



EL AMBIENTE OBESIGÉNICO

entre el poder legislativo y el ejecutivo



MANIFIESTO POR LA SALUD ALIMENTARIA



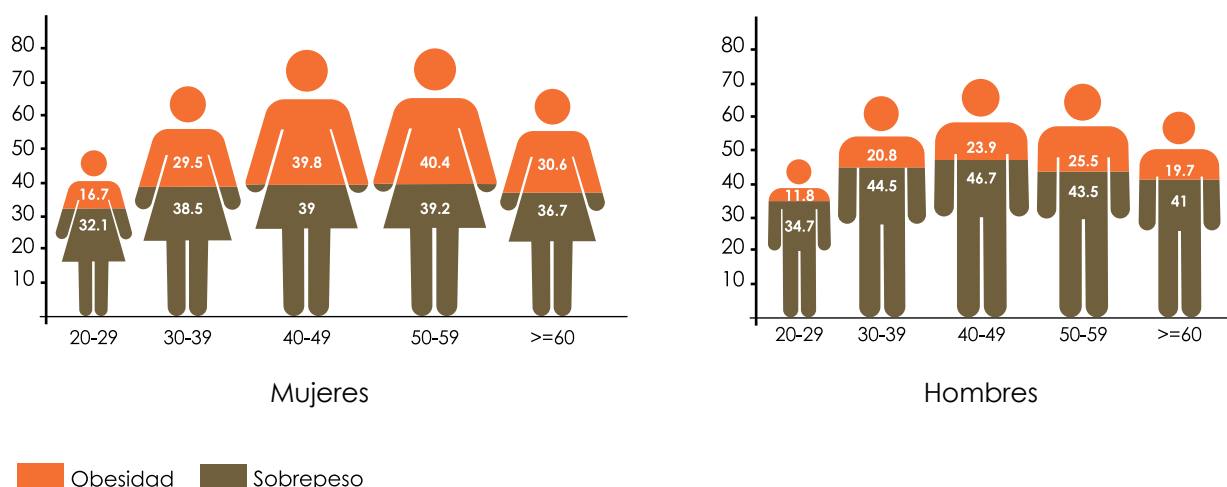
EL PODER DEL
CONSUMIDOR

La epidemia de la obesidad

EL ESCENARIO EPIDEMIOLÓGICO GLOBAL HA cambiado radicalmente. Ahora, las enfermedades no transmisibles son la principal causa de muertes y enfermedades: 60% de las 56 millones de defunciones anuales y 47% de la carga mundial de enfermedades se encuentran vinculadas a la mala alimentación y falta de actividad física ⁽¹⁾.

Destacan como factores de riesgo la hipertensión arterial, la escasa ingesta de frutas y verduras, el exceso de peso y la obesidad, la falta de actividad física y el tabaquismo. Los tres primeros factores están asociados con

cambios en los hábitos alimentarios. México destaca como el segundo país en sobrepeso y obesidad a escala mundial, después de los Estados Unidos. Las consecuencias en salud son muy diversas, por ejemplo, el incremento constante de la diabetes en un 3% anual para convertirse en la principal causa de muerte prematura, amputación de miembros y ceguera por enfermedad asociada ⁽²⁾. Otras consecuencias del sobrepeso y la obesidad son: dolencias cardiovasculares, hipertensión, derrames cerebrales, determinados tipos de cáncer, trastornos musculoesqueléticos, entre varios más.



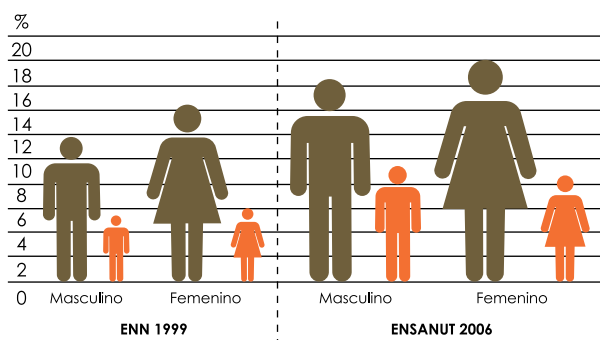
Barquera S., Olaiz G. y col. Obesidad en México: Análisis de la Encuesta Nacional de Salud 2000

1. *Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud*. Organización Mundial de la Salud, 2006.
2. *Informe Salud 2005*. Secretaría de Salud.

El ambiente obesigénico

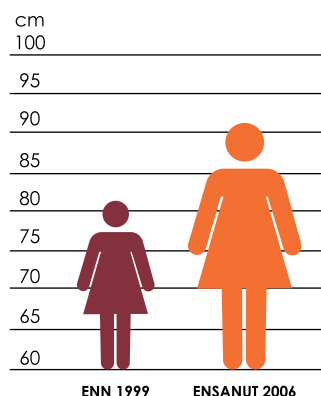
COMO EPIDEMIA, EL SOBREPESO Y LA OBESIDAD no son solamente un efecto de malos hábitos individuales, son el resultado de un entorno que promueve la obesidad y que se ha catalogado como “ambiente obesigénico”. Entre los principales elementos que conforman el ambiente obesigénico se encuentran: la omnipresente publicidad de alimentos con altos contenidos de azúcares y grasas, en especial, dirigida a la infancia; el etiquetado confuso y desorientador de los alimentos; la falta absoluta de educación y orientación nutricional entre la población; el

predominio de la comida “chatarra” en las escuelas y centros de trabajo; el abandono del suministro de agua potable en bebederos de escuelas y lugares públicos, reemplazado por la oferta de bebidas azucaradas, y la reducción generalizada de la actividad física. En México, el 70% de la población adulta sufre sobrepeso y obesidad; además, en los últimos 7 años (1999-2006) entre los niños de 5 a 11 años creció 40% este problema, mientras que la cintura promedio de las mujeres en edad fértil aumentó 10 centímetros en ese periodo.



■ Obesidad ■ Sobrepeso

Comparativo de la prevalencia nacional de sobrepeso y obesidad en la población de 5 a 11 años de edad de la ENN 1999 y ENSANUT 2006, por sexo, de acuerdo con los criterios propuestos por el International Obesity Task Force (IOTF), México.



Comparación del promedio nacional de circunferencia de cintura en mujeres de 20 a 49 años de edad de la ENN 1999 y ENSANUT 2006. México

La publicidad dirigida a niños

LA MAYOR PARTE DE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS dirigida a niños promueve productos no recomendables en términos nutricionales, porque contienen altas concentraciones de azúcares, grasas y/o sal ⁽³⁾. Este tipo de publicidad recurre a todo tipo de herramientas de engaño y manipulación para promocionar productos potencialmente nocivos para los niños.

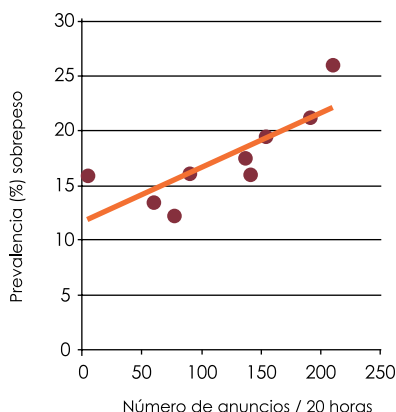
Diversos estudios demuestran el deterioro que está provocando en los hábitos alimenticios la publicidad de alimentos dirigida a los niños ⁽⁴⁾. Se reconoce, por un lado, que entre los 2 y 3 años de edad se pueden estar determinando el gusto por alimentos con altos contenidos de azúcares, grasas y/o sal y, por otro lado, que

en edades tan tempranas como los tres años de edad ya se registran los impactos de la publicidad en las preferencias de los niños ⁽⁵⁾.

El uso de personajes animados o caricaturas asociados al producto produce efectos en niños de apenas 2 años; la utilización de regalos en la publicidad genera la demanda de estos productos, y la insinuación de que el producto permite desarrollar habilidades extraordinarias o vivir aventuras fantásticas, causa efectos similares.

La industria procesadora de alimentos invierte cantidades multimillonarias para manipular la demanda y los gustos de los niños hacia alimentos que están dañando su salud.

Anuncios de comida chatarra y sobrepeso en población infantil



La gráfica muestra la relación entre cantidad de anuncios de publicidad de alimentos con alto contenido calórico y grasas durante los horarios infantiles y aumento en el índice de sobrepeso en la población infantil. El estudio se realizó en 7 naciones de la Unión Europea, Estados Unidos y Australia.

3. *The Extent, Nature and Effects of Food Promotion to Children: A Review of the Evidence. Technical Paper Prepared for the World Health Organisation.* July 2006. WHO.

4. *Food Marketing to Children and Youth.* Institute of Medicine National Academies. USA.2006

5. *Effects of Fast Food Branding on Young Children's Taste's Preferences.* Thomas N. Robinson et all. Arch Pediatrics Adolesc Med / Vol 161. August 2007.

Estudios recientes han asociado la mayor cantidad de anuncios de comida con altos contenidos de azúcares o grasas en horarios infantiles con un mayor índice de sobrepeso en los niños ⁽⁶⁾. Y la información internacional disponible revela que México es el país con mayor cantidad de anuncios televisivos de comida chatarra en horario infantil ⁽⁷⁾.

La industria procesadora de alimentos se opone a toda regulación de su publicidad y argumenta que la solución es permitirle que se autorregule. En los Estados Unidos, esta industria tiene 30 años con un código de conducta que supuestamente “autorregula” su publicidad ⁽⁸⁾. Sin embargo, la misma indus-

tria ha violado de manera sistemática su propia autorregulación ⁽⁹⁾.

Aunque la ley en México prohíbe al engaño publicitario y la promoción de malos hábitos alimentarios, lo que prevalece es este tipo de publicidad. El sector más desprotegido frente a la publicidad, por su vulnerabilidad y por lo que la Organización Mundial de Salud reconoce como su “inexperiencia y credulidad”, son los niños.

Un estudio realizado por El Poder del Consumidor A.C. estima que un niño mexicano ve al año alrededor de 12,700 anuncios de comida chatarra en televisión y ninguno de orientación nutricional.

País	Anuncios por hora	De alimentos no recomendables
México (Canal 5)	39	17
Australia	29	12
Estados Unidos	24	11
Reino Unido	17	10
Francia	16	8
Alemania	14	6
Grecia	12	7
Dinamarca	12	5
Noruega	7	2
Holanda	5	4
Bélgica	4	2
Austria	4	1

Anuncios transmitidos durante programas de televisión para niños ⁽¹⁾.

6. *Evidence of a possible link between obesogenic food advertising and child overweight*. Obesity Reviews, 6: 203-2008. 2005.

7. Registro de anuncios de televisión en horario infantil de Canal 5 de televisión abierta. El Poder del Consumidor A.C. Junio 2007.

8. *Self-Regulatory Program for Children's Advertising*. Children Advertising Review Unit, NY, USA. Versión 2007.

9. *Industry Controls Over Food Marketing to Children: Are They Effective?* Ben Kelley. The Public Health Institute. 2005.

Orientación nutricional

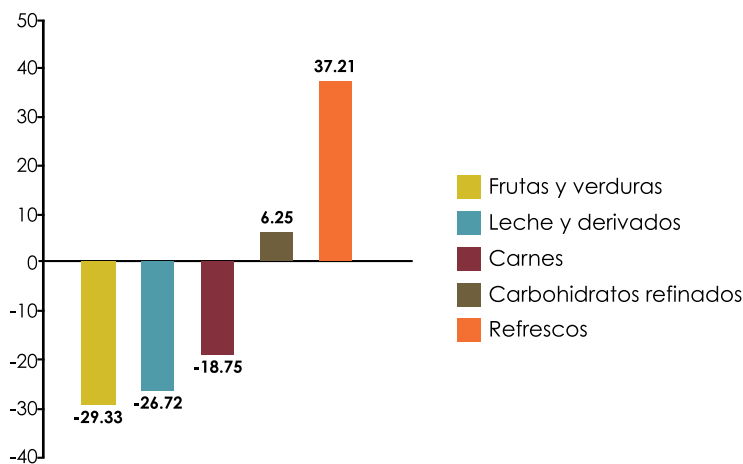
LA ORIENTACIÓN NUTRICIONAL ES UNA OBLIGACIÓN del Estado, como lo es resguardar el derecho a la salud establecido en el artículo 4 Constitucional. La orientación nutricional debe ser permanente y un contrapeso a la publicidad de alimentos no recomendables para una dieta sana; debe estar presente, de manera especial, en las escuelas, dirigida a los maestros, los alumnos y los padres de familia.

En los hechos, la “educación nutricional” ha quedado en manos de las empresas productoras de alimentos procesados. El consumidor recibe cientos de mensajes publicitarios al día que promueven el consumo de los ali-

mentos de baja o nula calidad nutricional sin ningún contrapeso efectivo de campañas de orientación nutricional.

Por su parte, el Estado ha caído en el juego impuesto por las empresas al decir que no hay alimentos buenos y malos, sino dietas adecuadas y no adecuadas. Esta dicotomía que han formulado las empresas, entre bueno y malo, debe ser reemplazada por criterios de salud e interés público pues lo que debe imperar es la diferenciación entre los alimentos que son recomendables para su consumo habitual y aquellos, que si se consumen, sólo debe hacerse de manera esporádica.

Cambios en el Gasto de Alimentos
entre 1986 y 1998: ENIGH *



* Análisis de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos en los Hogares (ENIGH), INEGI.

La desorientación nutricional se muestra con la caída de casi 30% del gasto en frutas y verduras, comparado con el aumento del gasto en refrescos de 37% en un periodo de solamente 12 años. Autor: Dr. Juan D. Rivera. INSP

El etiquetado

LA INFORMACIÓN QUE RECIBE EL CONSUMIDOR sobre las cualidades de los alimentos y bebidas no es adecuada y provoca una profunda desorientación nutricional que lleva a malos hábitos alimentarios.

Es difícil separar la información incluida en las etiquetas de los otros mensajes plasmados en el empaque y en la publicidad que rodea al producto. Por ello, es indispensable que la información requerida por la autoridad, que debe ser la expresión del interés colectivo (salud, seguridad, derecho a la información), sea entendible y útil para el consumidor, a diferencia de la información nutricional actual

que es confusa, como lo reconocen organismos internacionales y regionales ⁽¹⁰⁾.

Frente a la epidemia de sobrepeso y obesidad se requiere, de manera urgente, que los productos informen si contienen bajos, medios o altos contenidos de azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sal. Esto permitiría al consumidor realizar una elección bien informada.

Existe ya una propuesta de etiquetado elaborada a partir de un estudio profundo con los consumidores que permite a cualquier persona conocer de manera simple y rápida las concentraciones de estos compuestos en los alimentos ⁽¹¹⁾.

Galleta YY	Galleta XX
MEDIO Grasas Totales 6.12 g por porción	ALTO Grasas Totales 25 g por 100 g
ALTO Grasas saturadas 3.1 g por porción	ALTO Grasas saturadas 7.3 g por 100 g
MEDIO Grasas Trans 3.1 g por porción	ALTO Grasas Trans 2.4 g por 100 g
ALTO Azúcares 26 g por porción	ALTO Azúcares 69 g por por 100 g
BAJO Sal 117.6 mg por porción	ALTO Sal 1250 mg por 100 g

Etiquetado elaborado por el Dr. Juan Rivera D. del Instituto Nacional de Salud Pública con base en la propuesta de la Agencia de Estándares de Alimentos del Reino Unido.

10. *Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud*. Organización Mundial de la Salud, 2006 y European Charter on counteracting obesity. WHO European Ministerial Conference on Counteracting Obesity. WHO Europe. November 16th 2006.

11. *Traffic Light labelling*. Food Standards Agency, UK. www.eatwell.gov.uk/foodlabels/trafficlight/

Los alimentos en las escuelas

EL AMBIENTE ESCOLAR DEBE PROPICIAR UNA selección de alimentos saludables, proveer el tiempo suficiente para desarrollar un currículo nutricional y desarrollar guías nutricionales efectivas para la orientación de los maestros y los padres de familia.

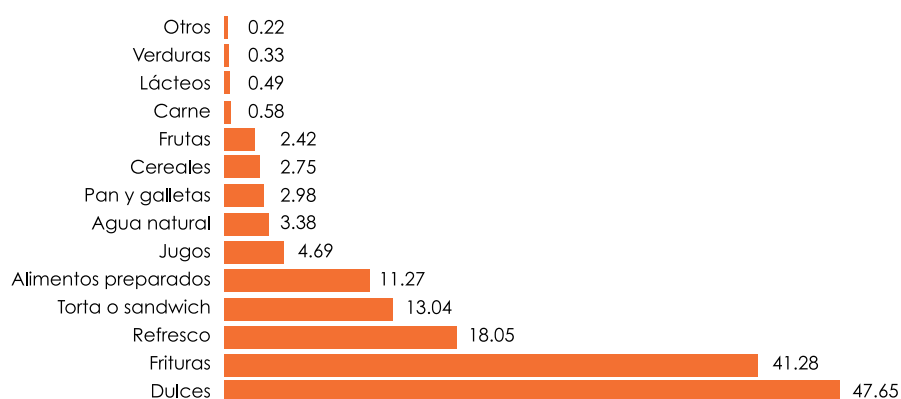
La escuela debe reforzar la conciencia de que existe una relación íntima entre la salud y los alimentos que se consumen y cómo éstos pueden afectar la vida de los niños .

Sin embargo, la escuela en México ha ido en sentido contrario a los principios de la educa-

ción nutricional, se ha convertido en una de las causas del sobrepeso y la obesidad, en un elemento más del ambiente obesigénico ⁽¹²⁾. En el ámbito escolar destacan: una amplia oferta de alimentos con alta densidad energética y bebidas azucaradas dentro y fuera de la escuela; hasta 5 oportunidades para comer en 4 ½ horas de escuela; ausencia de agua potable y poca disponibilidad de frutas y verduras ⁽¹³⁾.

En conclusión, las escuelas en México en vez de proporcionar educación nutricional son uno de los factores causantes de la epidemia de obesidad.

Alimentos que compran los niños con el dinero que llevan de su casa (%)



Primera evaluación del programa de desayunos escolares. 2004. Dr. Adolfo Chávez V. y Dr. Abelardo Avila C. Instituto Nacional de la Nutrición y Ciencias Médicas S.Z.

Preferencias en la compra de alimentos en las escuelas públicas de zonas marginales urbanas y rurales.

12. *Características del ambiente escolar y su relación con la obesidad infantil*. Margarita Safdie. Instituto Nacional de Salud Pública. Presentación en el Foro: “La Epidemia de la Obesidad en México” organizado por El Poder del Consumidor. 23 de abril 2007.

13. *Obesidad en México: Estrategias para su prevención y control*. Juan A. Rivera, Anabelle Bonvecchio, Salvador Villapando. Instituto nacional de Salud Pública. Presentación en el Foro: “La Epidemia de la Obesidad en México” organizado por El Poder del Consumidor. 23 de abril 2007.

Refrescos vs agua

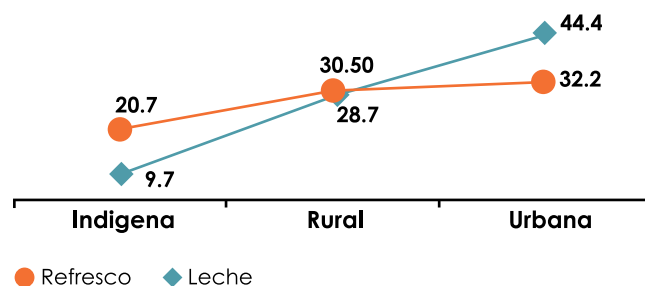
EN EL MUNDO, MÉXICO OCUPA EL SEGUNDO lugar en consumo de refrescos por habitante. Tan sólo Coca Cola realiza el 12% de sus ventas mundiales en nuestro país, a través de la mayor red que ninguna otra empresa o institución tiene en el país: 700 mil puntos de venta, en tiendas de abarrotes y pequeños comercios. Los refrescos se han convertido en la principal fuente de consumo de azúcares refinados entre la población mexicana y, por lo tanto, los principales responsables del incremento en la ingesta calórica que lleva al sobrepeso y la obesidad.

El consumo de refrescos creció 60% en solamente 14 años (1988-2002) en las fami-

lias de ingresos bajos ⁽¹⁴⁾; entre las familias indígenas pasó a representar un gasto de 20 pesos a la semana, contra 10 pesos en leche. Para el año 2006, el 50% de la bebida ingerida durante las comidas fue de refrescos y solamente el 11% lo ocuparon las tradicionales aguas frescas ⁽¹⁵⁾.

La falta de acceso al agua potable, que ha llevado a un incremento en el consumo de refrescos y bebidas embotelladas, se agudizó con la desaparición de los bebederos de agua potable en escuelas, parques y espacios públicos.

Gasto familiar a la semana de leche y refresco (\$) por tipo de localidad



La gráfica elaborada por la Primera Evaluación del programa de Desayunos Escolares muestra el gasto semanal de las familias indígenas, rurales y urbanas que tienen a sus hijos en escuelas públicas que reciben los desayunos escolares, es decir, de zonas de alta marginación. Una familia indígena gasta más del doble en refrescos que en leche.

14. *Obesity and nutrition-related chronic disease in middle income countries: the case of Mexico*. Barquera S, Flores M. En: http://www.insp.mx/Portal/Centros/cinys/barquera_%20libro1.pdf Understanding and overcoming obesity: the need for action. Health Decision Series. Ed. Gil Rémillard/Fondation Lucié et André Chagnon (2006):pp. 114-126

15. Documento interno de The Coca Cola Company. 2006

Manifiesto por la Salud Alimentaria en el combate a la epidemia de obesidad

MÉXICO SUFRE UN PROFUNDO DETERIORO DE LOS hábitos alimentarios que se manifiesta en la coexistencia de desnutrición en la población que vive en pobreza extrema y en una epidemia de sobrepeso y obesidad que afecta a la población de todas las edades y estratos socioeconómicos.

El incremento del sobrepeso y la obesidad ha alcanzado dimensiones de epidemia. Actualmente, 70% de la población adulta y uno de cada cuatro niños entre 5 y 11 años de edad, sufre estos males, lo que coloca a México entre los países en que se manifiestan con más alta incidencia.

Los efectos del sobrepeso y la obesidad sobre la salud son múltiples, al incrementar el riesgo de morbilidad y mortalidad y por tanto reducir la esperanza de vida. La diabetes, una de sus consecuencias, mantiene un crecimiento constante de 3% anual, y ya es considerada uno de los mayores retos del sector salud. Se estima que sus costos directos e indirectos ascienden a más de 23 mil millones de pesos al año. Es la principal causa de muerte prematura, de amputación de miembros y de ceguera en México.

La responsabilidad del sobrepeso y la obesidad, en su dimensión de epidemia, no recae únicamente en los malos hábitos individuales, es en esencia el resultado de la conformación de un ambiente obesigénico, de un entorno que propicia y promueve la obesidad. Este ambiente se sustenta en dos factores centrales: el cambio de hábitos de consumo alimentario, para favorecer alimentos y bebidas con altos contenidos de azúcares, grasas y sal, y una disminución en la actividad física.

Sobre este segundo factor se han enfocado empresas y gobierno, insistiendo en la necesidad de incrementar

la actividad física y ocultando así los enormes intereses económicos que operan para evitar que se tomen medidas para modificar los hábitos de alimentación,

Es obligación constitucional del Estado, de los poderes ejecutivo y legislativo, velar por el derecho de los mexicanos a la salud. El Estado ha violado este derecho por omisión, favoreciendo los intereses económicos que han promovido el cambio en los hábitos alimentarios para su propio beneficio. El Estado es responsable de la magnitud que la epidemia de sobrepeso y obesidad ha adquirido en México, con todas sus consecuencias sobre la salud.

Las organizaciones de la sociedad civil, mediante este Manifiesto por la Salud Alimentaria señalamos la responsabilidad del Estado, de los poderes ejecutivo y legislativo, y de las empresas, en el deterioro de los hábitos alimentarios de los mexicanos.

En consonancia con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, y con el propósito de enfrentar el ambiente obesigénico y la epidemia de sobrepeso y obesidad que vive nuestro país, exigimos al poder Ejecutivo y al Legislativo actuar de inmediato a través del siguiente plan de acción:

- 1.** Impulsar una campaña nacional de orientación alimentaria, masiva y permanente, a través de los medios de comunicación, las escuelas y los maestros, que establezca claramente cuáles son los alimentos recomendables para una alimentación sana, y señale qué tipo de alimentos y bebidas no son recomendables para su consumo habitual.
- 2.** Establecer un mínimo de requerimientos nutricionales que deben cumplir todos los alimentos y bebidas que se vendan o se sirvan en las escuelas

y centros de educación. Entregar estos requerimientos a los padres de familia para que vigilen su cumplimiento en las escuelas.

3. Hacer obligatoria la educación nutricional en las escuelas, asociándola con la oferta de alimentos sanos al interior de los planteles y con la producción regional de alimentos. Poner énfasis en el vínculo entre la buena nutrición, la salud y el entorno que produce los alimentos
4. Prohibir la publicidad de comida procesada, dirigida a niños, en los horarios infantiles de televisión y radio, en los sitios y secciones de Internet dirigidos a los niños y en todo tipo de espacio dedicado a la infancia.
5. Establecer un etiquetado obligatorio para todos los productos alimenticios y bebidas que hayan sido procesados, indicando de manera sencilla y clara si contienen altas, medias o bajas cantidades de azúcares, grasas totales, grasas saturadas, gra-

sas trans y sal, señalando la cantidad específica de cada una de estas concentraciones.

6. Hacer obligatoria la provisión de agua potable en escuelas y espacios públicos mediante la instalación de bebederos. Esta es una responsabilidad del gobierno federal, de los gobiernos estatales y de los municipios.
7. Garantizar la seguridad y la soberanía alimentarias, asegurando que el país pueda producir sus alimentos básicos y que éstos sean accesibles a la población.

El derecho a la salud está consagrado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y es obligación del Estado garantizarlo. La epidemia de sobrepeso y obesidad es consecuencia de una ausencia de políticas públicas: en los hechos, el Estado ha violado este derecho por omisión. Por la salud alimentaria en el combate a la epidemia de obesidad se requiere del conjunto de las acciones antes señaladas.

Organizaciones: El Poder del Consumidor, Alejandro Calvillo; Alconsumidor, Daniel Gershenson; Red por los Derechos de la Infancia, Gerardo Sauri; Oficina de Defensoría de los Derechos de la Infancia, Margarita Griesbah; Red Nacional de Empresas Comercializadoras de Productos del Campo, Víctor Suárez; Grupo de Estudios Ambientales, Jorge Acosta; Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible, Sergio Madrid; Red Mexicana de Acción frente al Libre Comercio, Marco Antonio Velásquez; Movimiento Agrario Indígena Zapatista, Alejandro Cruz; Presencia Ciudadana Mexicana, Gabriel Sánchez; Red de Agricultores Sustentables Autogestivos, Arturo García; Instituto Ciudadano de Defensa de Consumidores y Usuarios, Fernando Resendiz; Comercio Justo, Eduardo Rojo; Colectivo Ecologista Jalisco, Maite Cortés; Red de Acción en Plaguicidas y sus Alternativas en México, Fernando Bejarano; Mujer y Medio Ambiente, Hilda Salazar; Maderas del Pueblo del Sureste, Miguel Ángel García; Asociación Ambientalista Guerreros Verdes, Elena Khan; Movimiento Mexicano de Ciudadanía Positiva, Georgina Gutiérrez Alvarado; Educreando, Martín López; Cauce Ciudadano, Carlos Cruz; Del Campo y la Ciudad, Marco Antonio Díaz de León; Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado y Comunicación Cultural, Lilia Cisneros; Despertar Maya, Patricia González; Mielles del Sur, Armando Torres. **A título personal:** Alejandro Nadal, Arnoldo Krauz, Pablo Romo, Marco Antonio Martínez Negrete, Mónica Serna, Nayeli Nesme, Luisa Gómez Pombo, Concepción P. viuda de Gómez, Teresa Zorrilla Palomar, Miguel Ángel Torres, Virginia Román, Antonio Dorantes Morales, Jorge Villareal, Enrique Pérez, Jasmín Aguilar, Catarina Illsley, Gerardo Moncada, Diana M. Díaz.

El sobrepeso y la obesidad, en su dimensión de epidemia, ya no son el producto de malos hábitos alimentarios personales, son el efecto de un entorno que los promueve y al que se ha dado en llamar “ambiente obesigénico”, y que se conforma principalmente por: la publicidad de alimentos dirigida a niños que produce malos hábitos alimentarios desde edades muy tempranas; el predominio al interior de las escuelas de alimentos y bebidas no recomendables en términos nutricionales; la falta de acceso a agua potable en bebederos públicos y su sustitución por la omnipresencia de las bebidas azucaradas; la nula orientación nutricional y su reemplazo por la desorientación generada por la publicidad de alimentos procesados y la falta de información sencilla y útil para el consumidor en el empaque de los productos, además de la disminución de la actividad física.

La epidemia de sobrepeso y obesidad que vive la población mexicana, la segunda más grave a escala mundial, no podrá enfrentarse con campañas dirigidas a tratar de modificar los hábitos individuales en tanto no se modifique el entorno que está produciendo esa epidemia.



El Poder del Consumidor A.C. (EPC) es una organización de la sociedad civil, independiente de partidos políticos, empresas y grupos religiosos. Su objetivo es la defensa de los derechos de los consumidores y la promoción de sus responsabilidades. EPC es miembro de Consumers International y del Consejo Consultivo para el Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor.

El Poder del Consumidor A. C.
Santa Úrsula Coapa • México, DF 04650 • Tel / Fax: 5338 4587 • www.elpoderdelconsumidor.org

