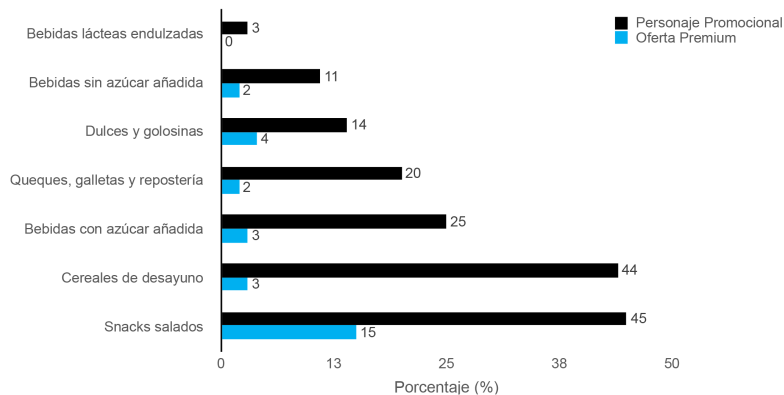
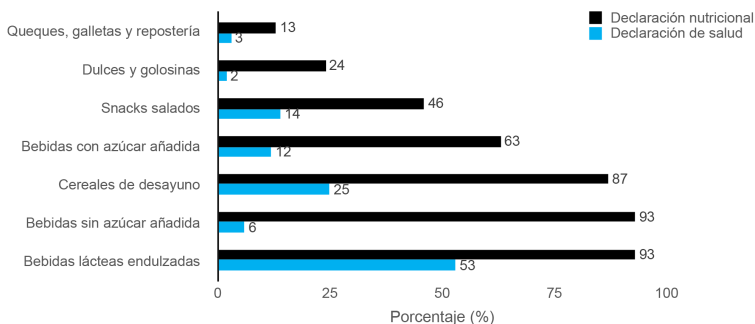


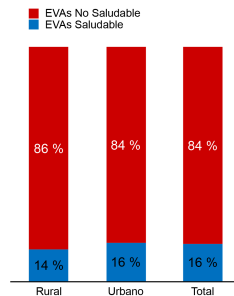
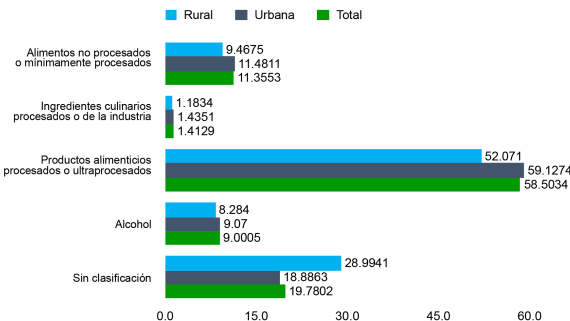


Y los alimentos con más declaraciones nutricionales y de salud fueron las bebidas lácteas endulzadas, las bebidas sin azúcar añadida y los cereales de desayuno.



3. Ambiente alimentario en los alrededores de escuelas públicas

La mayor cantidad de anuncios de alimentos alrededor de las escuelas fueron de alimentos procesados y ultra-procesados (58%) y los establecimientos de venta de alimentos -EVA- no saludables también fueron los más frecuentes (84%), tanto en escuelas urbanas como en las rurales.



¿Cómo podemos empezar a prevenir la epidemia de sobrepeso, obesidad y enfermedades crónicas en Costa Rica?



Los resultados de estos estudios indican claramente que los niños y adolescentes en Costa Rica están expuestos a un mercadeo y publicidad agresiva en la televisión, en los empaques de alimentos y alrededor de las escuelas.

Para la prevención de sobrepeso y obesidad en la niñez, la recomendación de la OMS es la regulación de la exposición y el contenido de la publicidad dirigida a niños.

- **Tiempo de exposición:** Se recomienda prohibir todo tipo de publicidad de alimentos dirigidos a niños en sitios públicos, televisión y empaques de alimentos.
- **Contenido:** se recomienda prohibir el uso de técnicas persuasivas de mercadeo, como el uso de niños, figuras, caricaturas y personalidades que llaman la atención de los niños, así como también las ofertas Premium (Ejemplo: juguetes coleccionables).

Investigadores involucrados:

- María Fernanda Kroker-Lobos, PhD, INCAP
- Lic. Tatiana Gamboa, ESP-UCR
- Lic. Ana Paula Cruz, ESP-UCR
- Ingrid Gómez, PhD, ESP-UCR
- Stefanie Vandevijvere, PhD. Universidad de Auckland, Nueva Zelanda.
- Adriana Blanco, MSc, INCIENSA
- Manuel Ramírez Zea, MD, PhD, INCAP
- Lic. Irina Zamora, ESP-UCR
- Lic. Sylvia Vargas Oreamudo, ESP-UCR
- Melissa Jensen, MSc, UCR

El estudio referente al análisis de anuncios de la televisión y publicidad alrededor de las escuelas han recibido fondos IDRC #107213001. El estudio referente al empaque de alimentos ha recibido fondos IDRC #106888001. Las opiniones expresadas en este documento son propiedad del autor y no reflejan la opinión de IDRC (Memorandum de las condiciones de Financiamiento IDRC-FUNDEVI proyecto # 106888001, Feb 14, 2012).



¿Es saludable para la niñez el ambiente alimentario de Costa Rica?

Resultados de 3 estudios colaborativos



INSTITUTO DE NUTRICIÓN DE CENTRO AMÉRICA Y PANAMÁ **-INCAP-**
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DEL INCAP PARA LA PREVENCIÓN DE LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS **-CIPEC-**

ESCUELA DE SALUD PÚBLICA, UNIVERSIDAD DE COSTA RICA **-ESP UCR-**
INSTITUTO COSTARRICENSE DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA EN NUTRICIÓN Y SALUD **-INCIENSA-**

CON EL FINANCIAMIENTO DE INTERNATIONAL DEVELOPMENT RESEARCH CENTER, CANADÁ **-IDRC-**

Y EL APOYO TÉCNICO DE LA

RED INTERNACIONAL PARA LA INVESTIGACIÓN, MONITOREO Y APOYO A LA ACCIÓN PARA LA ALIMENTACIÓN, OBESIDAD Y ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES (INFORMAS)

INFORMAS
BENCHMARKING food environments



¿Cómo está el ambiente alimentario en Costa Rica?

Resultados de tres estudios colaborativos sobre el ambiente alimentario en Costa Rica.

Uno de cada cinco (21%) niños y adolescentes entre 5 y 19 años en Costa Rica tiene sobrepeso u obesidad. Este es un problema serio de salud pública en el país, porque es un factor de riesgo importante de enfermedades crónicas no transmisibles –ECNT– como el infarto agudo del corazón, cáncer, derrame cerebral y diabetes. La diabetes ocupa el primer lugar en gastos de atención de la Caja Costarricense de Seguro Social. Todas esas enfermedades se han asociado a una dieta con exceso de calorías, grasa, azúcar y sodio. Los alimentos procesados y ultra-procesados, tienen altos niveles de estos nutrientes y son altamente disponibles en Costa Rica.

¿Qué es el ambiente alimentario y por qué es importante medirlo?

El ambiente alimentario es la combinación de factores físicos (disponibilidad y promoción), económicos, políticos (regulaciones) y socio-culturales (normas sociales y creencias), así como las oportunidades y condiciones que influyen en las decisiones alimentarias de los individuos. **Medir los ambientes alimentarios es importante porque es un sistema de rendición de cuentas para medir el progreso de los países en materia de prevención de sobrepeso, obesidad y enfermedades crónicas.**

¿Por qué es importante medir la promoción de alimentos dirigidos a niños?

El uso de técnicas persuasivas de mercadeo principalmente utilizadas por la industria de alimentos procesados, aumenta el consumo de productos altos en calorías, grasa, azúcar y sodio, particularmente en los niños y adolescentes. Por esta razón, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) han hecho un llamado a los gobiernos para que implementen acciones que limiten el mercadeo de alimentos procesados poco saludables dirigidos a niños y adolescentes.

El INCAP, la UCR y el INCIENSA realizaron varios estudios colaborativos para evaluar la extensión, el poder persuasivo y el perfil nutricional de los alimentos publicitados en los canales de TV con mayor audiencia de niños y adolescentes; lo mismo en empaques de alimentos procesados dirigidos a niños; y la densidad de publicidad y establecimientos de comida alrededor de las escuelas públicas en San José. *Los estudios aplicaron una metodología validada a nivel internacional por la Red Internacional para la Investigación, Monitoreo y Apoyo a la Acción para la Alimentación, Obesidad y Enfermedades No Transmisibles (INFORMAS por sus siglas en inglés)*

Se analizó la presencia de técnicas persuasivas de mercadeo en 2,423 empaques de alimentos procesados y en anuncios de alimentos de 4 canales de televisión (2 nacionales y 2 de cable) dirigidos a niños y niñas. Los análisis en los empaques de alimentos se hicieron extrayendo la información del frente del empaque utilizando fotografías de una base de datos colectada por el INCIENSA. Además, se grabaron 576 horas de programación de TV, donde se identificaron 8980 anuncios, de los que 21% fueron de alimentos y bebidas. Finalmente, en los alrededores de ocho escuelas se geo-referenciaron y clasificaron los anuncios de alimentos y establecimientos de ventas de alimentos en un radio de 500 metros.

Ejemplo de técnicas persuasivas de mercadeo analizadas al frente del empaque de alimentos y anuncios de alimentos transmitidos en canales con mayor audiencia infantil.



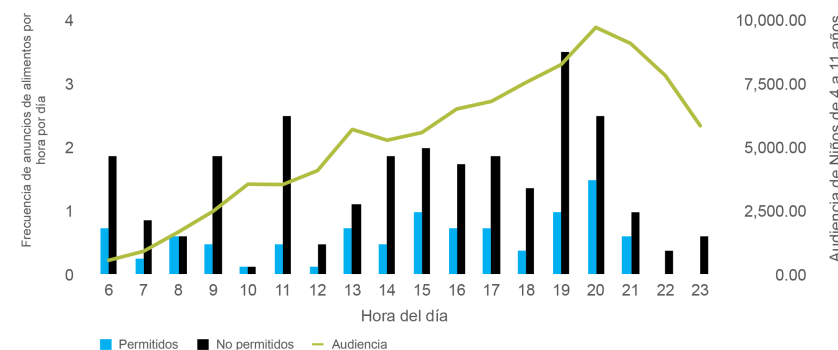
Los alimentos fueron clasificados según su contenido nutricional, de acuerdo con el perfil de nutrientes de la OMS, el cual clasifica los alimentos en:

- **Alimento permitido o publicitable** para mercadeo dirigido a niños: alimento que no excede ninguno de los niveles permitidos de calorías totales, grasa total, azúcar total, azúcar añadido y sodio.
- **Alimento no permitido o no publicitable** para mercadeo dirigido a niños: alimento que excede al menos uno de los niveles permitidos de calorías totales, grasa total, azúcar total, azúcar añadido y sodio.

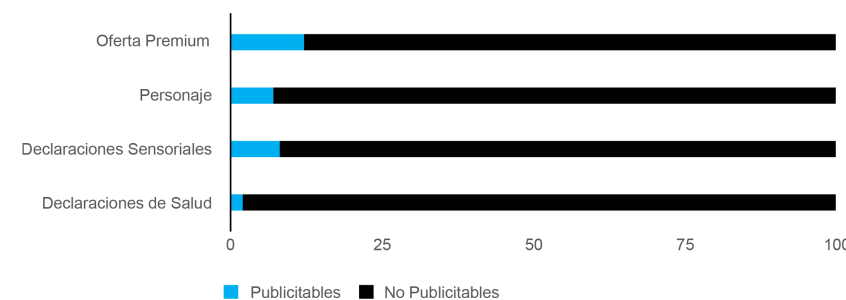
Resultados:

1. Promoción de alimentos poco saludables en anuncios de televisión dirigidos a niños y adolescentes en Costa Rica

La frecuencia de anuncios de alimentos no permitidos fue mayor que el de los permitidos, particularmente en las horas de mayor audiencia. La figura muestra los datos de fin de semana (los datos entre semana fueron similares)



Todas las técnicas persuasivas fueron aplicadas con mayor frecuencia en los alimentos no publicitables. (no permitidos)*



2. Promoción de alimentos al frente del empaques de alimentos dirigidos a niños

Los snacks salados y los cereales de desayuno fueron los alimentos procesados con más técnicas persuasivas de mercadeo al frente del empaque.