

bridging the gap

Research Informing Policies & Practices
for Healthy Youth

La necesidad de políticas públicas frente a la autorregulación

Frank J. Chaloupka, Lisa M. Powell, Jamie F. Chriqui

Apoyado por financiamiento de *RWJF, NHLBI, NCI, CDC, y otros*

**FORO INTERNACIONAL SOBRE POLÍTICAS DE COMBATE DE LA OBESIDAD
13 DE MAYO 2013 -CIUDAD DE MÉXICO**

Visión de Conjunto

- Lecciones del control del tabaco
 - Los límites de la autorregulación
 - Necesidad y eficacia de las políticas
- Implicaciones para la promoción de la alimentación saludable y la reducción de la obesidad
 - El ambiente de la alimentación en las escuelas
 - La publicidad de alimentos y bebidas
 - Precios de alimentos y bebidas

Lecciones del control del tabaco

- Las décadas de los cincuenta y los sesenta
 - Surge evidencia, que fortalece la conciencia de las consecuencias para la salud del consumo del tabaco
 - Respuesta de la industria:
 - “Una declaración franca dirigida a los fumadores de cigarros”– enero de 1954
 - “Aceptamos el interés en la salud de las personas como una responsabilidad básica, más importante que cualquier otra consideración en nuestro negocio”.
 - “Siempre hemos cooperado y siempre cooperaremos estrechamente con aquellos cuya tarea es velar por la salud pública”.
- Declaraciones similares de la industria de alimentos y bebidas

bridging the gap

Lecciones del control del tabaco

- Estrategia de la industria para contrarrestar los esfuerzos regulatorios
 - Se centra en la "responsabilidad personal"
 - Despierta temores de que la intervención del gobierno viole las garantías individuales
 - Difama a los críticos - por ejemplo, "El Estado niñera", "nazis de la salud"
 - Describe la investigación como "ciencia chatarra"
 - Promueve la autorregulación
 - Apoya intervenciones ineficaces
 - Promueve campañas de Responsabilidad Social Empresarial
 - Cabildea
 - Apoya a grupos fachada
- Estrategia similar a la utilizada por la industria de alimentos y bebidas

bridging the gap

Adapted from Brownell & Warner (2009), *The Milbank Quarterly*

Lecciones del control del tabaco

- El litigio lleva a la publicación de millones de páginas de documentos internos de la industria tabacalera
 - Departamento de Justicia de EE.UU. señala “7 pilares de fraude” en “un plan masivo de 50 años para defraudar al público”.
 - Los demandados negaron los efectos adversos del consumo de tabaco tanto en fumadores como en fumadores pasivos
 - Los demandados propagan el mito de que la investigación patrocinada por la industria del tabaco es independiente
 - Los demandados negaron que la nicotina fuera adictiva
 - Los demandados manipularon los niveles de nicotina en los cigarrillos para crear y sostener la adicción
 - Los demandados comercializan cigarrillos bajos en alquitrán como menos perjudiciales
 - Los demandados realizaron publicidad y promoción de sus productos con jóvenes
 - Los demandados suprimieron evidencia sobre los peligros de fumar

Lecciones del control del tabaco

Decisión del juez Kessler:

“Los demandados han tenido conocimiento de muchos de estos hechos durante por lo menos 50 años. A pesar de este conocimiento, han negado estos hechos ante la opinión pública, el Gobierno y la comunidad de salud pública de manera consistente y repetida, con gran habilidad y sofisticación. Más aún, con el fin de mantener la viabilidad económica de sus empresas, los demandados han negado haber comercializado y anunciado sus productos a menores de dieciocho años y jóvenes entre dieciocho y veintiún años, con el fin de garantizar un suministro adecuado de "fumadores de reemplazo", en la medida en que fumadores mayores se van quedando en el camino debido a que se mueren, se enferman o dejan de fumar. ***En resumen, los demandados han comercializado y vendido sus productos letales con celo, con engaño, con un enfoque decidido en su éxito financiero, y sin tomar en cuenta la tragedia humana o el costo social que su éxito implicaba***”.

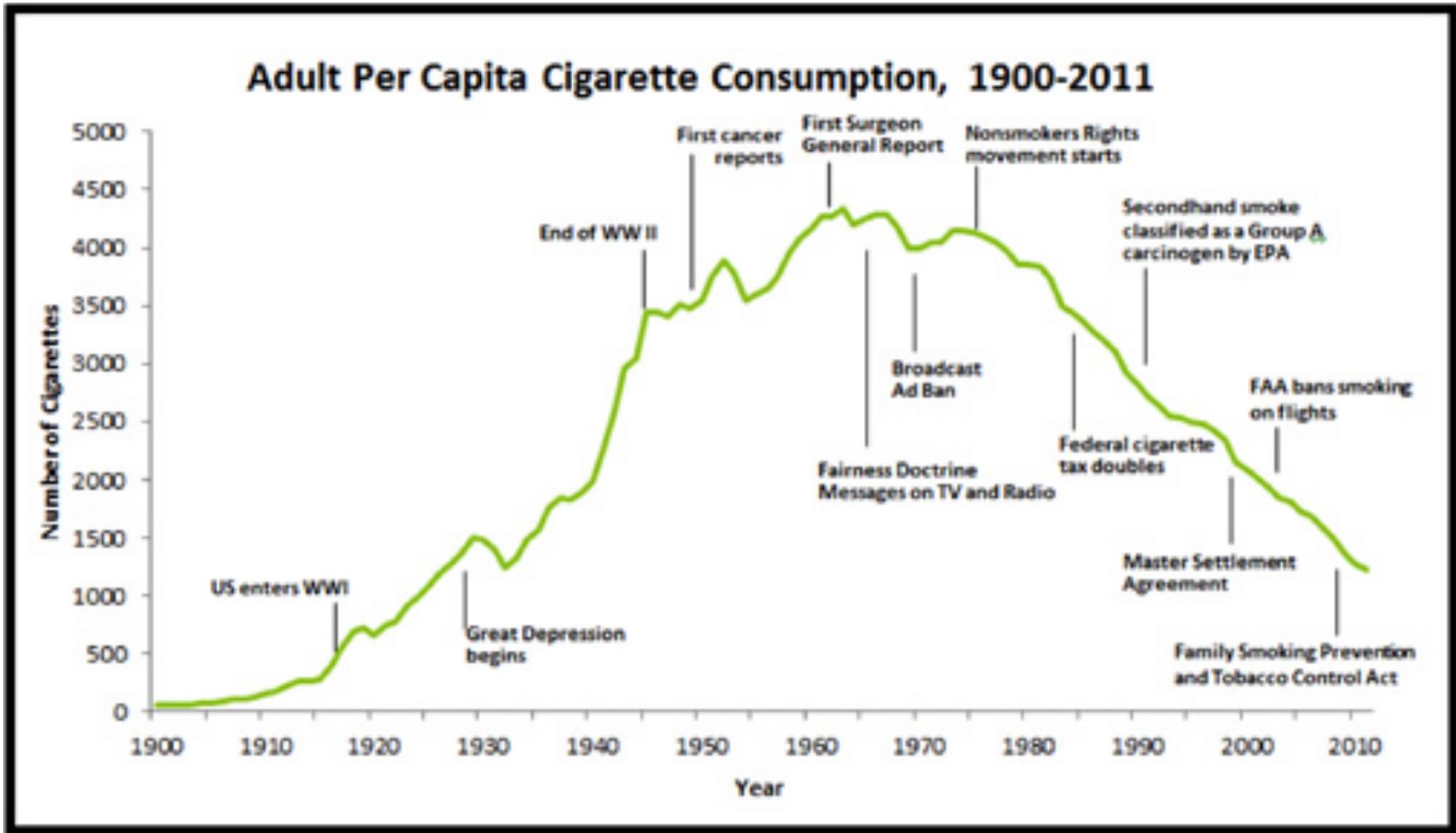
Las industrias de alimentos/bebidas y tabaco

- Las fallas del mercado motivan la intervención del gobierno
 - Ambas causan considerables consecuencias para la salud entre los usuarios, con consecuencias poco entendidas por muchos
 - Externalidades financieras de ambas industrias por el uso de los servicios de salud financiados con fondos públicos para el tratamiento de las consecuencias para la salud
 - Patrones de consumo establecidos en edades tempranas, cuando los problemas de información son más pronunciados
 - Clara evidencia de la adicción al tabaco y creciente evidencia del potencial adictivo del azúcar

Las industrias de alimentos/bebidas y tabaco

- Anunciados y promovidos agresivamente por las grandes empresas multinacionales
- Las multinacionales tienen una considerable influencia política
- Ambas industrias destacan la responsabilidad personal
- Ambas industrias hacen un uso indebido de argumentos económicos en el debate sobre las políticas de control
- Ambas industrias se dedican a la "autorregulación"
- Ambas industrias introducen productos "más seguros"

Lecciones del control del tabaco



bridging the gap

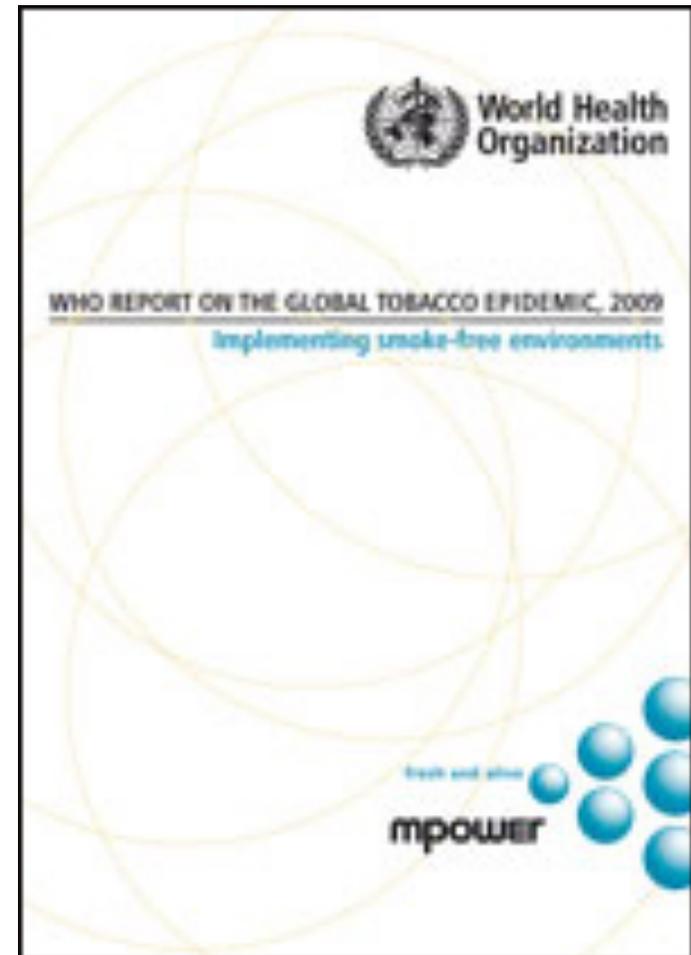
Lecciones del control del tabaco

El marco “MPOWER” (por sus siglas en inglés)

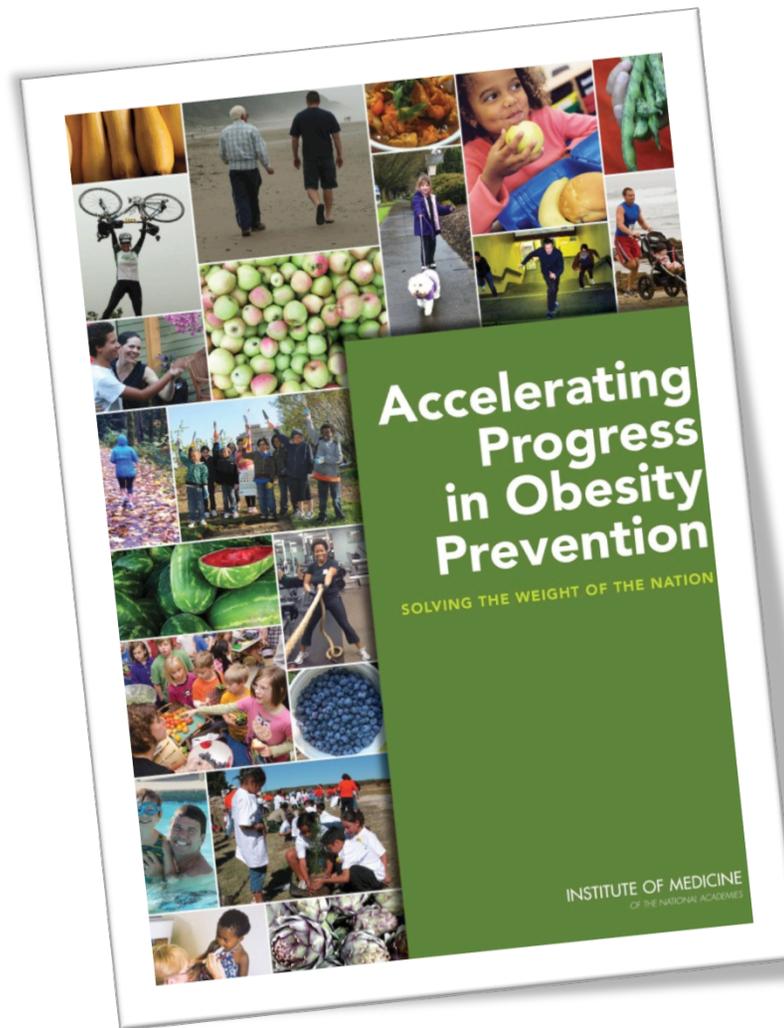
- "Monitorear" la epidemia del tabaquismo
- "Proteger" a los no fumadores
- "Ofrecer" ayuda para dejar de fumar
- "Advertir" sobre los daños
- "Hace cumplir" las prohibiciones publicitarias
- "Elevar" los impuestos

La mayoría de los componentes de uso efectivo de recursos del CMCT de la OMS

bridging the gap

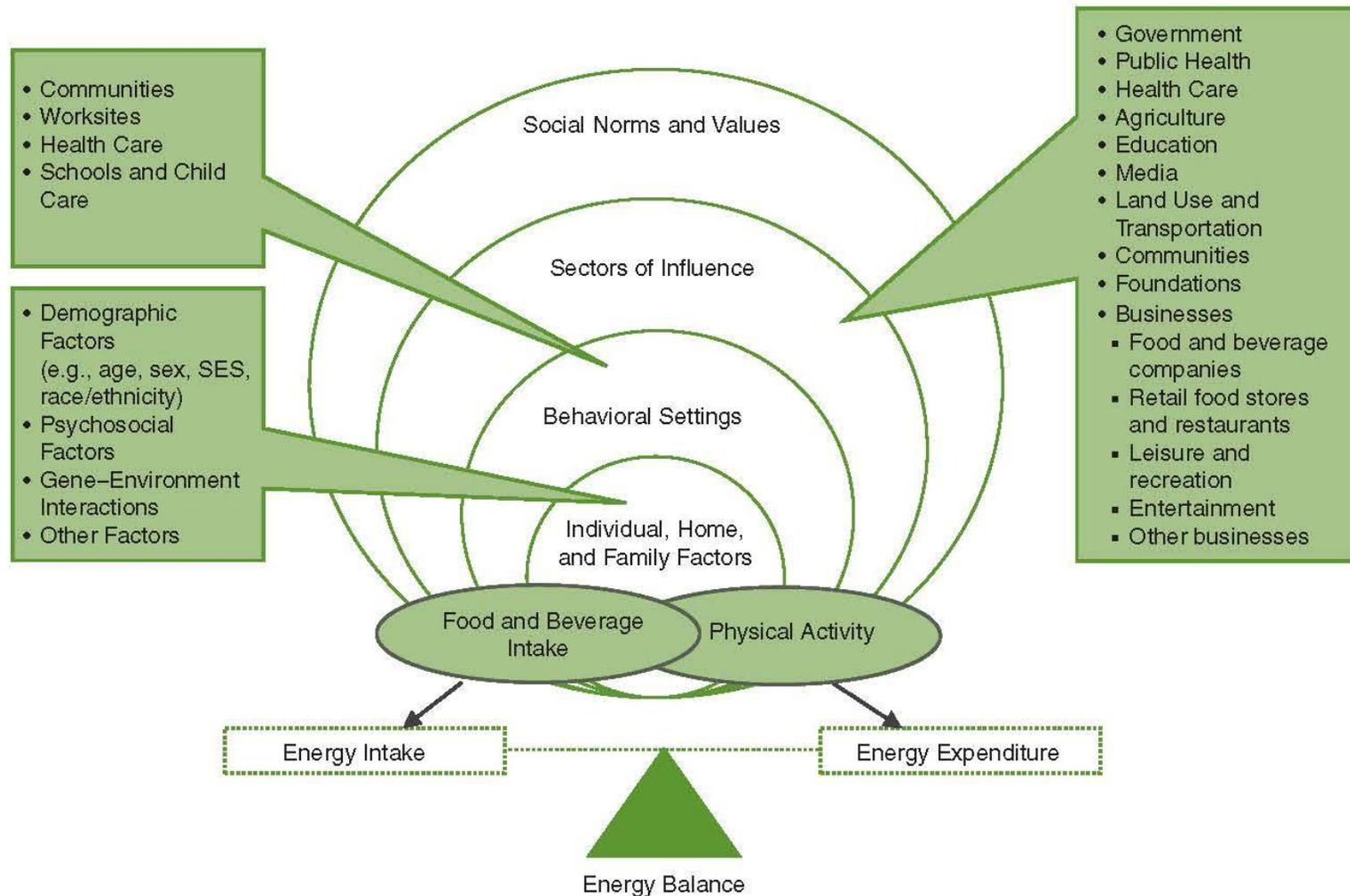


Informe del Instituto de Medicina: *Acelerar los avances en la prevención de la obesidad (2012)*



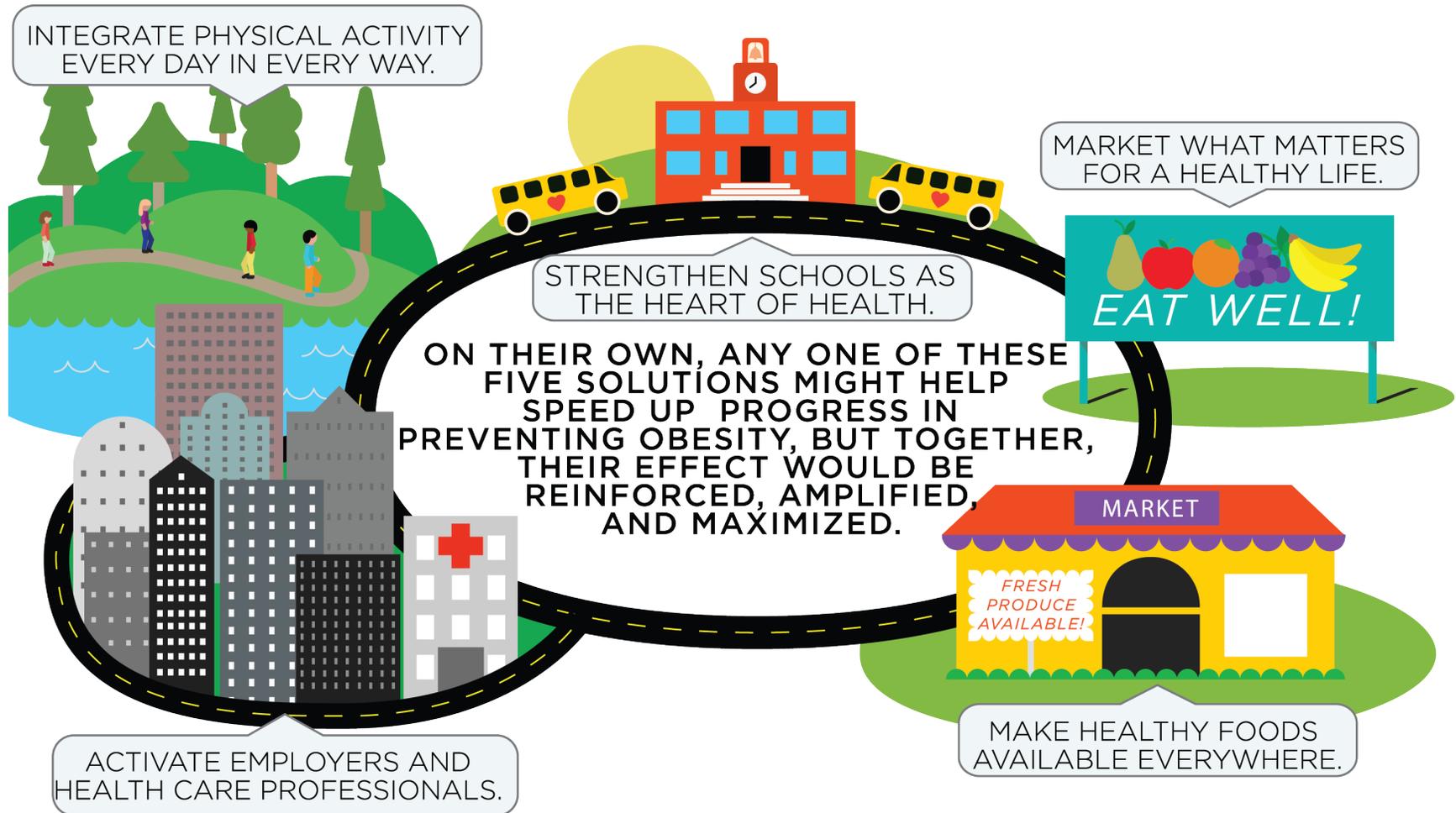
bridging the gap

Los niveles y sectores de influencia sobre los esfuerzos de prevención de la obesidad



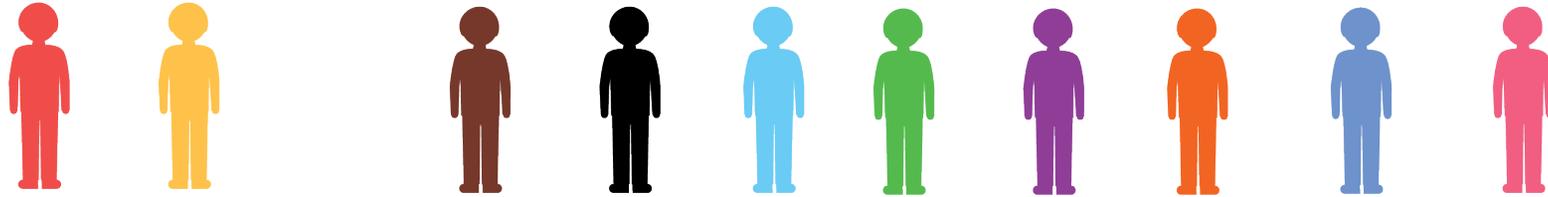
Fuente: Institute of Medicine (IOM), 2012; Adapted from IOM, 2007

5 SOLUTIONS FOR CHANGING OUR COMMUNITIES



bridging the gap

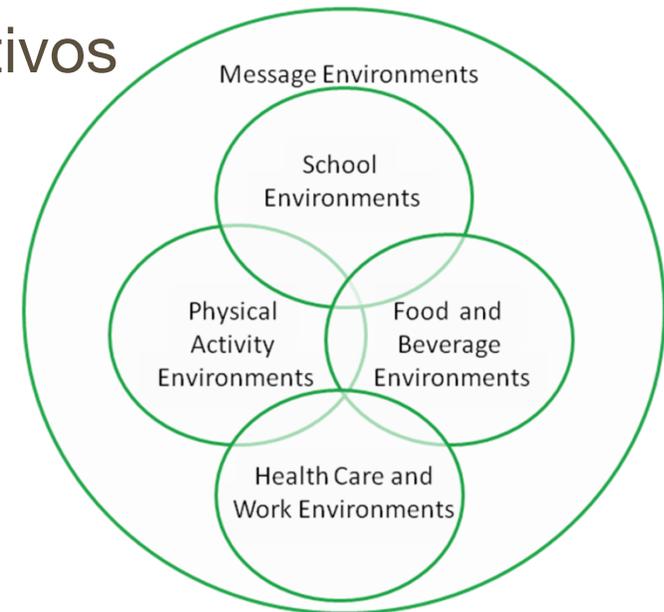
Enfrentar el desafío de lograr la equidad



Transformar ambientes no equitativos
Alimentos y bebidas
Actividad física
Mensaje

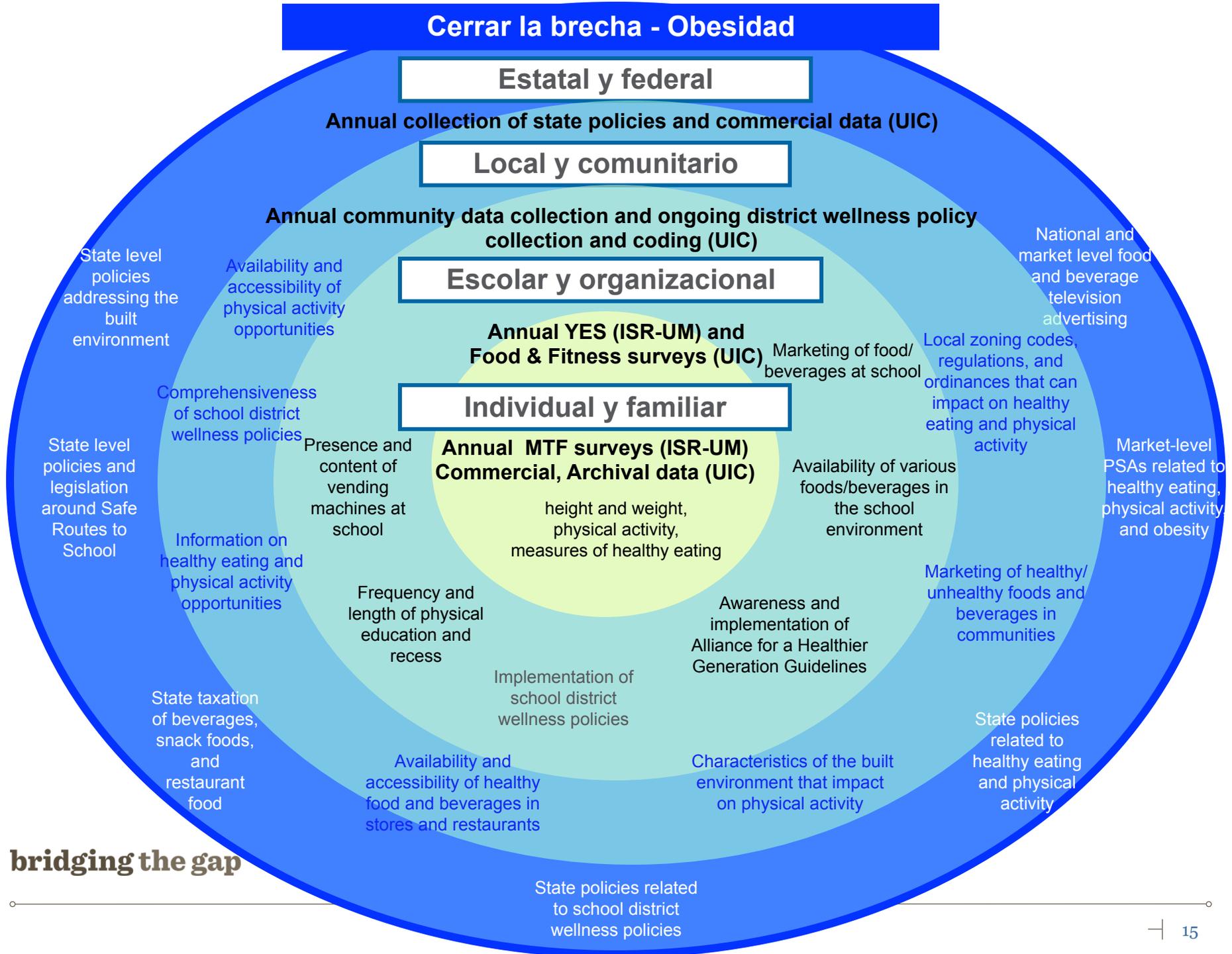
Dirigirse a entornos críticos

- Las escuelas
- Los centros de trabajo



bridging the gap

Cerrar la brecha - Obesidad



bridging the gap

Alimentos y bebidas en el ambiente escolar

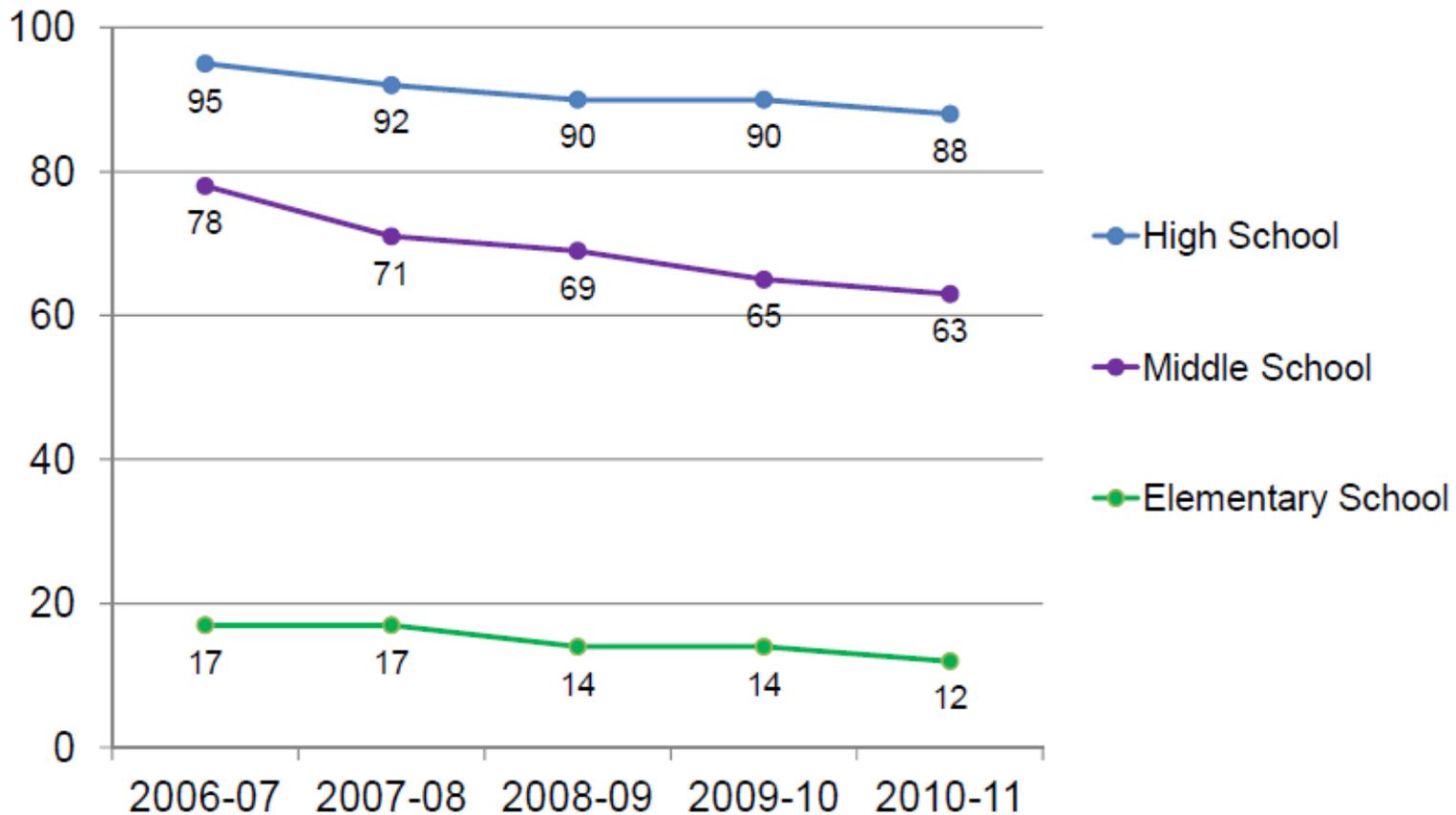
bridging the gap

Alimentos y bebidas en las escuelas

- La industria apoyó unos “lineamientos” para reducir la disponibilidad de alimentos y bebidas menos saludables en las escuelas
 - El acuerdo de mayo del 2006 entre la Asociación Americana de Bebidas y la Alianza para una Generación Más Sana en torno a los lineamientos relacionados a la disponibilidad y el tamaño de las porciones de diversas bebidas en las escuelas.
 - Un acuerdo similar entre diversas empresas de alimentos y la Alianza en torno a estándares nutricionales para alimentos que se venden en las escuelas.

Porcentaje de alumnos con acceso a la compra de bebidas azucaradas en las escuelas

Año escolar 2006-07 hasta 2010-11



bridging the gap

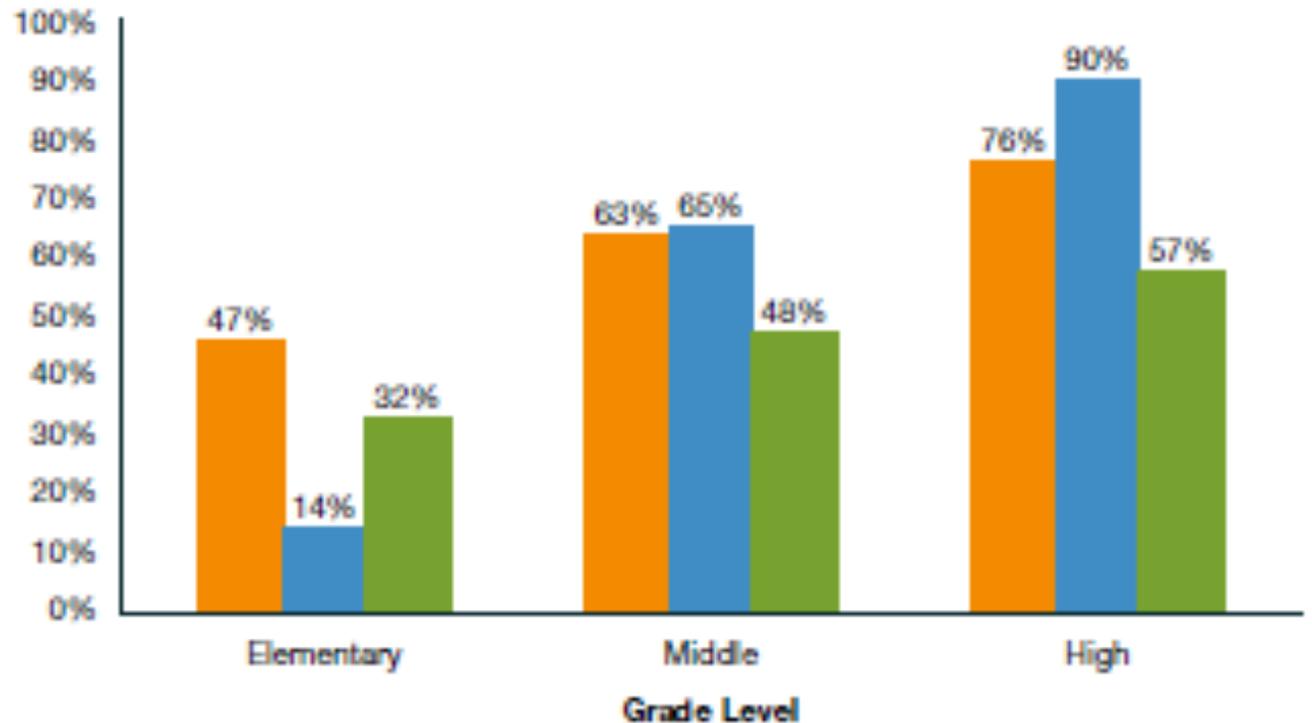
Fuente: Turner, et al., 2012 BTG Research Brief

Porcentaje de alumnos de escuelas públicas estadounidenses con acceso a alimentos y bebidas poco saludables en venta en las escuelas, por año escolar, Año escolar 2009-10

Percentage of U.S. Public School Students Nationwide with Access to Unhealthy Foods and Beverages in Competitive Venues by Grade Level, School Year 2009–10

- Sweet/Salty/High Fat Snacks
- SSBs
- 2% or Whole Milk

% of Public School Students Nationwide



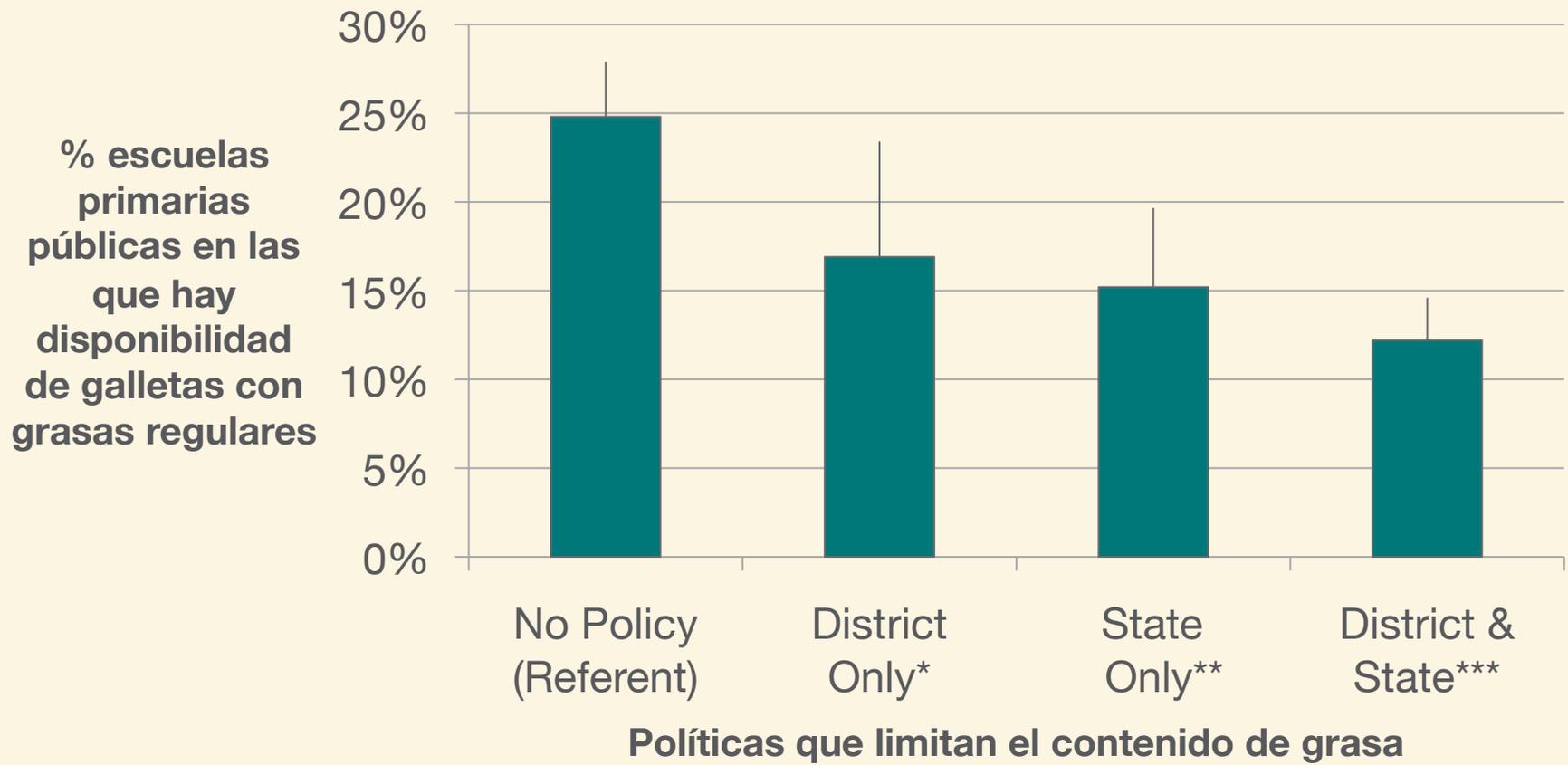
bridging the gap

Fuente: Chriqui, 2012 HER-BTG Research Brief

Alimentos y bebidas en las escuelas

- La necesidad de políticas sólidas que regulen la disponibilidad y el contenido nutricional de los alimentos y bebidas disponibles en las escuelas
 - La Ley Federal de Nutrición Infantil y Reautorización WIC de 2004 exige que todos los distritos escolares que participan en los programas nacionales de alimentación escolar adopten una “política de bienestar” a partir del inicio del año escolar 2006/07
 - La Ley Federal de Niños Saludables y Sin Hambre convoca al fortalecimiento de las políticas de bienestar, los lineamientos de la USDA para alimentos en venta en las escuelas, y otros

Relación entre las políticas que limitan el contenido de grasa y la disponibilidad en escuelas primarias de galletas con grasas regulares, Año escolar 2006-07 – Año escolar 2010-11



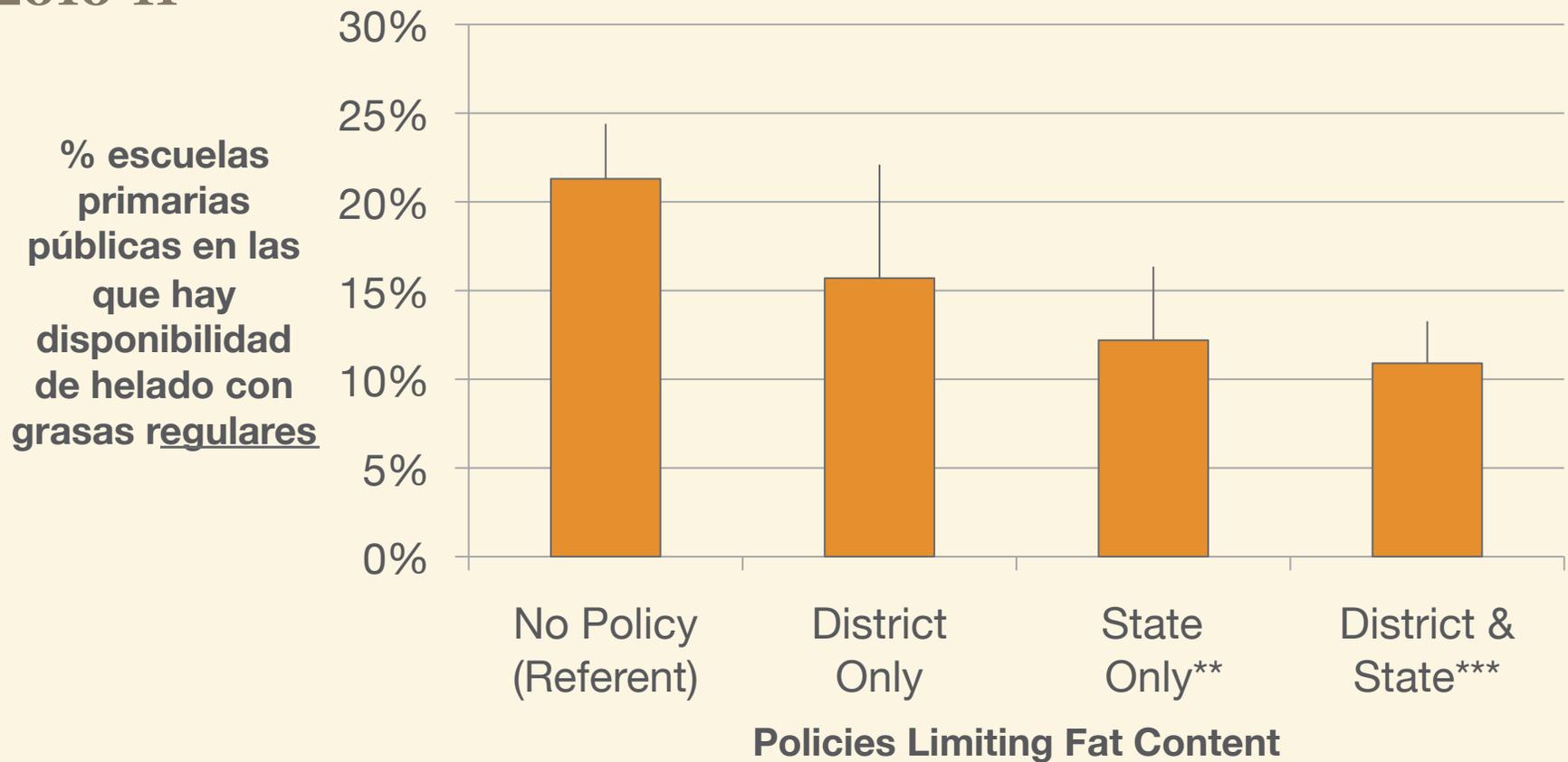
*p<.05 **p<.01 ***p<.001

^aAdjusted for year, region, race/ethnicity, SES, locale, school size, state obesity rates

bridging the gap

Fuente: Chriqui, Turner, Taber, Chaloupka, in press, *JAMA Pediatrics*

Relación entre las políticas que limitan el contenido de grasa y la disponibilidad en escuelas primarias de helado con grasas regulares, Año escolar 2006-07 hasta 2010-11



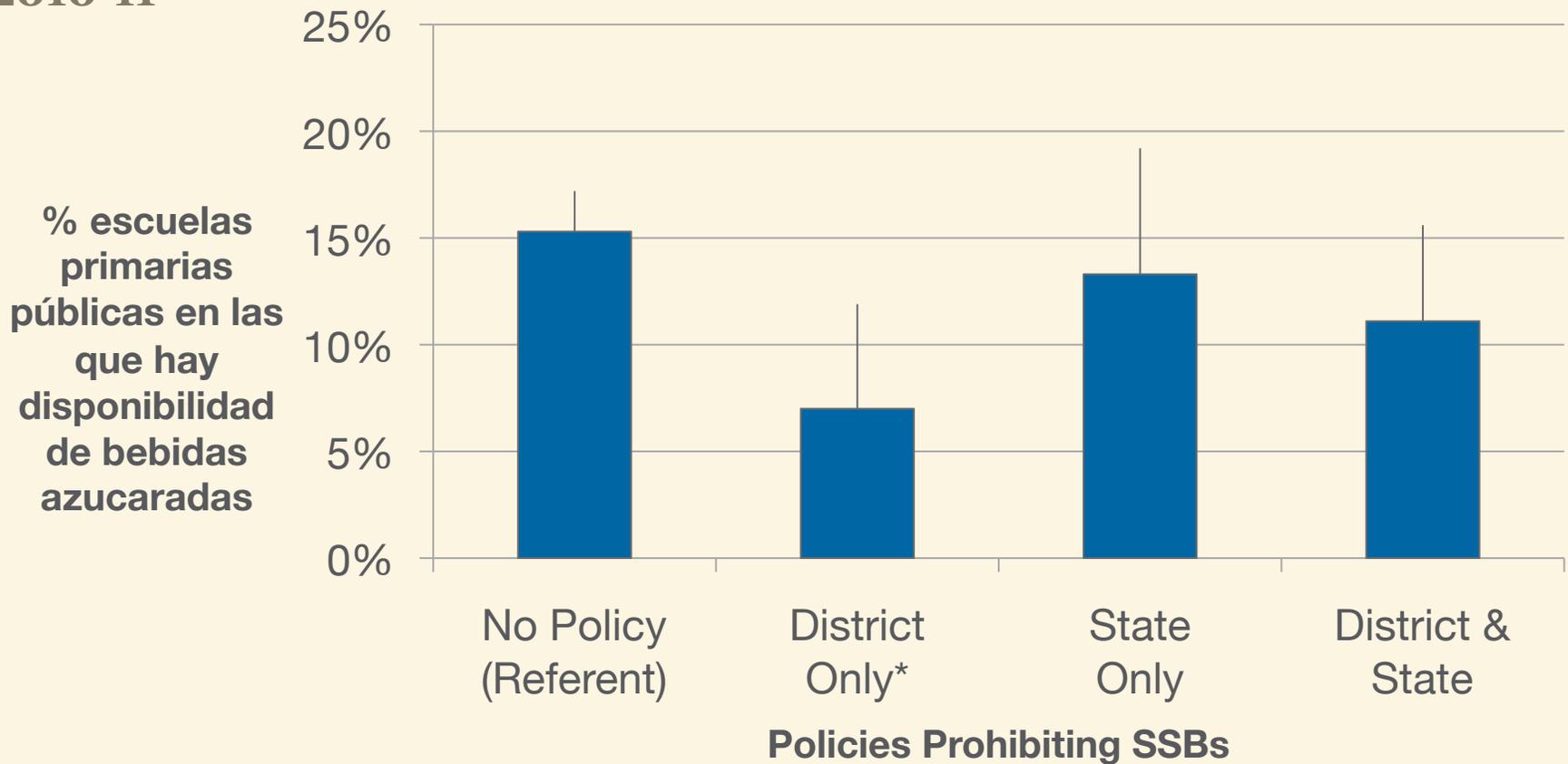
^aAdjusted for year, region, race/ethnicity, SES, locale, school size, state obesity rates

p<.01 *p<.001

bridging the gap

Source: Chriqui, Turner, Taber, Chaloupka, in press, *JAMA Pediatrics*

Relación entre las políticas que prohíben bebidas azucaradas y la disponibilidad en escuelas primarias de bebidas endulzadas con azúcar, Año escolar 2006-07 hasta 2010-11



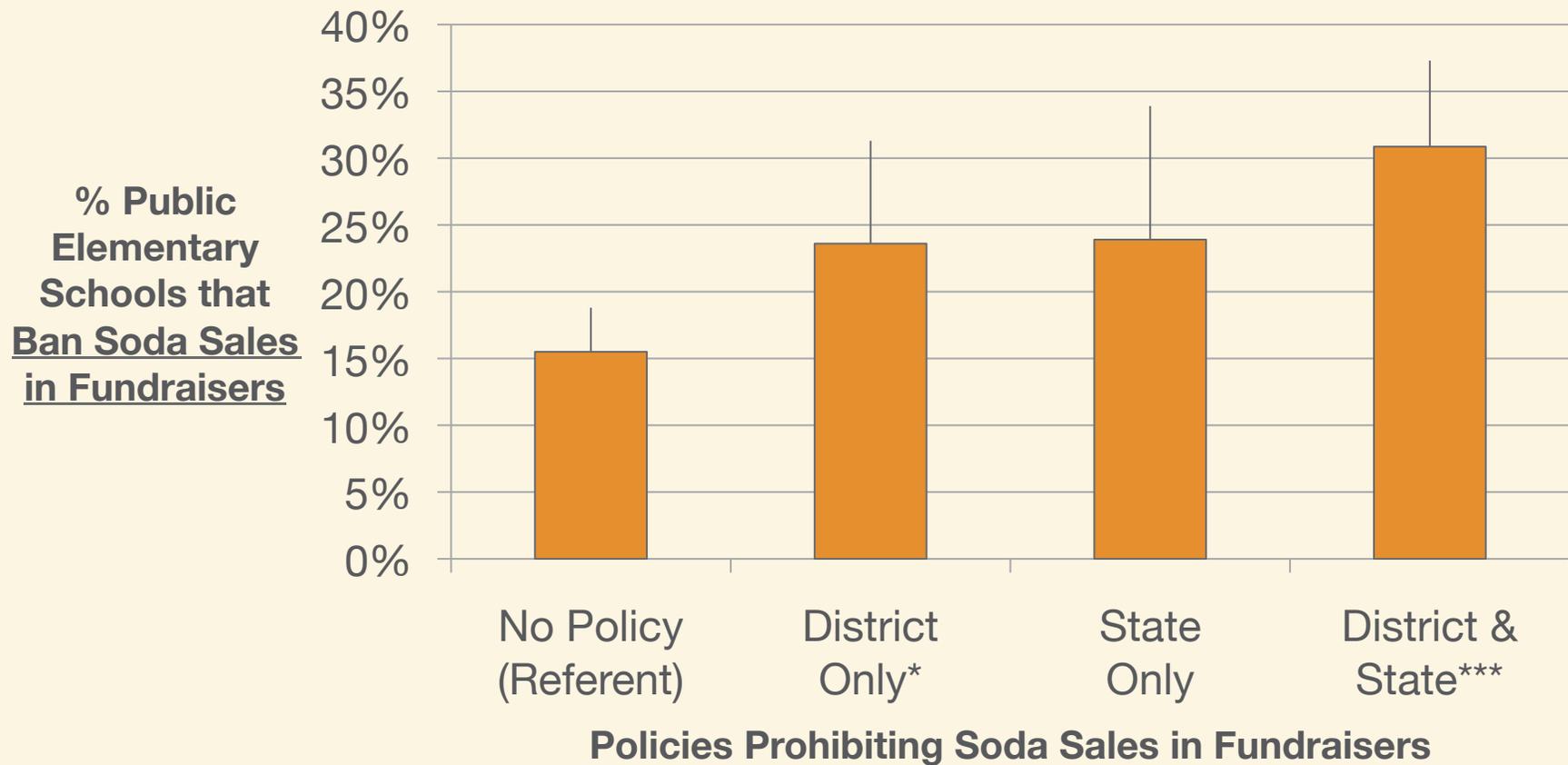
^aAdjusted for year, region, race/ethnicity, SES, locale, school size, state obesity rates

*p<.05

bridging the gap

Fuente: Chriqui, Turner, Taber, Chaloupka, in press, *JAMA Pediatrics*

Relación entre las políticas que prohíben la venta de refrescos en eventos de recaudación de fondos y la prohibición de la venta de refrescos en eventos para recaudar fondos en escuelas primarias, Años escolares 2009-10 y 2010-11



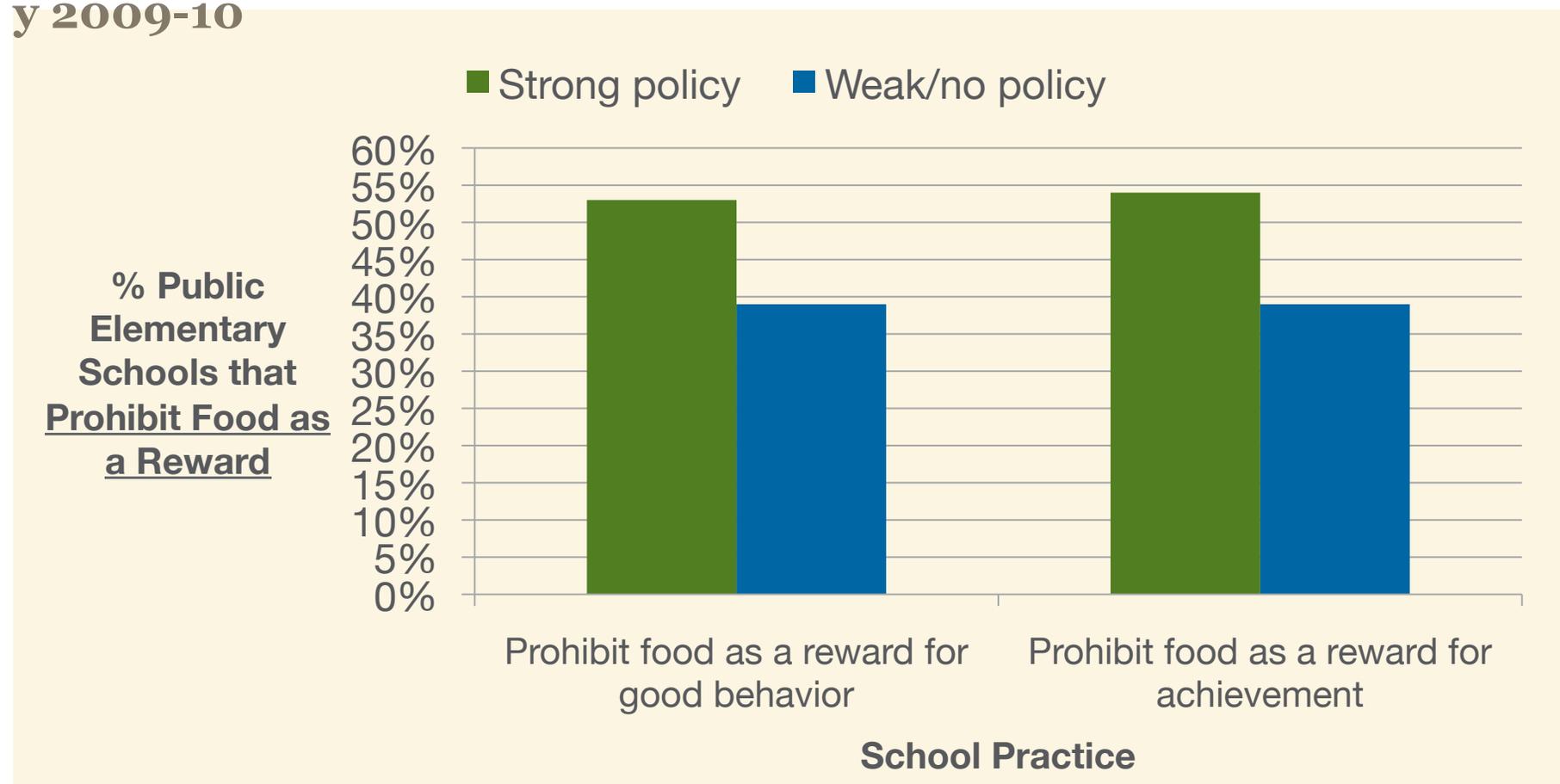
^aAdjusted for year, region, race/ethnicity, SES, locale, school size, state obesity rates

*p<.05 ***p<.001

bridging the gap

Fuente: Turner, Chriqui, Chaloupka, *PLoS One* 2012

Relación entre las políticas distritales que prohíben el uso de alimentos como recompensa y la restricción del uso de alimentos como recompensa en escuelas primarias, años escolares 2007-08 y 2009-10



bridging the gap

Fuente: Turner, Chriqui, Chaloupka, *JADA* 2012

Resumen de las relaciones entre las políticas y el ambiente de alimentos y bebidas en las escuelas

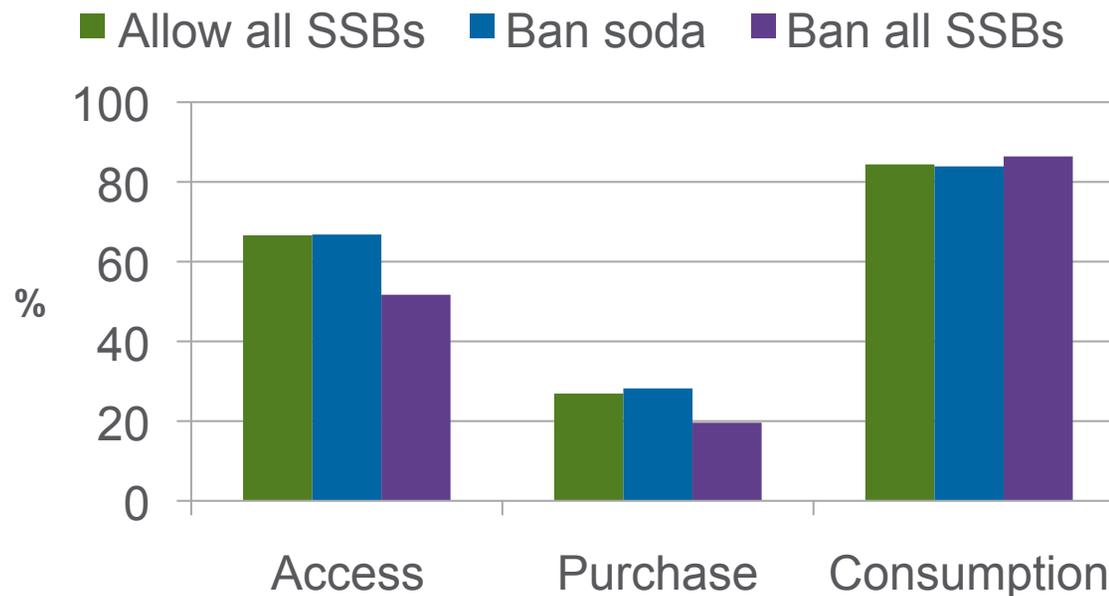
- No es suficiente promulgar lineamientos voluntarios para eliminar el acceso a alimentos y bebidas poco saludables en las escuelas.
- Las políticas distritales y estatales más fuertes se asocian con mejoras en los espacios escolares donde se venden alimentos y bebidas y donde se recaudan fondos.
- No sólo importan las políticas estatales, sino también las políticas distritales, tanto de manera aislada como conjunta con políticas estatales equivalentes, se asocian con cambios positivos en los espacios escolares donde se venden alimentos y bebidas y donde se recaudan fondos.

Relación entre las leyes estatales sobre la venta de alimentos y bebidas, el comportamiento humano y resultados en el peso

bridging the gap

Leyes sobre bebidas endulzadas con azúcar

- Las leyes estatales que prohíben todas las bebidas endulzadas con azúcar reducen la prevalencia del acceso y compra de bebidas azucaradas entre los alumnos dentro de las escuelas secundarias, aunque no reducen el consumo total.



Las leyes sobre la venta de alimentos en el estado de California

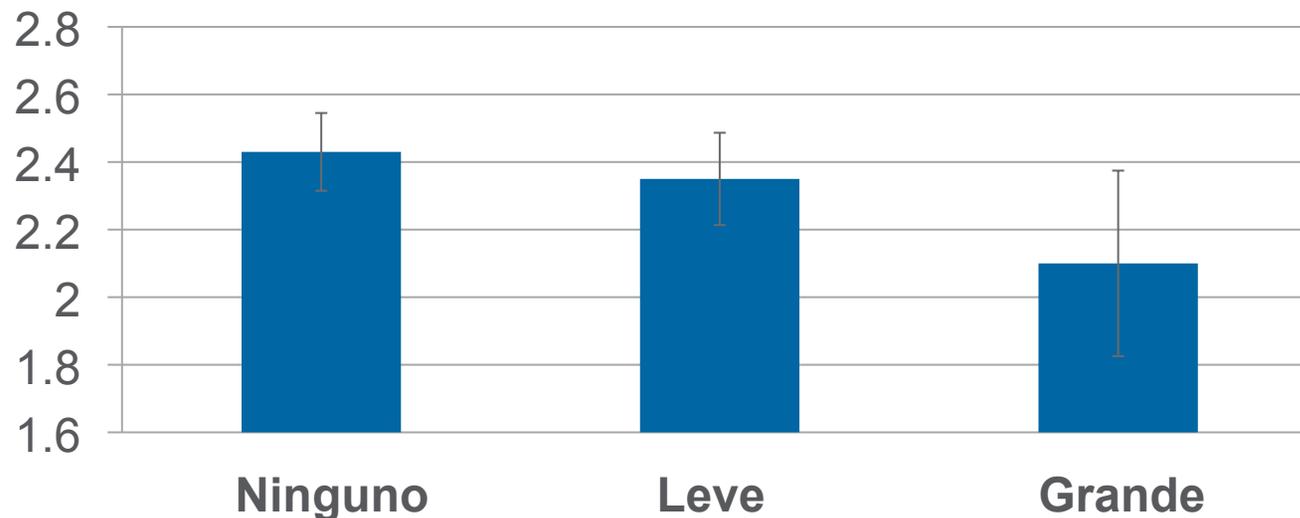
- California tiene leyes especialmente estrictas con respecto a los contenidos de grasas, azúcares y calorías de alimentos que se venden en las escuelas.
- Los estudiantes de preparatorias en California reportaron un menor consumo dentro de la escuela de grasas, azúcares y calorías totales en comparación con estudiantes en estados que no regulan los contenidos nutricionales de los alimentos en venta.

	California	Otros estados
Azúcar (g)	19.8	30.9
Grasa (g)	14.2	20.4
Calorías totales	352.6	509.1

Las leyes sobre la venta de alimentos

- Los estudiantes suben menos de peso si se encuentran en estados con estándares de nutrición fuertes y específicos para los alimentos en venta.

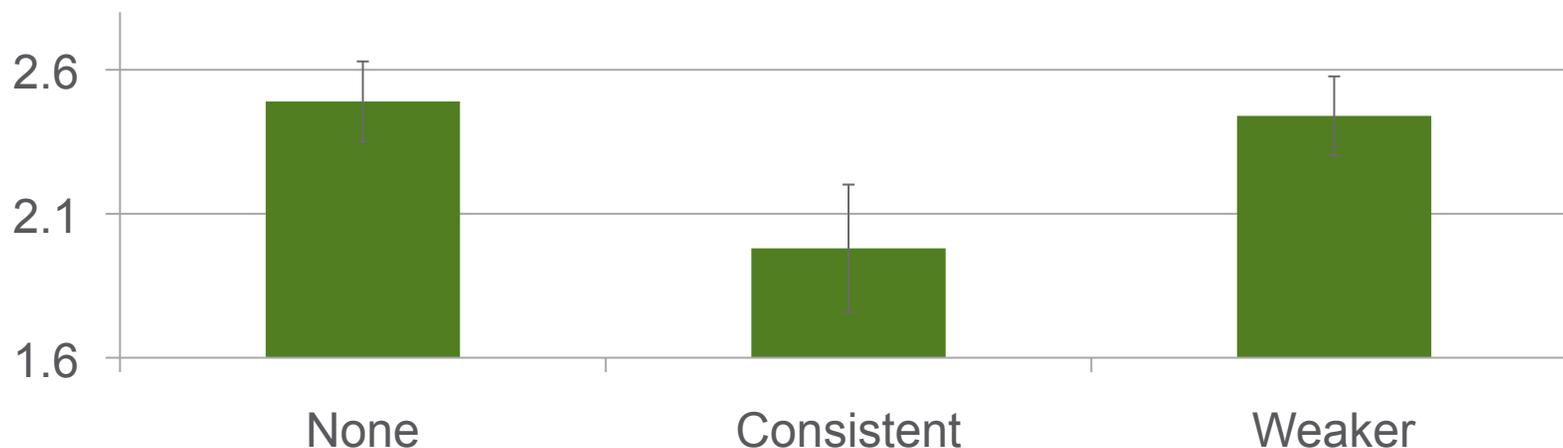
Cambios ajustados en el IMC entre el 5° de primaria y el 2° de secundaria



Las leyes sobre los alimentos en venta

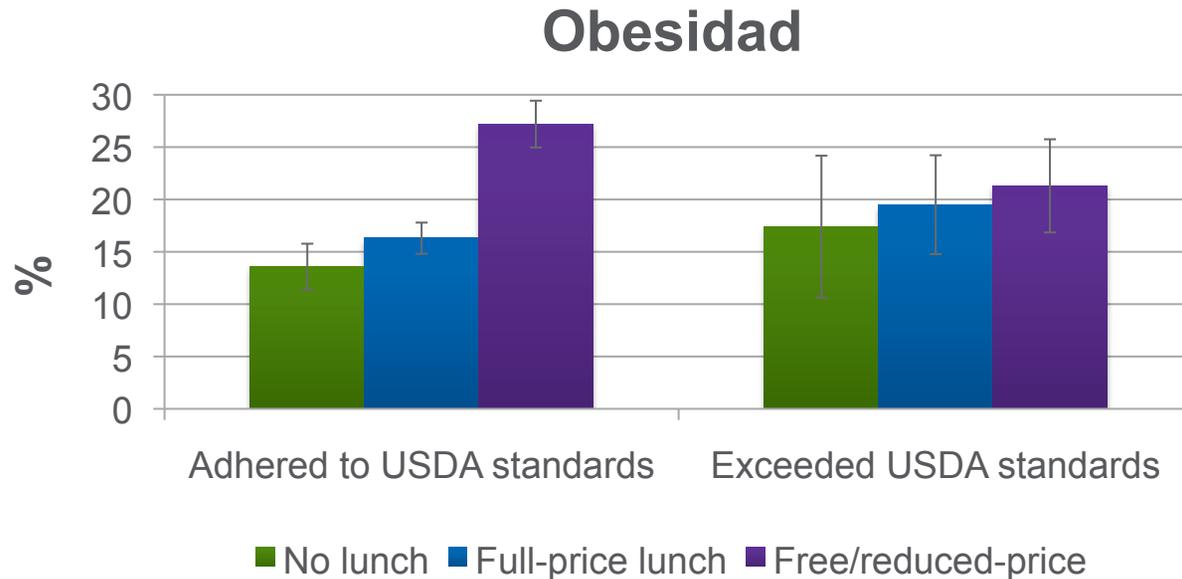
- Las leyes deben ser consistentes en el tiempo y para todos los niveles escolares.
- Los estudiantes expuestos a leyes más débiles a medida que pasen de la primaria a la secundaria subieron el mismo peso que los que nunca estuvieron expuestos.

Cambios ajustados en el IMC entre el 5° de primaria y el 2° de secundaria



Normas para comedores escolares

- En general, los estudiantes que reciben comidas gratuitas o a precio reducido son más propensos a ser obesos.
- Sin embargo, las disparidades se eliminaron en los estados que superaron las normas anteriores de la USDA para comidas escolares.



Leyes para comedores escolares – Normas para frutas y verduras

- Los estudiantes que tienen acceso limitado a frutas y verduras (FV) en el hogar, consumen más FV si viven en un estado que exige un número mínimo de FV en las comidas escolares.

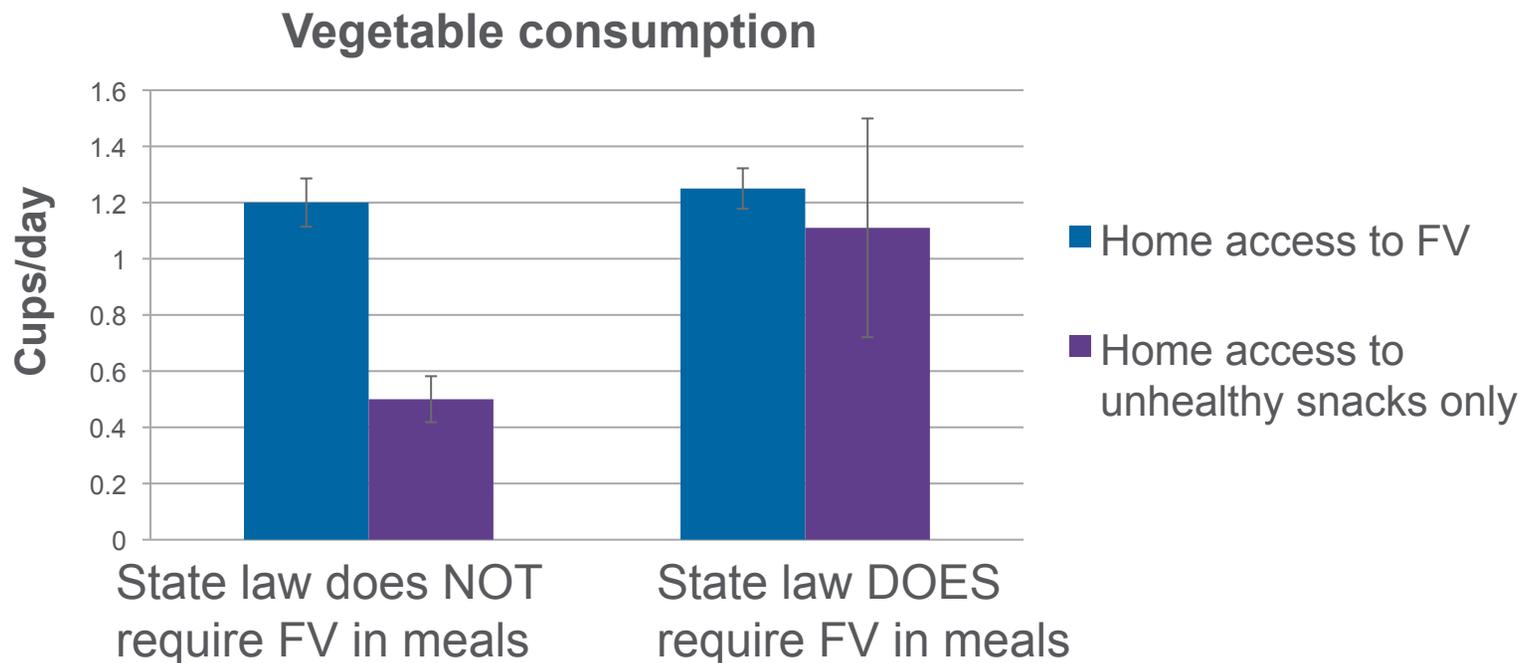
	State law requires minimum # FV in school meals	Mean	Adjusted difference	
			β	95% CI
Cups fruit/day	No	0.79	-	-
	Yes	1.24	0.45	0.07, 0.84
Cups veg/day	No	0.50	-	-
	Yes	1.11	0.61	0.21, 1.00

bridging the gap

Fuente: Taber, Chriqui, and Chaloupka, *Am J Prev Med*, 2013

Leyes de comedores escolares - Normas para frutas y verduras

- Como resultado, se reducen las disparidades en la dieta cuando los estados exigen FV en las comidas escolares.



bridging the gap

Fuente: Taber, Chriqui, and Chaloupka, *Am J Prev Med*, 2013

Resumen de las relaciones entre las políticas y la disponibilidad, consumo y resultados de peso relacionados a los alimentos y bebidas en escuelas secundarias

- Las leyes estatales se asocian con cambios en los entornos escolares relacionados con los alimentos en venta en las escuelas y las comidas escolares.
 - Los resultados son alentadores considerando los nuevos estándares de comida escolar de la USDA y las normas recientemente propuestas para alimentos en venta.
- Es de fundamental importancia contar con leyes integrales sólidas que aborden todos los lugares, todos los años escolares, todas las bebidas (por ejemplo, no sólo refrescos, sino todas las bebidas azucaradas) para mejorar el entorno de alimentación escolar.
- Existe una asociación entre las leyes estatales sólidas y la reducción de IMC o la disminución de la tasa de aumento de peso.
- Las leyes estatales contribuyen a reducir las disparidades en el consumo de FV y a aumentar la disponibilidad de opciones más saludables en las escuelas de bajos recursos.

bridging the gap

Publicidad y promoción de alimentos y bebidas

bridging the gap

Publicidad y promoción de alimentos y bebidas

- La autorregulación de la industria a través de la Iniciativa de Publicidad de Alimentos y Bebidas Dirigida a Niños (CFBAI)
 - Promovida por el Consejo de los *Better Business Bureaus* en 2006
 - Las empresas de alimentos y bebidas participantes se comprometen a comercializar productos más saludables para niños
 - Inicialmente, las normas variaban por empresa
 - Con el tiempo, hubo mayor uniformidad en las normas
 - Se centraron en los niños menores de 12 años de edad
 - Se definió la "programación infantil" como programas de televisión con una audiencia infantil de 35% o más
 - Estándares nutricionales uniformes surtirán efecto a partir de finales del 2013

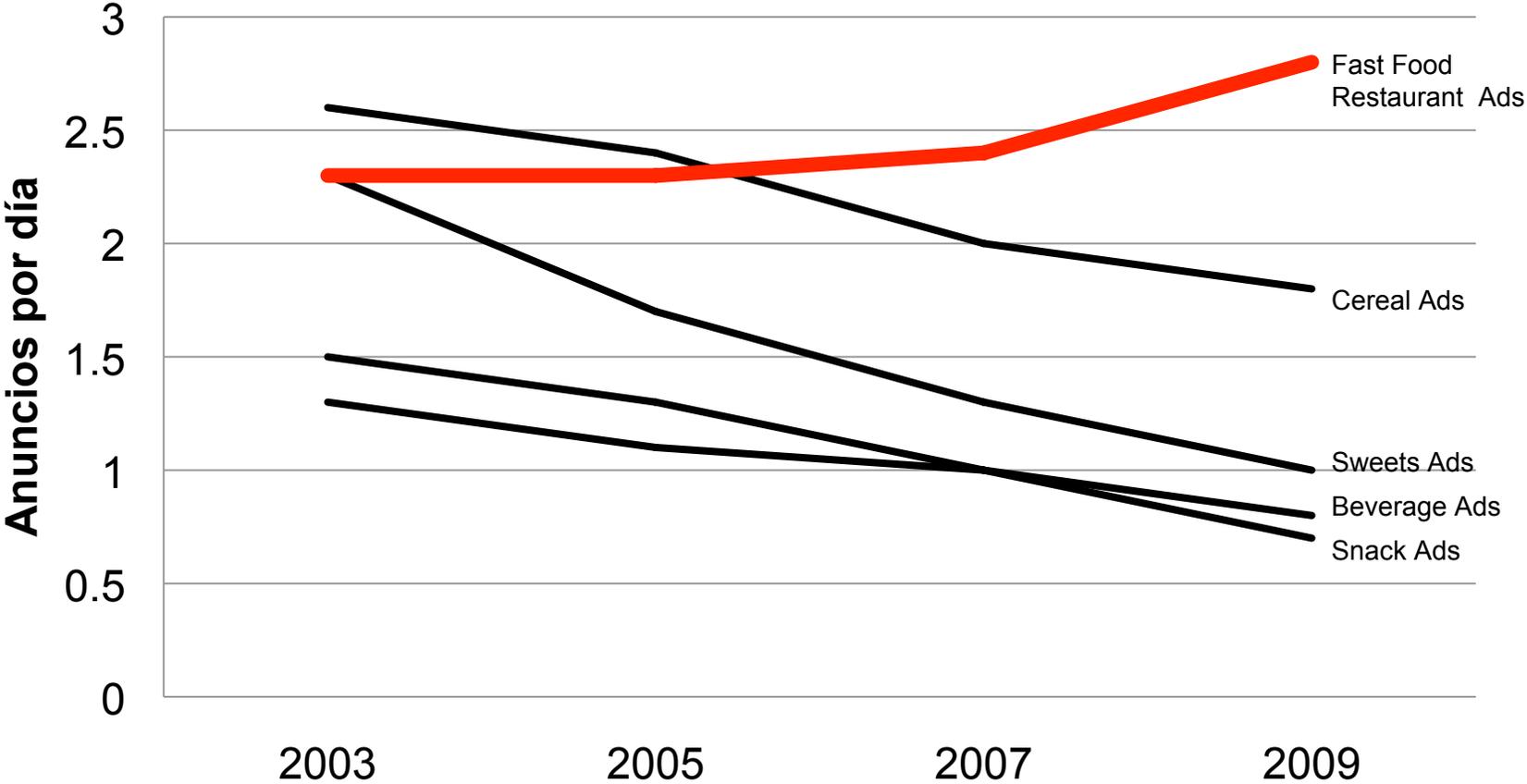
bridging the gap

Los datos sobre publicidad

- Los datos sobre los Puntos de Rating Selectivos (TRPs) en torno a la exposición a los anuncios vistos en la televisión provienen de Nielsen Media Research
- Los ratings cubren toda la programación vista por los niños
- Los puntos de rating miden el alcance y la frecuencia de la publicidad. Por ejemplo, se estima que un anuncio con 80 puntos de rating selectivos para niños de 2-5 años de edad por mes habrá sido visto en promedio una vez por un 80% de los niños de 2-5 años de edad durante el período definido.
- Los ratings son clasificados por:
 - Año: 2003, 2005, 2007 y 2009 (2011 en curso)
 - Grupos de edad: 2-5, 6-11 y 12-17 años
 - Raza: Los datos sobre niños blancos y negros son analizados por separado. El estudio no incluye clasificaciones separadas para los niños hispanos ni cubre la televisión de habla hispana.
 - La publicidad relacionada a los alimentos es clasificada de la siguiente manera: cereales, dulces, colaciones, bebidas, restaurantes de comida rápida, restaurantes de servicio completo, y otros.

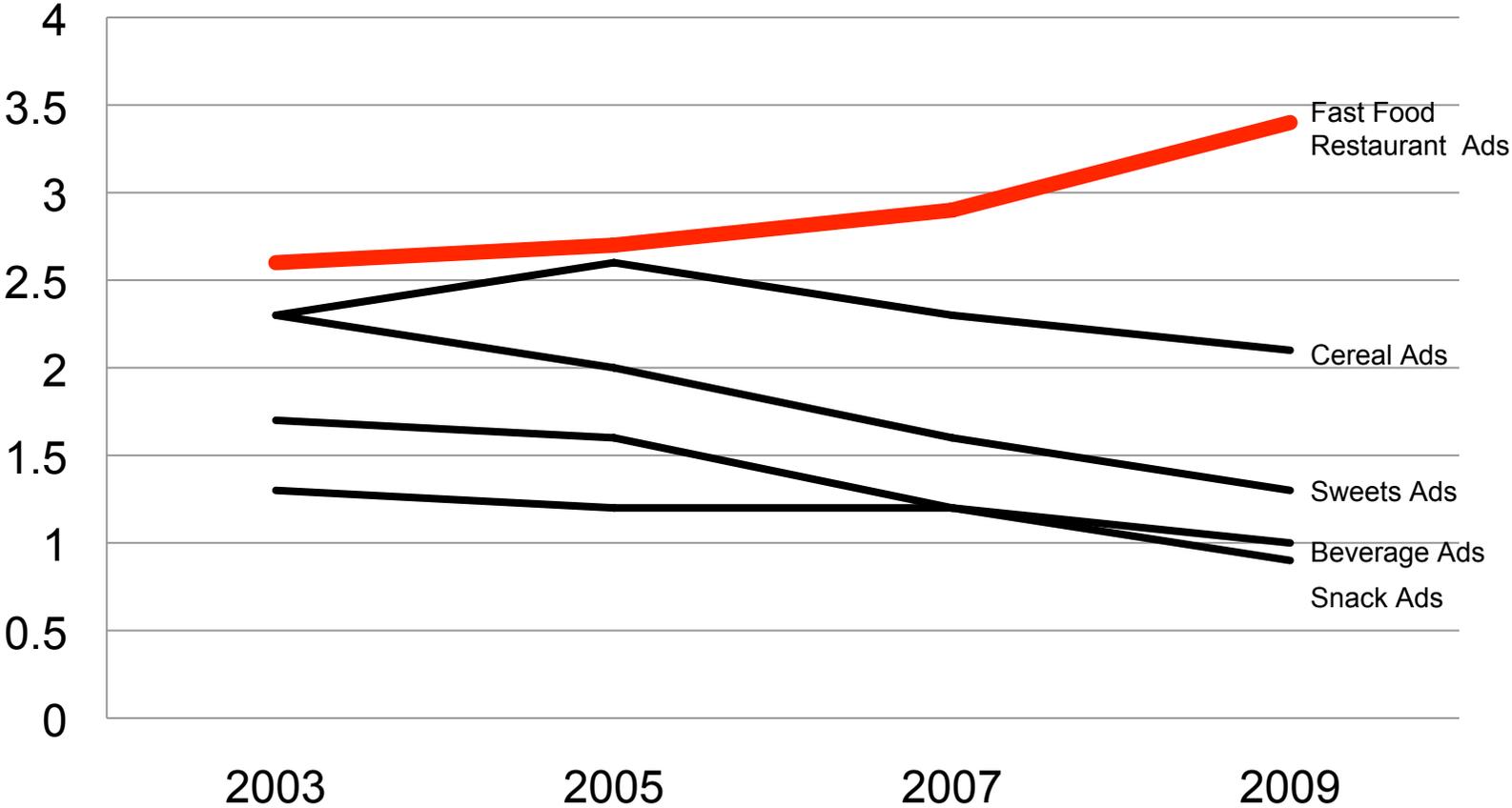
La exposición de los niños a los anuncios de alimentos, por día, por año

Niños de 2-5 años



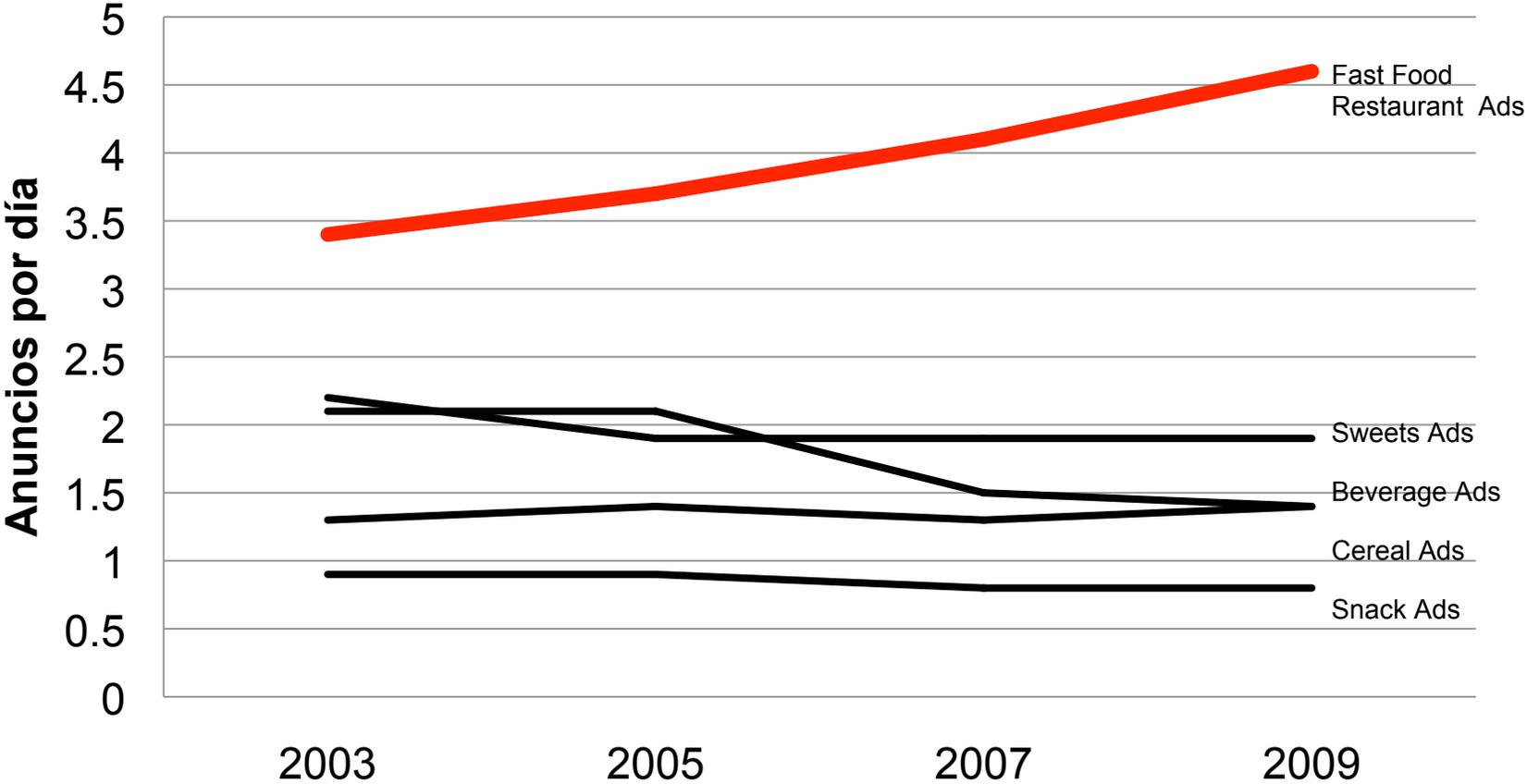
La exposición de los niños a los anuncios de alimentos, por día, por año

Niños de 6-11 años



La exposición de los niños a los anuncios de alimentos, por día, por año

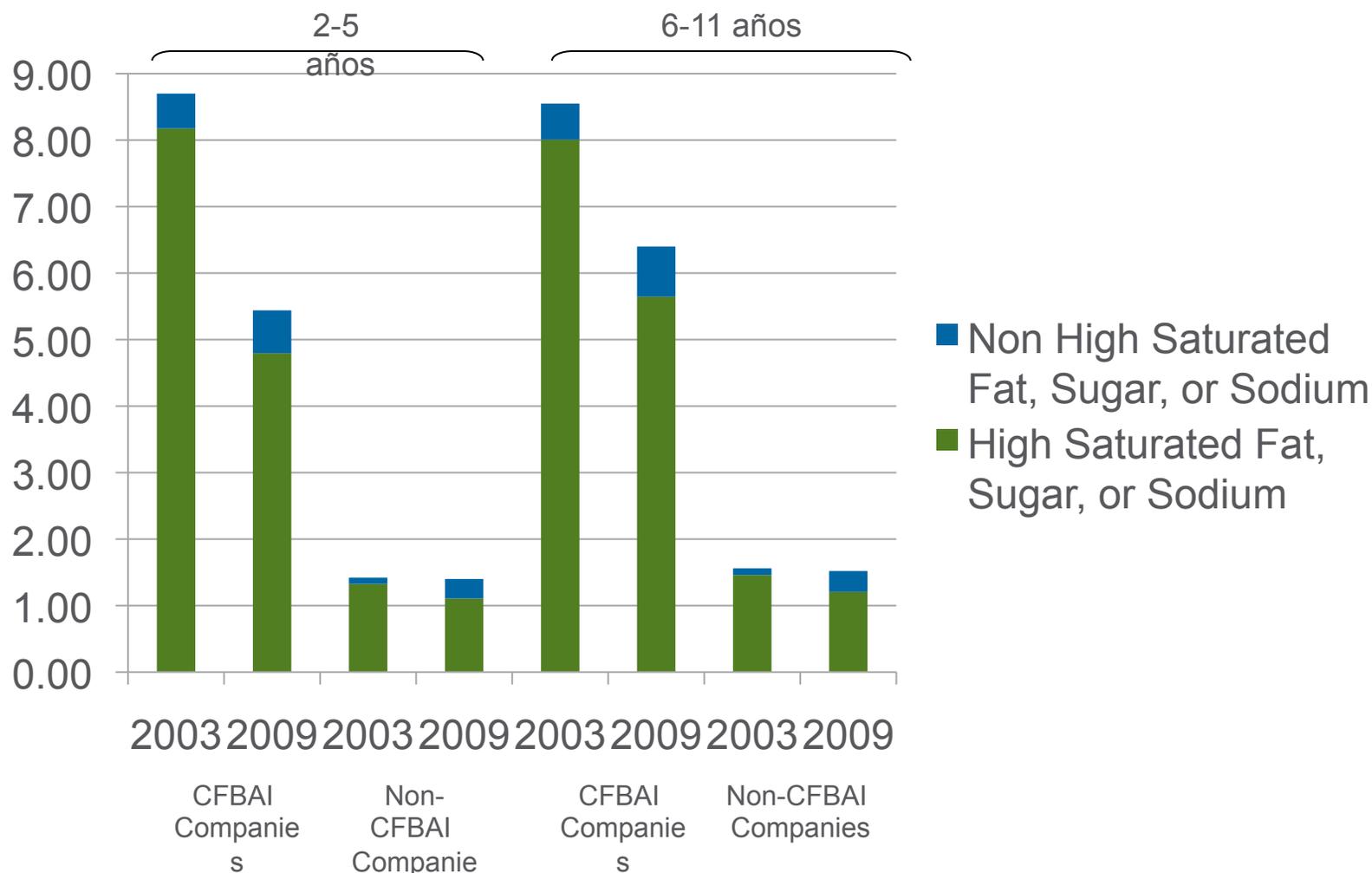
Adolescentes de 12-17 años



Análisis de contenido nutricional

- Se evaluaron los anuncios de alimentos y bebidas con base en:
 - **Grasa saturada** (% kcal): Alto > 10% kcal de grasas saturadas
 - **Azúcar** (%Kcal): Alto > 25% Kcal de azúcar
 - **Sodio** (mg por porción de 50 g): Alto > 200 mg de sodio por porción de 50 g
 - **Fibra** (g por porción de 50 g): Bajo < 1,15 g de fibra por porción de 50 g
- El contenido nutricional fue ponderado por los datos de los ratings para proporcionar estimaciones de la exposición al contenido nutricional

La exposición a los anuncios de alimentos y bebidas con altos contenidos de grasa saturada, azúcar o sodio, por afiliación al CFBAI, por edad y por año



bridging the gap

Source: Powell et al., *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 2011

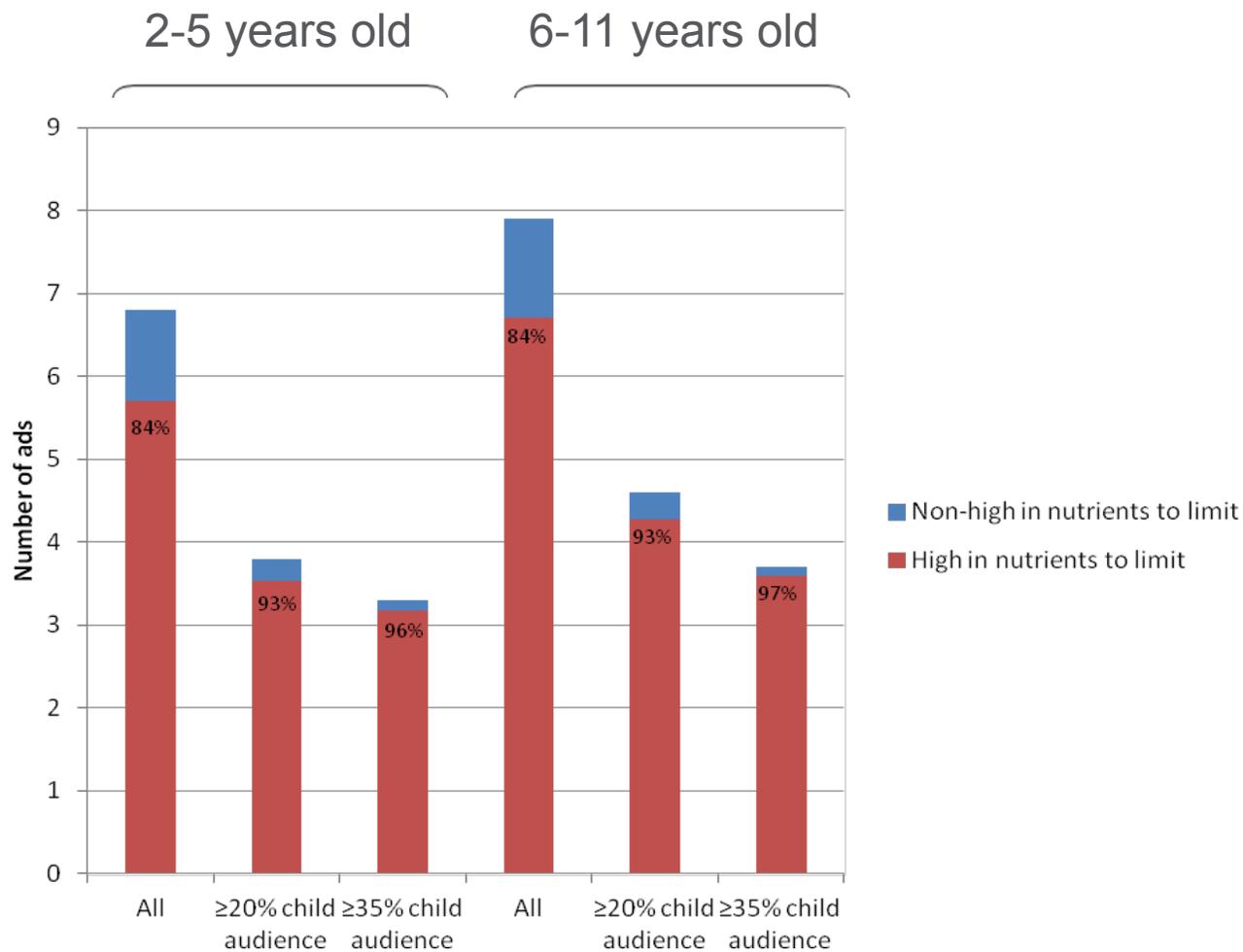
Porcentaje de cambio en los indicadores nutricionales para los alimentos y bebidas anunciados por la empresa matriz, niños de 2-5 años

CFBAI Companies	% of Ads High in Saturated Fat		% of Ads High in Sugar		% of Ads High in Sodium		% of Ads High in Saturated Fat, Sugar or Sodium	
	2009	% Change 03-09	2009	% Change 03-09	2009	% Change 03-09	2009	% Change 03-09
<i>Cadbury</i>	0.0%	--	17.2%	--	0.0%	--	17.2%	--
<i>Campbell</i>	8.2%	-71.8%	26.0%	-33.5%	46.7%	-13.8%	70.7%	-19.8%
<i>Coca-Cola</i>	0.0%	--	41.4%	-50.1%	0.0%	--	41.4%	-56.0%
<i>ConAgra</i>	20.8%	-48.8%	9.8%	-24.5%	48.4%	86.9%	63.1%	-1.2%
<i>Dannon</i>	11.3%	-86.4%	99.9%	-0.1%	0.0%	--	99.9%	-0.1%
<i>General Mills</i>	18.3%	23.3%	83.3%	-10.1%	61.1%	20.9%	97.4%	0.2%
<i>Hershey</i>	89.1%	31.1%	100.0%	22.7%	0.0%	--	100.0%	22.7%
<i>Kellogg</i>	12.0%	-16.0%	67.4%	-6.7%	61.1%	-19.1%	89.2%	-9.8%
<i>Kraft</i>	30.1%	-26.8%	36.2%	-45.0%	60.1%	61.0%	94.3%	-3.5%
<i>Mars</i>	54.6%	-11.8%	72.9%	-22.1%	1.3%	-50.9%	75.1%	-21.4%
<i>Nestle</i>	55.2%	-23.6%	18.6%	-67.9%	16.3%	1.6%	72.3%	-20.5%
<i>Pepsi</i>	3.2%	-81.1%	58.2%	-12.3%	23.4%	-47.8%	81.6%	-11.0%
<i>Post</i>	0.0%	--	82.6%	-4.6%	96.7%	7.4%	96.7%	1.5%
<i>Unilever</i>	65.6%	-1.4%	37.7%	18.0%	37.0%	-38.2%	92.2%	-3.1%
Total	23.0%	-24.1%	63.3%	-15.4%	48.0%	10.2%	88.2%	-6.2%

bridging the gap

Source: Powell et al. Book Chapter, in press.

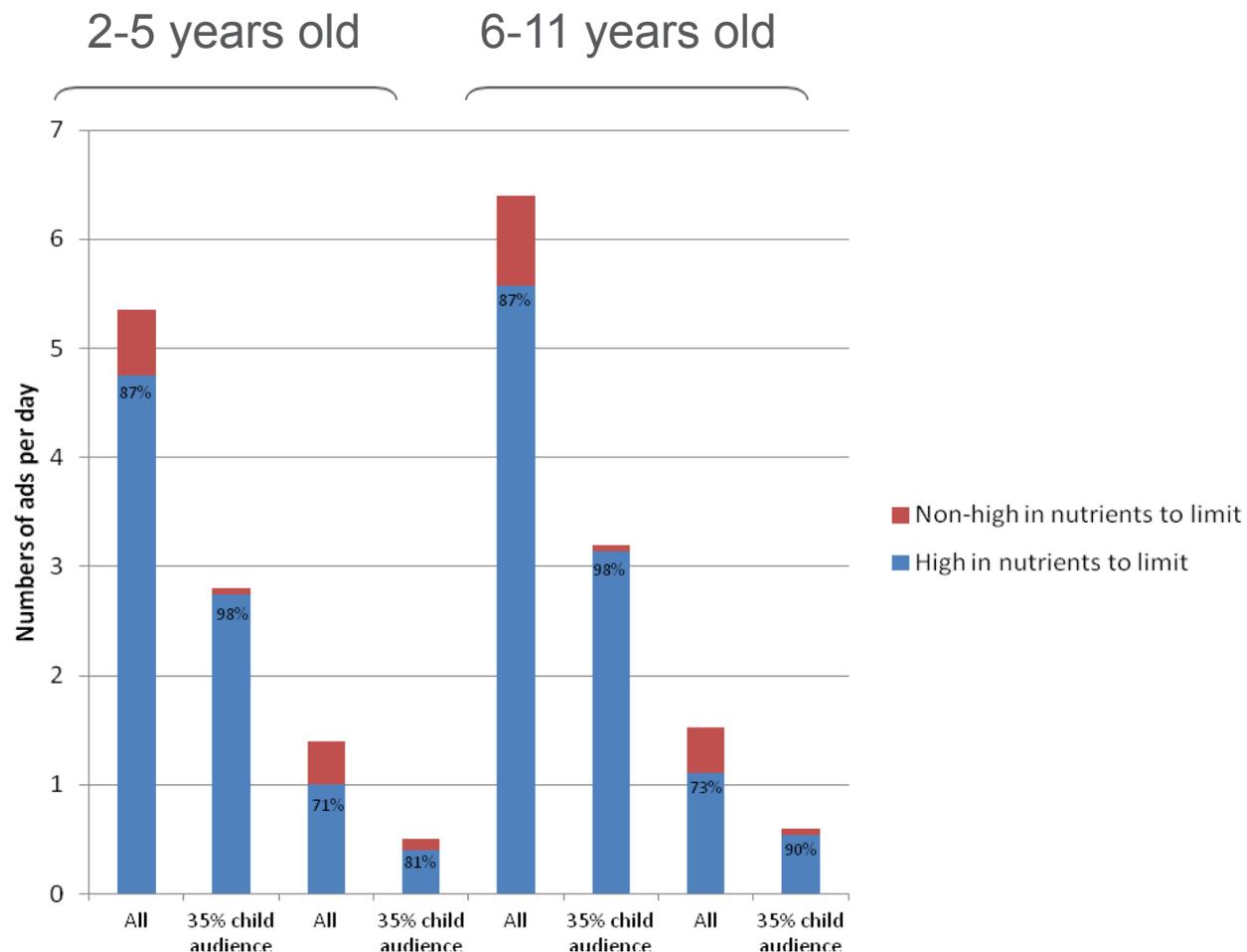
La exposición de los niños a anuncios de alimentos y bebidas (no de restaurantes) y el contenido nutricional de la programación tanto total como infantil, por edad, 2009



bridging the gap

Nutrients to limit include saturated fat, trans fat, sodium, and sugar

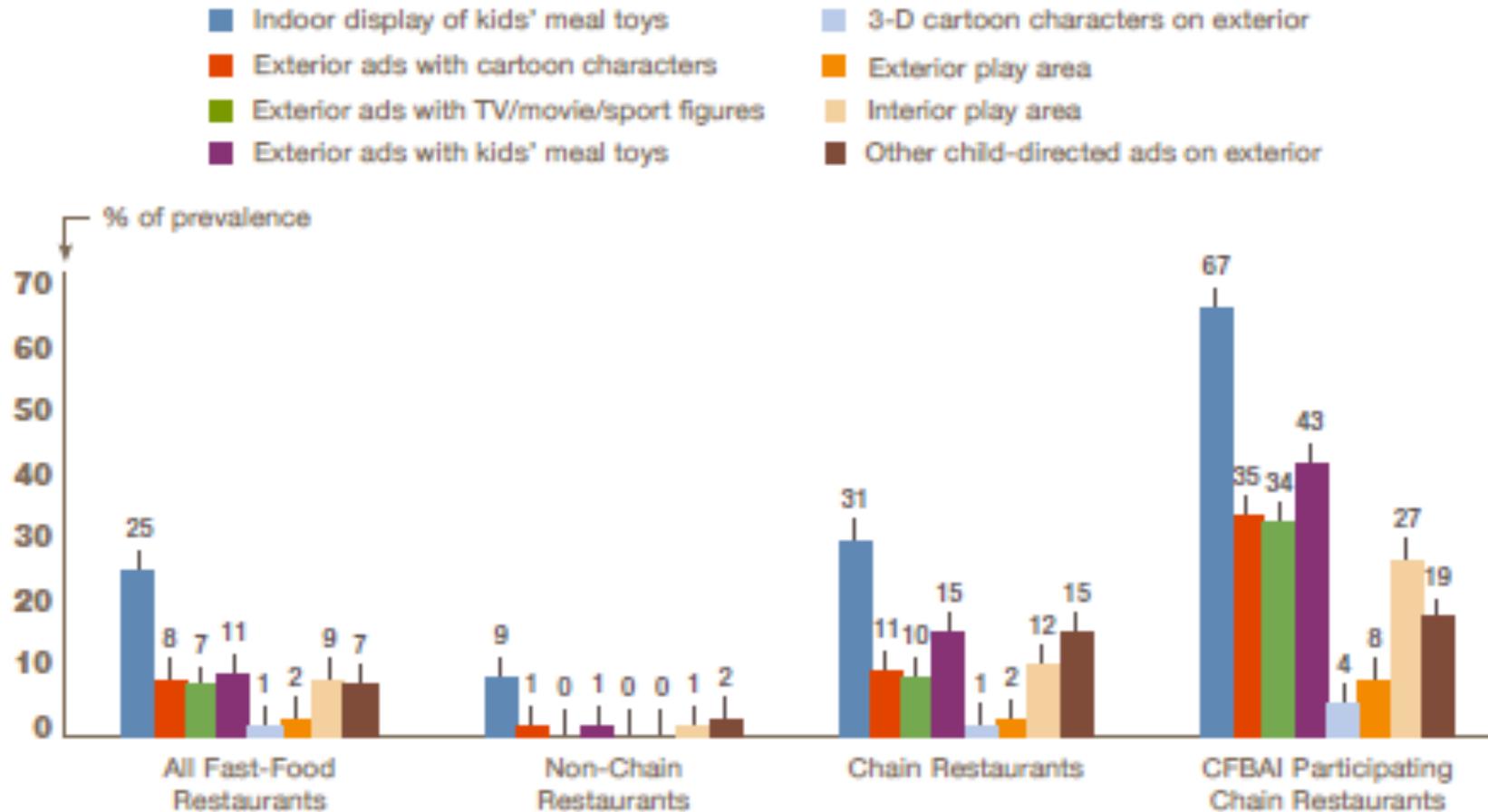
La exposición de los niños a los anuncios de alimentos y bebidas y contenido nutricional, por afiliación al CFBAI y edad, 2009



bridging the gap

Nutrients to limit include saturated fat, trans fat, sodium, and sugar

Prevalencia de diversas estrategias de marketing dirigidas a los niños utilizadas dentro y alrededor de los restaurantes de comida rápida que sirven comidas para niños, por estatus de la cadena



bridging the gap

Fuente: Ohri-Vachaspati, et al. (2012) BTG Research Brief

Implicaciones para las políticas públicas de las tendencias en el contenido de la publicidad

- Los niños y adolescentes siguen expuestos principalmente a los anuncios de alimentos y bebidas de productos con altos contenidos de grasas saturadas, azúcar o sodio
- Los niños y adolescentes están expuestos a la publicidad y la promoción de una variedad de otros alimentos y bebidas
- Los datos sugieren que la autorregulación de la industria es limitada en su eficacia para mejorar de manera sustancial la publicidad de los alimentos y bebidas vista por los niños en la televisión
- Los temas clave de interés para los responsables de la política pública respecto a la autorregulación de la CFBAI:
 - Estándares nutricionales inapropiados
 - Recomendaciones de la agencia IWG
 - No existe una definición uniforme de las audiencias infantiles
 - No aborda el alcance de los anuncios en la programación no infantil

bridgingthe gap

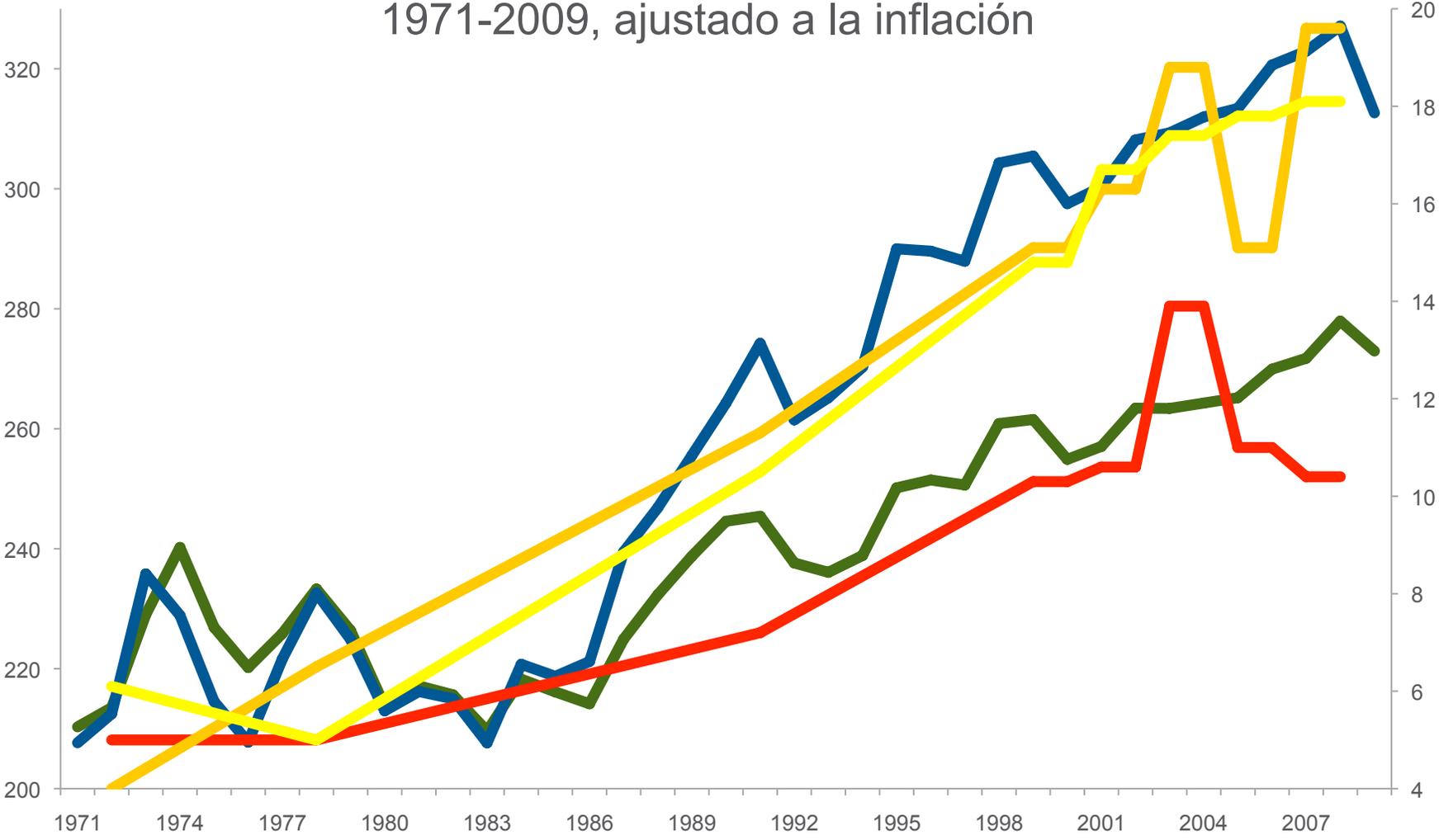
➤ No se aplica a los niños de 12 años o más

Precios de alimentos y bebidas

bridging the gap

Precios seleccionados de los alimentos y tendencias en el peso de los jóvenes

1971-2009, ajustado a la inflación



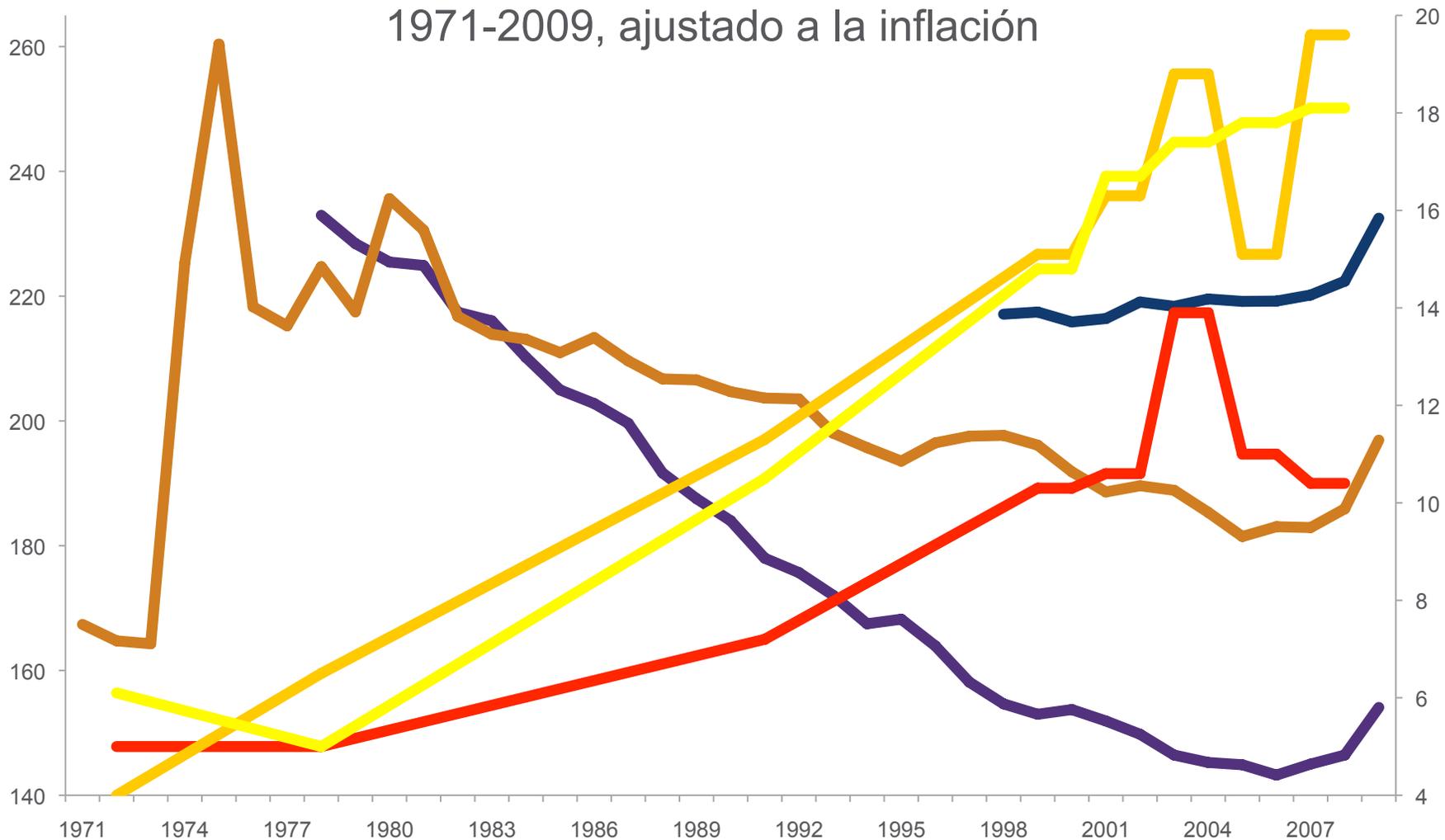
bridging the gap

— Fruits & Veg — Fresh Fruits & Veg — 2-5 — 6-11 — 12-19

Source: BLS; NHES-I 1960-62; NHANES, 1971-74, 1976-80, 1988-94, 1999-2000, 2001-02, 2003-04, 2005-06, 2007-08

Precios seleccionados de los alimentos y tendencias en el peso de los jóvenes

1971-2009, ajustado a la inflación



bridging the gap

— Carb. Bev. — Sweets — Fast Food — 2-5 — 6-11 — 12-19

Source: BLS; NHES-I 1960-62; NHANES, 1971-74, 1976-80, 1988-94, 1999-2000, 2001-02, 2003-04, 2005-06, 2007-08

Los precios de los alimentos y el consumo

Una amplia investigación económica sobre el impacto de los precios de los alimentos y bebidas en el consumo de diversos productos, sugiere que un incremento de 10% de los precios reduciría:

- El consumo de frutas en un 4.9%
- El consumo de verduras en un 4.8%
- El consumo de bebidas azucaradas en un 12.1%
- El consumo de comida rápida en un 5.2%

Los precios de los alimentos y su impacto sobre el peso

A pesar de haber obtenido resultados mixtos, el peso de la evidencia existente sugiere que los cambios en los precios relativos de los alimentos más saludables y menos saludables pueden afectar los resultados de peso, con mayor impacto en:

- Las poblaciones de bajos ingresos o con menor nivel educativo
- Las poblaciones más jóvenes
- Las poblaciones con mayor riesgo de obesidad

Implicaciones para la prevención de la obesidad

Las opciones de políticas públicas para modificar los precios relativos son políticas que:

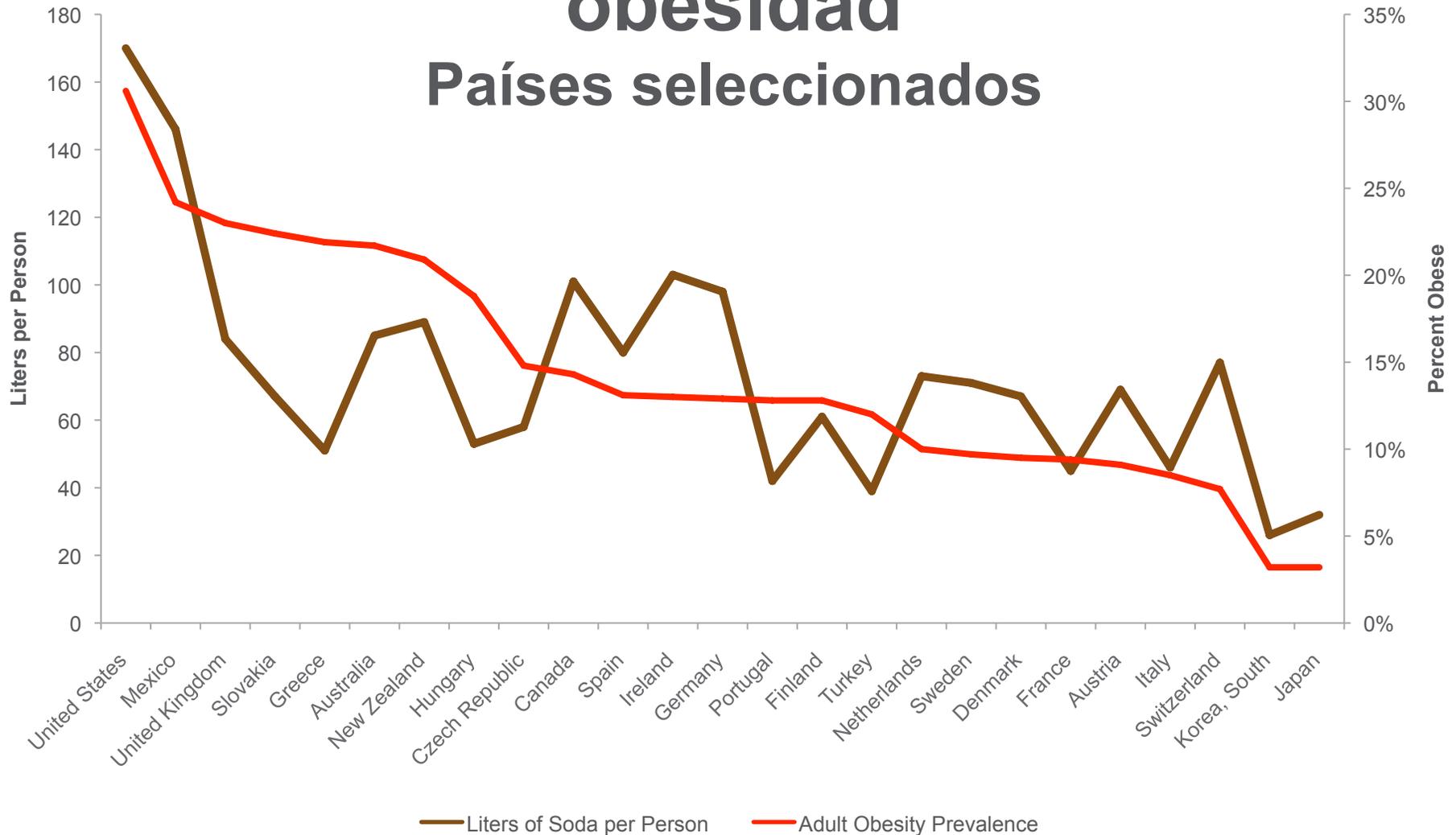
- Aumentan los precios de las opciones menos saludables
 - Impuestos
 - Eliminación de los subsidios al maíz
 - prohibición de compras a través de programas de asistencia alimentaria
- Reducir los precios de las opciones más saludables
 - Subsidios
 - Un tratamiento ampliado o que favorezca estas opciones dentro del marco de programas de asistencia alimentaria

¿Para qué gravar las bebidas azucaradas?

- Por su vínculo a la obesidad
 - Varios meta-análisis concluyen que el incremento en el consumo de bebidas azucaradas causa un incremento en el peso, la obesidad
 - Un incremento de calorías de bebidas azucaradas no está compensado por la reducción en calorías de otras fuentes
- Otras consecuencias para la salud:
 - Diabetes tipo 2, menor densidad ósea, problemas dentales, dolor de cabeza, ansiedad y desórdenes de sueño

El consumo de refrescos y la obesidad

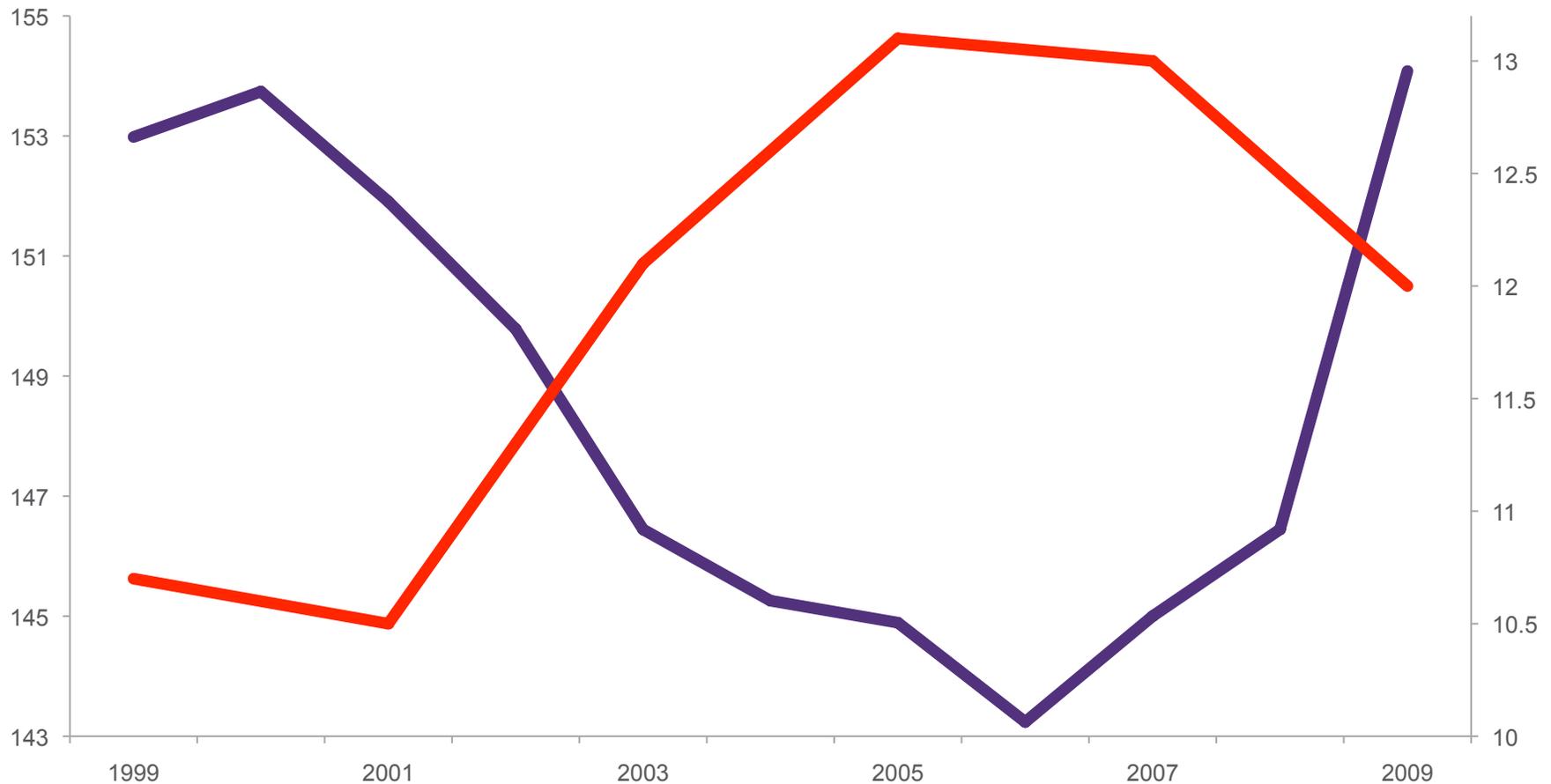
Países seleccionados



bridging the gap

Fuente: Soda consumption from Euromonitor, 2011; Obesity prevalence from OECD Health Data, 2005

Los precios de bebidas carbonatadas y la obesidad de la juventud 1995-2009, ajustado a la inflación



bridging the gap

— Carb. Bev.

— Obese

Tipos de gravámenes sobre las bebidas azucaradas

- Desde una perspectiva de salud pública, por varias razones es preferible un impuesto específico al impuesto sobre las ventas o el impuesto especial *ad valorem* :
 - Resulta más evidente para los consumidores
 - Es más fácil administrativamente
 - Reduce los incentivos para cambiar a marcas más baratas o cantidades más grandes
 - Los ingresos no están sujetos a la manipulación de precios por parte de la industria
 - Hay un mayor impacto en el consumo y un impacto más probable en los resultados de peso
 - Desventajas: tiene que ser ajustado a la inflación

Resumen

bridging the gap

Resumen

- Una argumentación clara a favor de la salud pública y una justificación económica de las políticas públicas y regulaciones para promover una alimentación más saludable y reducir la obesidad
- Una creciente conciencia de la importancia de los factores ambientales que influyen en la dieta y los resultados en el peso
- Es poco probable que la autorregulación de la industria logre generar cambios significativos en los comportamientos que conducen a una reducción significativa de la obesidad
- Hay creciente evidencia sobre la efectividad de las intervenciones de políticas públicas en la mejora de la dieta y la reducción de la obesidad y sus consecuencias

bridging the gap

para más información:

fjc@uic.edu

<http://www.bridgingthegapresearch.org/>