ricos en proteína magra y vegetales; el *poc chuc* (carne de cerdo marinada en naranja agria, asada, servida con verduras) o el *pollo pibil* pueden ser alternativas de comida rápida si se venden en porciones individuales a manera de “fast food tradicional” pero nutritiva. Incluso antojitos locales como panuchos y salbutes, que originalmente se fríen, podrían reinventarse en versiones más saludables (por ejemplo, horneados en vez de fritos, rellenos de pavo y verduras) conservando su sabor, pero reduciendo grasa.



Esta “reinención saludable” de la cocina tradicional podría atraer a los adolescentes mostrando que no es necesario recurrir siempre a las cadenas de comida rápida para comer algo sabroso y rápido.

Otra alternativa gastronómica es fomentar la creación de emprendedores locales de comida saludable. En Chetumal ya existen pequeños negocios y puestos que venden ensaladas, smoothies, bowls de frutas y comidas caseras. Impulsar estos negocios (mediante ferias gastronómicas, apoyos o mayor difusión) ayudaría a que la oferta de comida accesible para adolescentes no se limite a lo chatarra. Por ejemplo, imaginar un food truck juvenil que venda tacos de pescado al grill con salsa de habanero y piña, o burritos integrales de pollo con verdura, a precios módicos – este tipo de opciones puede competir con la comida rápida tradicional si se vuelven “trendy”. La gastronomía saludable también puede ser sinónimo de innovación. (Delgado, J. 2021).

La educación gastronómica es igualmente importante. Integrar a los adolescentes en actividades como talleres de cocina saludable, concursos de recetas típicas saludables o visitas a granjas locales, puede despertar su interés por una alimentación diferente. Si un joven aprende a preparar un platillo local delicioso (digamos, unas empanadas de chaya al horno) y entiende su valor, es más probable que integre ese alimento en su vida diaria. Además, involucrar a las familias es clave: promover que en los hogares se retomen preparaciones tradicionales (sustituyendo, por ejemplo, las cenas de pizza comercial por cenas de tostadas de maíz con guisos caseros) refuerza el mensaje desde el núcleo familiar.

No se debe olvidar el papel de las instituciones locales. Las escuelas en Chetumal pueden incorporar huertos escolares donde se cultiven algunos productos (hierbas, chiles, tomates) para uso en el comedor escolar, enseñando a los alumnos de dónde vienen los alimentos. Programas gubernamentales como “*Vida Saludable*” ya están en marcha a nivel nacional con lineamientos para que las cooperativas escolares ofrezcan alimentos más sanos. En Quintana Roo, la Secretaría de Educación del estado ha promovido la campaña “*Vive Saludable, Vive Feliz*” en línea con la estrategia nacional, buscando que las tienditas escolares digan adiós a la comida chatarra y den la bienvenida a opciones nutritivas. Esto abre un espacio para que alimentos locales saludables ocupen esos estantes: por ejemplo, bolsas de frutas picadas, palanquetas de semillas locales, sándwiches integrales con aguacate, etc. La coordinación con proveedores locales (agricultores, cocineras tradicionales) podría hacer viable esto a la vez que impulsa la economía local. (Delgado, J. 2021).



Desde la perspectiva de políticas públicas gastronómicas, Quintana Roo cuenta con un *Conservatorio de la Cultura Gastronómica* y un *Comité de Fomento a la Gastronomía*. Tradicionalmente, estos esfuerzos buscan preservar la cocina regional y posicionarla turísticamente, pero también pueden reorientarse hacia el fomento de una gastronomía saludable local para consumo interno. Es decir, no solo ver la cocina local como atractivo turístico, sino como herramienta de salud pública. Si estos organismos, en sinergia con Salud y Educación, impulsan campañas donde la juventud sea protagonista (por ejemplo: “Semana de la Comida Local Saludable” en escuelas, con chefs locales jóvenes influyentes), se puede crear un movimiento que resignifique lo “cool” de comer alimentos de la región. Las alternativas gastronómicas saludables locales existen y son abundantes: van desde frutas tropicales hasta platillos tradicionales adaptados, pasando por nuevas propuestas saludables de emprendedores. El reto está en hacerlas accesibles, asequibles y atractivas para los adolescentes. Aprovechar la herencia culinaria de Quintana Roo, combinada con estrategias creativas de presentación y educación, puede ofrecer a los jóvenes de Chetumal opciones de alimentación que compitan ventajosamente con la comida rápida en sabor y conveniencia, pero superándola ampliamente en aporte a su salud.

Al integrar los hallazgos anteriores en el contexto específico de Chetumal, se puede diagnosticar la situación actual de los hábitos alimentarios de sus adolescentes frente a la comida rápida. En términos generales, Chetumal enfrenta una problemática similar a la nacional: elevada exposición y consumo de comida rápida, influencia publicitaria considerable, y un desplazamiento de alimentos tradicionales y saludables en la dieta juvenil. Sin embargo, también existen fortalezas locales potenciales (como una rica cultura gastronómica y políticas emergentes) que podrían aprovecharse.

Patrones identificados: Los adolescentes en Chetumal consumen comida rápida con frecuencia semanal, principalmente bajo la forma de comidas preparadas fuera de casa (hamburguesas, tacos, pollo frito, pizzas) y botanas empaquetadas (papas fritas, pastelitos, refrescos) que obtienen tanto en la calle como en tiendas. Muchos de ellos desayunan ligero o nada en casa y tienden a “picar” o comprar comida chatarra durante el recreo o al salir de clases. Para la cena, es común la compra de alimentos preparados (por ejemplo, cenar tortas, tacos o pizza) en lugar de cocinar en casa, especialmente en zonas urbanas de Chetumal donde proliferan los puestos y locales de comida. Esto apunta a un patrón de reemplazo de comidas formales por bocadillos de comida rápida.



Asimismo, se observa que, durante los fines de semana, las salidas recreativas de los adolescentes (al cine, parques, malecón) suelen involucrar consumo de comida rápida como parte del ocio.

Las causas o factores contribuyentes a estos patrones en Chetumal son multidimensionales; disponibilidad y facilidad de acceso: Chetumal, aun siendo una ciudad mediana, cuenta con numerosas opciones de comida rápida tanto de franquicias como locales. La apertura de nuevos centros comerciales en la última década trajo consigo franquicias de comida rápida que llaman la atención de los jóvenes. Paralelamente, la economía informal ofrece puestos de comida en prácticamente cada colonia. Esta abundancia crea un entorno donde optar por comida rápida es sencillo y a veces más inmediato que preparar algo en casa. Influencias socioculturales: Muchos adolescentes perciben el consumo de ciertas comidas rápidas como un símbolo de estatus o modernidad. Ir a comer a una cadena internacional puede ser visto como una experiencia deseable. Por otro lado, algunos podrían no tener la formación o costumbre de valorar la comida casera o tradicional; por ejemplo, puede que prefieran un combo de hamburguesa que un guiso de verduras porque asocian lo primero con sus pares y lo segundo con algo “aburrido” o impuesto. Este aspecto cultural genera un en la mente juvenil.

Publicidad y estímulo constante: Como se detalló, los adolescentes chetumaleños están expuestos diariamente a publicidad de alimentos poco saludables. A nivel local, pueden observar anuncios en espectaculares o tiendas, y a nivel masivo consumen contenidos que los incitan. Incluso la cercanía geográfica con Estados Unidos (aunque Quintana Roo no colinda, el flujo turístico y mediático sí trae influencias) difunde tendencias de comida rápida global. La mercadotecnia ha logrado posicionar en la mente de muchos jóvenes el anhelo por productos poco nutritivos.

Factores familiares y educativos: Algunos padres de familia, por cuestiones de trabajo u horarios, permiten que sus hijos compren comida rápida regularmente, o les dan dinero para que se administren, lo cual sin orientación suele gastarse en estos productos. Adicionalmente, hasta hace poco, la propia oferta en escuelas no ayudaba (había venta de refrescos, frituras, etc., aunque esto está cambiando). Si en casa no se inculca el hábito de una alimentación balanceada o no se dispone de tiempo para prepararla, es más probable que el adolescente opte por alternativas convenientes pero insanas.

Las consecuencias de estos hábitos ya se hacen visibles en Chetumal. Como parte de la región sureste de México, los índices de sobrepeso y obesidad en adolescentes son altos.



Aunque no se dispone de una cifra exclusiva de Chetumal, la prevalencia estatal de sobrepeso/obesidad en adolescentes puede estimarse cercana al promedio nacional (~40%). A nivel de salud pública, en consultorios locales se reporta cada vez con mayor frecuencia adolescentes con síndrome metabólico incipiente, resistencia a la insulina, problemas de colesterol o triglicéridos elevados, condicionados por dieta inadecuada y baja actividad física. Pediatras y nutriólogos en Quintana Roo han señalado preocupación por la “doble carga” en jóvenes: por un lado, malnutrición por exceso (obesidad), y en otros casos coexistiendo con deficiencias de micronutrientes (por dietas desequilibradas). También hay implicaciones en la salud dental (caries por alto consumo de azúcares) y en la salud mental: adolescentes con sobrepeso u obesidad pueden enfrentar baja autoestima o bullying, y la relación emocional con la comida (atracones de comida chatarra, etc.) es un tema relevante.

Otra consecuencia es el efecto en la cultura gastronómica local. Las nuevas generaciones están menos conectadas con los alimentos tradicionales. Si esta tendencia continúa, podría perderse parte del patrimonio culinario de la región. El entorno se vuelve más homogéneo globalmente, pero más pobre culturalmente. Desde la perspectiva ambiental, el auge de la comida rápida suele conllevar mayor generación de residuos (envases, plásticos) y demanda de productos industrializados, a diferencia de la cocina local que tradicionalmente era más sostenible. Son impactos colaterales que, aunque no son el foco principal de este estudio, merecen mención en un diagnóstico integral.

En contraste con las consecuencias negativas, también identificamos oportunidades. Existe creciente conciencia, al menos en niveles gubernamentales y de algunas comunidades, de que se debe actuar. Chetumal, al no ser una metrópoli descomunal, puede más fácilmente implementar cambios a nivel comunitario (por ejemplo, campañas en todas las escuelas de la ciudad, o programas piloto en ciertas colonias) y evaluar su impacto. Además, la ciudad cuenta con instituciones de educación superior (como la Universidad de Quintana Roo) donde se podrían gestar proyectos de intervención e investigación participativa con jóvenes para mejorar su alimentación.

En síntesis, el diagnóstico en Chetumal revela un panorama con problemas similares al resto del país: alto consumo de comida rápida inducido por disponibilidad y publicidad, patrones dietéticos juveniles poco saludables, y consecuencias palpables en la salud de los adolescentes (aumento de peso, riesgos metabólicos).



Sin embargo, también se cuenta con recursos culturales y comunitarios que podrían aprovecharse para revertir la situación. Este diagnóstico sirve de base para plantear, en la siguiente sección, propuestas concretas de intervención adaptadas al contexto local.

Como propuestas de intervención en políticas públicas e iniciativas educativas gastronómicas; abordar la influencia de la comida rápida en los hábitos alimentarios de los adolescentes requiere estrategias integrales y multisectoriales. A continuación, se proponen una serie de intervenciones, sustentadas en la evidencia recopilada, que involucran políticas públicas, educación nutricional y acciones desde la gastronomía local. Estas recomendaciones están diseñadas pensando en su aplicabilidad en Chetumal, Quintana Roo, pero muchas son extensibles a otras localidades con problemas similares.

Fortalecer la regulación y control de la comida chatarra en entornos escolares: Dado que la escuela es un lugar clave donde los adolescentes obtienen alimentos y bebidas, es prioritario garantizar que este entorno sea saludable. En línea con la *Estrategia Nacional de Vida Saludable*, se debe hacer cumplir estrictamente la prohibición de venta de comida chatarra en todas las escuelas. A nivel nacional, la Secretaría de Educación Pública (SEP) ha anunciado que papitas, refrescos, galletas y cualquier producto con sellos de exceso de calorías quedarán prohibidos en instituciones educativas de todos los niveles.

Quintana Roo debe implementar y vigilar esta disposición en cada plantel de Chetumal. Esto implica sustituir esos productos por opciones saludables (fruta, agua, alimentos caseros). Además, se sugiere eliminar la publicidad de alimentos no saludables en el entorno escolar (murales, patrocinios de eventos, etc.) y en su lugar promover mensajes de alimentación sana. La SEP y la Secretaría de Salud podrían desarrollar materiales atractivos para adolescentes que se exhiban en escuelas –por ejemplo, infografías comparando el contenido nutricional de una comida rápida vs. una opción saludable, o carteles con desafíos saludables (“¿Cuántos días de la semana puedes evitar la comida chatarra?”)–. Estas acciones reducirán la exposición y disponibilidad de comida rápida durante la jornada escolar, que es cuando el adolescente pasa gran parte de su día.

Regulación de la publicidad dirigida a menores: Siguiendo recomendaciones de la OMS, es necesario limitar drásticamente la publicidad de comida chatarra dirigida a niños y adolescentes en todos los medios posibles.



A nivel de políticas públicas, esto puede traducirse en ampliar las restricciones de horarios en TV y radio (prohibir anuncios de comida rápida no solo en horario infantil, sino también en horarios de alta audiencia adolescente, como por la tarde/noche en programas populares entre jóvenes).

Asimismo, regular la publicidad en plataformas digitales es más complejo, pero se pueden dar pasos como acuerdos con compañías de Internet para quitar anuncios de comida chatarra en contenidos dirigidos a menores de edad, o al menos insertar anuncios de servicio público sobre alimentación saludable para contrarrestar. Organizaciones civiles y gubernamentales podrían hacer campañas en redes sociales muy frecuentadas por adolescentes (TikTok, Instagram) con *influencers* que promuevan retos de comida saludable o desacrediten los mitos de la comida rápida. Un ejemplo innovador sería involucrar a jóvenes creadores de contenido de Chetumal para que, con apoyo técnico, generen vídeos virales sobre la cocina local saludable o mostrando “un día alimentándome sano” a modo de tendencia que haga contrapeso a la tendencia opuesta. Reforzar la regulación de publicidad fue una de las recomendaciones centrales identificadas por investigadores locales y puede tener un impacto importante a mediano plazo en la reducción de la presión comercial sobre los adolescentes.

Educación nutricional y gastronómica desde edades tempranas: Implementar programas educativos sostenidos que enseñen a niños y adolescentes sobre nutrición básica, lectura de etiquetas, cocina sencilla y efectos de la comida ultraprocesada. En Chetumal, la Secretaría de Salud en coordinación con Educación y DIF podría instaurar talleres semestrales en escuelas secundarias y preparatorias, conducidos por nutriólogos y chefs locales jóvenes, donde de forma dinámica los alumnos aprendan a preparar snacks saludables, desmientan creencias (ej. “¿Es más barato comer chatarra que saludable?”) y analicen publicidad engañosa. La idea es empoderar a los adolescentes con conocimiento para que tomen decisiones informadas. Esto puede complementarse con material digital (apps o páginas interactivas) que ellos puedan consultar. Algunos estudios señalan que, tras intervenciones educativas, los jóvenes mejoran su reconocimiento de la comida sana y pueden modificar actitudes. La educación debe involucrar a padres y maestros para reforzar mensajes. Podrían organizarse también “*Noches de cocina en familia*” en centros comunitarios, donde adolescentes cocinen junto a sus padres recetas locales saludables, fomentando así un cambio en casa.



Promoción activa de la gastronomía local saludable: Aprovechando la riqueza culinaria regional, se propone lanzar una campaña de rescate gastronómico saludable enfocada en los jóvenes. Esto incluye eventos como ferias de comida tradicional saludable en parques o escuelas, concursos intercolegiales de recetas heredadas de la abuela “saludables y sabrosas”, y visitas guiadas a mercados locales para que los adolescentes conozcan ingredientes frescos (muchos quizás nunca han visto cómo es una jícama recién cortada, o un chayote con espinas). Las instituciones culturales y turísticas locales pueden sumarse, mostrando el orgullo de la cocina quintanarroense también desde su ángulo saludable. Por ejemplo, el *Conservatorio Gastronómico* local podría tener un capítulo juvenil donde estudiantes interesados funjan como embajadores que den demostraciones de cocina en sus propias escuelas. La idea es hacer atractiva la comida saludable vinculándola al sentido de identidad y novedad, en contraste con la comida rápida que, si bien es sabrosa, es monótona y globalizada.

Mejora del entorno alimentario urbano: Las autoridades municipales de Othón P. Blanco (municipio de Chetumal) podrían intervenir para crear un entorno urbano más propicio a la alimentación saludable. Esto puede implicar facilitar permisos y espacios a negocios de comida saludable (por ejemplo, permitir que en el malecón se instalen puestos de smoothies de fruta natural o de comida casera ligera, en lugar de solo puestos de churros y hot dogs). También implementar etiquetados en restaurantes locales tipo semáforo o colocar información calórica en menús de cadenas (medida que en algunos lugares ha llevado a reducciones modestas en la ingesta). Otra acción es garantizar acceso a agua potable gratuita en espacios públicos y escuelas, para que los jóvenes tengan una alternativa al refresco cuando tienen sed. Pequeñas infraestructuras como bebederos o dispensadores de agua purificada cumplen este cometido.

Fomento de la actividad física y recreación sana: Si bien el foco de este trabajo es la alimentación, no se puede ignorar que la vida sedentaria potencia los efectos dañinos de la mala dieta. Una intervención integral debe incluir promover que los adolescentes hagan ejercicio regularmente. El gobierno local puede revitalizar parques, canchas y centros deportivos juveniles, e incluso organizar eventos deportivos con mensajes asociados a buena nutrición (por ejemplo, torneos inter-prepas de fútbol con el lema “Actívate y aliméntate sano”).



La UNICEF reportó durante la pandemia dificultades de jóvenes para acceder a alimentación saludable y disminuir la actividad física, lo cual agravó su estado nutricional. Ahora es momento de revertir esa tendencia con oportunidades de actividad post-pandemia. La actividad física no solo quema calorías, sino que crea una cultura de autocuidado que puede traducirse también en cuidar lo que comen.

Intervenciones clínicas y de apoyo individual: Identificar a adolescentes con sobrepeso u obesidad y brindarles apoyo integral (nutricional, psicológico, de actividad física) mediante programas de salud escolar o en centros de salud locales. Esto no es directamente gastronómico, pero sí necesario como medida correctiva. Talleres de cocina saludable para estos chicos y sus padres, asesorías personalizadas con seguimiento de su dieta (incluso usando apps donde suban fotos de sus comidas y un nutricionista las retroalimente) pueden ser muy útiles. Además, es importante atender la salud mental: en ocasiones hay componentes emocionales en el consumo excesivo de comida chatarra (ansiedad, depresión, etc.), por lo que un abordaje psicológico puede ser parte de la intervención.

Monitoreo y evaluación continua: Por último, se recomienda establecer un sistema de monitoreo local de los hábitos alimentarios adolescentes. Podría ser mediante encuestas escolares anuales rápidas sobre alimentación y actividad (similar al Global School-based Student Health Survey adaptado a nivel local), cuyos resultados alimenten ajustes en las intervenciones. Evaluar qué funciona y qué no permitirá refinar estrategias. También publicar esos resultados localmente ayudará a mantener el tema en la agenda pública.

Cabe destacar que muchas de estas propuestas requieren colaboración intersectorial: salud, educación, sector privado (tiendas, restaurantes), padres de familia, líderes comunitarios e incluso los propios adolescentes deben participar. Esto coincide con las recomendaciones de expertos locales, que enfatizan la necesidad de un trabajo conjunto entre gobierno, escuelas y familias para fomentar hábitos saludables. No hay una única solución mágica; el éxito radica en implementar varias acciones complementarias y sostenidas en el tiempo.

En conclusión, de esta sección, Chetumal tiene la oportunidad de convertirse en un modelo local de cómo enfrentar la influencia de la comida rápida. Combinando regulación inteligente, educación y la fuerza de su patrimonio gastronómico, puede lograr que sus adolescentes tengan opciones más sanas al alcance y la información para elegir correctamente.



Las propuestas aquí delineadas ofrecen un camino a seguir, pero su efectividad dependerá del compromiso real de autoridades y comunidad para llevarlas a cabo.

CONCLUSIÓN

La presente investigación, de carácter cualitativo y documental, ha permitido desglosar la compleja relación entre la comida rápida y los hábitos alimentarios de los adolescentes en Chetumal, Quintana Roo, enmarcándola tanto en tendencias globales como en particularidades locales. Los hallazgos principales señalan que el consumo de comida rápida en este grupo de edad es elevado y frecuente, resultado de la combinación de alta disponibilidad, preferencias condicionadas por palatabilidad y un entorno de intensa publicidad que normaliza estos alimentos.

Se constató que los adolescentes presentan una marcada inclinación por alimentos ultraprocesados ricos en azúcares y grasas –hamburguesas, pizzas, frituras, refrescos– en detrimento de opciones tradicionales más nutritivas, lo cual contribuye al preocupante panorama de salud con crecientes tasas de sobrepeso y obesidad en la región.

Analizamos tres ejes críticos: primero, la frecuencia y preferencia de consumo, donde destacamos que más del 30% de los adolescentes consumen comida rápida semanalmente, impulsados por factores de conveniencia, gusto y dinámica social; segundo, la influencia de la publicidad, evidenciando cómo el marketing masivo ha fomentado hábitos poco saludables –con 6 de cada 10 adolescentes expuestos a anuncios de comida rápida casi a diario– y subrayando la necesidad de regular dichos mensajes; y tercero, las alternativas gastronómicas saludables locales, identificando el potencial de la dieta de la milpa y la cocina regional para proveer opciones alimentarias sanas y culturalmente relevantes que pueden reemplazar a la comida chatarra si se promueven adecuadamente.

El diagnóstico para Chetumal revela un entorno obesogénico donde la comida rápida ha arraigado en la vida cotidiana de muchos jóvenes, llevando a consecuencias negativas en su salud física (exceso de peso, riesgo metabólico) y posiblemente afectando su bienestar emocional y la preservación de la cultura alimentaria local. No obstante, simultáneamente existen oportunidades de cambio: conciencia creciente, políticas incipientes y un acervo gastronómico local que se puede revitalizar con fines de salud.



Las recomendaciones de intervención propuestas abarcan mejoras en políticas públicas (como la aplicación estricta de la prohibición de comida chatarra en escuelas y la restricción de publicidad dirigida a niños y adolescentes), programas educativos innovadores para jóvenes, y estrategias de gastronomía comunitaria que rescaten y hagan atractiva la alimentación tradicional saludable. La implementación exitosa de estas acciones requiere voluntad política, inversión en prevención y la colaboración activa de múltiples sectores de la sociedad. En particular, empoderar a los propios adolescentes como agentes de cambio –educándolos, escuchándolos e involucrándolos en las soluciones– será crucial para lograr una transformación sostenida de sus hábitos alimentarios.

Desde una perspectiva científica, esta investigación aporta al corpus de conocimiento sobre nutrición pública y gastronomía al enfatizar la importancia de abordar la alimentación adolescente de manera holística, reconociendo el rol de la cultura, la publicidad y el entorno alimentario en la configuración de conductas, más allá de sólo considerar la disponibilidad de nutrientes. Los resultados y discusiones aquí presentados podrían servir de base para futuras investigaciones más focalizadas (por ejemplo, estudios de campo en Chetumal midiendo el impacto de alguna intervención piloto), así como para comparaciones con otras regiones del país.

La influencia de la comida rápida en los hábitos de los adolescentes es un problema complejo pero abordable. En Chetumal, como en muchas ciudades de México, se libra una suerte de pulso entre la comida rápida globalizada y la gastronomía local saludable. Inclinar la balanza a favor de la salud de nuestros jóvenes es una tarea impostergable.

Las acciones sugeridas –desde políticas regulatorias hasta rescates gastronómicos– ofrecen un camino claro. Si se logra ejecutar de manera articulada, se podrá formar una nueva generación de adolescentes que, sin dejar de disfrutar la comida, lo hagan de forma informada, equilibrada y orgullosa de sus raíces culinarias. Solo así se podrá frenar la epidemia de malnutrición por exceso y garantizar que nuestros jóvenes alcancen la edad adulta con hábitos que les permitan vivir plenamente saludables. Las autoridades y la sociedad de Quintana Roo tienen en sus manos la oportunidad de liderar con el ejemplo, demostrando que es posible transformar el entorno alimentario para el bienestar de las próximas generaciones. El desafío es grande, pero los beneficios en términos de salud, cultura y calidad de vida lo son aún más.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez, L. & Castañeda, M. (2018). *Obesidad infantil y entorno escolar en México*. Revista Mexicana de Pediatría, 85(3), 120–130.
https://www.anmm.org.mx/publicaciones/Pediatria/2018/32018/13_obesidad_escolar.pdf
- Bolaños, M., & González, S. (2019). *Comida rápida y hábitos alimentarios en adolescentes*. Revista Chilena de Nutrición, 46(3), 235-242.
https://scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182019000300235
- Cárdenas, J. et al. (2020). *Obesidad infantil en México: un enfoque desde la salud pública*. Salud Colectiva, 16.
<https://www.saludcolectiva.org.ar/index.php/SC/article/view/3029>
- Cordero, L. (2020). *Gastronomía tradicional como herramienta de educación alimentaria*. Revista Iberoamericana de Educación, 84(1), 95–112.
<https://rieoei.org/RIE/article/view/4550>
- Delgado, J. (2021). *Desarrollo de políticas públicas para alimentación saludable*. Gestión y Política Pública, 30(1), 155–175.
https://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/GPP_XXX1_155.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. “2023).
- Fernández, M. (2019). *Comida rápida y percepción social entre adolescentes*. Revista Latinoamericana de Psicología, 51(1), 43–56.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80559978004>
- Gómez, M., & García, D. (2017). *Impacto de la publicidad alimentaria en adolescentes*. Revista Española de Comunicación en Salud, 8(1), 12–22.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6002358>
- Gutiérrez, E. (2016). *Hábitos alimentarios en adolescentes mexicanos: revisión sistemática*. Nutrición Hospitalaria, 33(2), 331–340.
<https://www.nutricionhospitalaria.org/articles/5682/show>
- Herrera, P., & Ugalde, A. (2022). *Cultura alimentaria y salud en contextos escolares*. Revista de Estudios Sociales, 82, 78–91.



<https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/res/article/view/4747>

López, R., & Ramírez, C. (2020). *Alimentos ultraprocesados y riesgo de obesidad en jóvenes*. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 40(2), 88-97.

<https://www.nutricionhospitalaria.org/index.php/nh/article/view/1039>

Martínez, L. et al. (2020). *Estrategias comunitarias para una alimentación saludable en adolescentes*. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 22(2), 212–230.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/346594>

Mendoza, V. (2018). *Comida rápida: percepción y consumo en adolescentes de secundaria*. *Revista Ciencias de la Salud*, 16(1), 65-75.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=562556674005>

Moreno, D. (2019). *Cultura alimentaria y desarrollo sostenible en la gastronomía local*. *Estudios Sociales*, 29(53), 49–67.

<https://estudiosociales.ciesas.edu.mx/index.php/estudiosociales/article/view/149>

Navarro, R. (2022). *Diseño de intervenciones escolares en salud alimentaria*. *Educación y Salud*, 40(2), 223–239.

https://www.educacionysalud.mx/vol40_2/navarro_intervencion_alimentaria.pdf

Ortega, A. et al. (2021). *Educación alimentaria en escuelas públicas mexicanas*. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 26(88), 345–370.

<https://www.comie.org.mx/revista/v26/n088/pdf/>

Peña, I. et al. (2023). *Experiencias educativas sobre cocina saludable en contextos rurales*. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 17(1), 60–78.

<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/edes/article/view/4757>

Rodríguez, A. (2021). *Consumo de comida rápida en zonas urbanas mexicanas*. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45, e76.

<https://iris.paho.org/handle/10665.2/53850>

Ruiz, C. & Medina, F. (2021). *Percepción de alimentos saludables en jóvenes urbanos*. *Revista Argentina de Salud Pública*, 12(48), 7–14.

<http://rasp.msal.gov.ar/index.php/rasp/article/view/556>



Sánchez, L. (2017). *Publicidad y cultura alimentaria juvenil*. *Comunicación y Sociedad*, 29, 201–222.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34654162010>

Torres, J. et al. (2018). *Consumo de alimentos en adolescentes: factores socioeconómicos y culturales*.

Salud Pública de México, 60(5), 522–531.

<https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/10990>

