

Preguntas para conocer la situación en los países

¿Cuáles estrategias legislativas serían las más efectivas para disminuir la exposición de éstos alimentos en los niños?

- Promulgación de leyes
- Cabildeo con la población
- Sensibilización de la población para exigir derechos ciudadanos
- Campañas masivas por todos los medios, de información sobre el tema
- Garantizar la protección de los consumidores

¿De qué manera se pueden fiscalizar las leyes, considerando que la economía informal constituye una gran parte de la economía de los países de la Región?

- Organización comunitaria- Comités del Poder Ciudadano
- Asociaciones de padres de familia
- Asociación de consumidores

Actividad relacionada al tema que fue priorizado por la Comisión Técnica de Enfermedades Crónicas y Cáncer de Centroamérica y República Dominicana –CTCC para la Región



Actividad relacionada al tema que fue priorizado por la Comisión Técnica de Enfermedades Crónicas y Cáncer de Centroamérica y República Dominicana –CTCC para la Región

Hoja técnica el ambiente construido para crear comunidades peatonales y promotoras de recreación activa

Desarrollar e implementar un plan de incidencia política intersectorial para prevenir y controlar la obesidad con énfasis en la niñez y adolescencia, incluyendo el establecimiento de mecanismos graduales de regulación del mercadeo y publicidad de alimentos.

Establecimiento de mecanismos de regulación de mercadeo y publicidad de alimentos para la prevención de obesidad con énfasis en la niñez y adolescencia



¿Cuál es la relación entre la publicidad de alimentos y la obesidad en niños y adolescentes?

- **La epidemia global de obesidad en la niñez** es motivo de gran preocupación para el sistema de salud pública. Al igual que en los países de ingresos altos, la obesidad y el sobrepeso han ido en aumento en los países de ingresos bajos y medios
- **La creciente prevalencia de obesidad en la niñez** se puede atribuir a muchos factores (e.g., intrapersonales, interpersonales, organizacionales, comunitarios y de políticas públicas).
- **La publicidad desempeña un papel clave**, ya que tiene un efecto directo en las preferencias, conocimientos, conductas alimenticias y poder de solicitud de compra de los niños hacia la familia. Dado que los niños son especialmente vulnerables a la influencia de la publicidad y carecen de la capacidad para evaluar la información y sopesar las consecuencias de sus acciones, se ha promovido la adopción de medidas de salud pública eficaces para proteger su salud. Es por ello que regular la publicidad de alimentos es una de las estrategias de política propuestas para abordar la obesidad en la niñez.

Existen diversas estrategias de publicidad

1. Televisión y radio
2. Internet (Ej., juegos virtuales, websites educativos)
3. Publicidad en los puntos de venta y escuelas

4. Fijación de precios (Ej., ofrecer descuento para llamar la atención del niño o colocar un precio más alto para dar la percepción de que el producto es de mejor calidad)
5. Colocación del producto (Ej., colocación de estos alimentos a la altura de los niños o a la entrada de la tienda para que sea de fácil acceso)
6. Promociones (Ej., coleccionables, rifas, juguetes, intercambiables, producto gratis)
7. Empaque (Ej., personajes de marca registrada, deportistas famosos, colores llamativos, juegos en la parte de atrás)

¿Qué acciones de efectividad comprobada pueden tomarse para promover el cambio a corto, mediano y largo plazo?

A corto plazo

1-4 AÑOS

- Revisar la evidencia científica de países en desarrollo y realizar estudios de investigación en la

A mediano plazo

5-15 AÑOS

- Diseminación de resultados de los estudios de investigación, no sólo a la comunidad académica internacional, sino que a los medios de comunicación y a los encargados de formular políticas públicas nacionales.
- Involucrar al gobierno y entregarles una propuesta de regulaciones hacia la publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a niños, que además incluya mecanismos de cumplimiento y evaluación.

Acciones a largo plazo

+15 AÑOS

- Establecimiento de normas que regulen la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños a nivel regional.
- Establecimiento de impuestos a alimentos y bebidas no saludables.
- Ejecución de mecanismos de cumplimiento y evaluación.

¿Qué sectores son indispensables que se involucren para lograr los cambios requeridos?

- **Gobierno.** Responsables de formular de políticas de cuidado de la salud, para promover el establecimiento de normas nacionales efectivas.
- **Medios de comunicación.** Directores y jefes de redacción que integren el tema en la agenda mediática. Reporteros de noticias de salud, para crear conciencia en la población guatemalteca.
- **Ministerios de Salud y Educación,** para influir en el establecimiento de normas dentro de los establecimientos educativos.
- **Academia** para realizar estudios y proporcionar evidencia científica que justifique la sugerencia o establecimiento de políticas públicas; así como contribuir con la difusión de información.