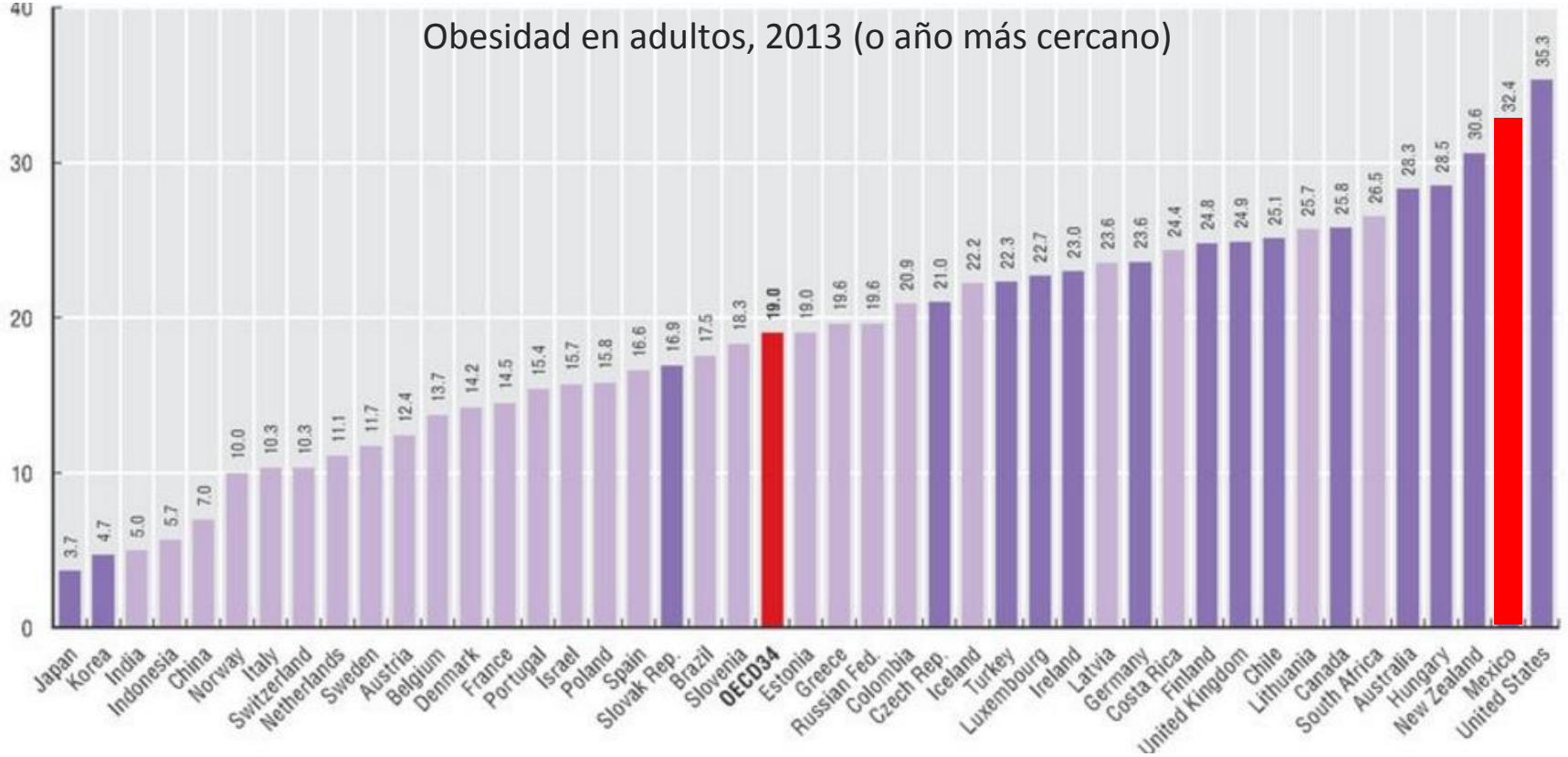
Desafíos en la regulación de publicidad de alimentos y bebidas dirigida a niños en México

MSP. Fiorella Espinosa
Santiago de Chile, Chile
5 de enero 2017

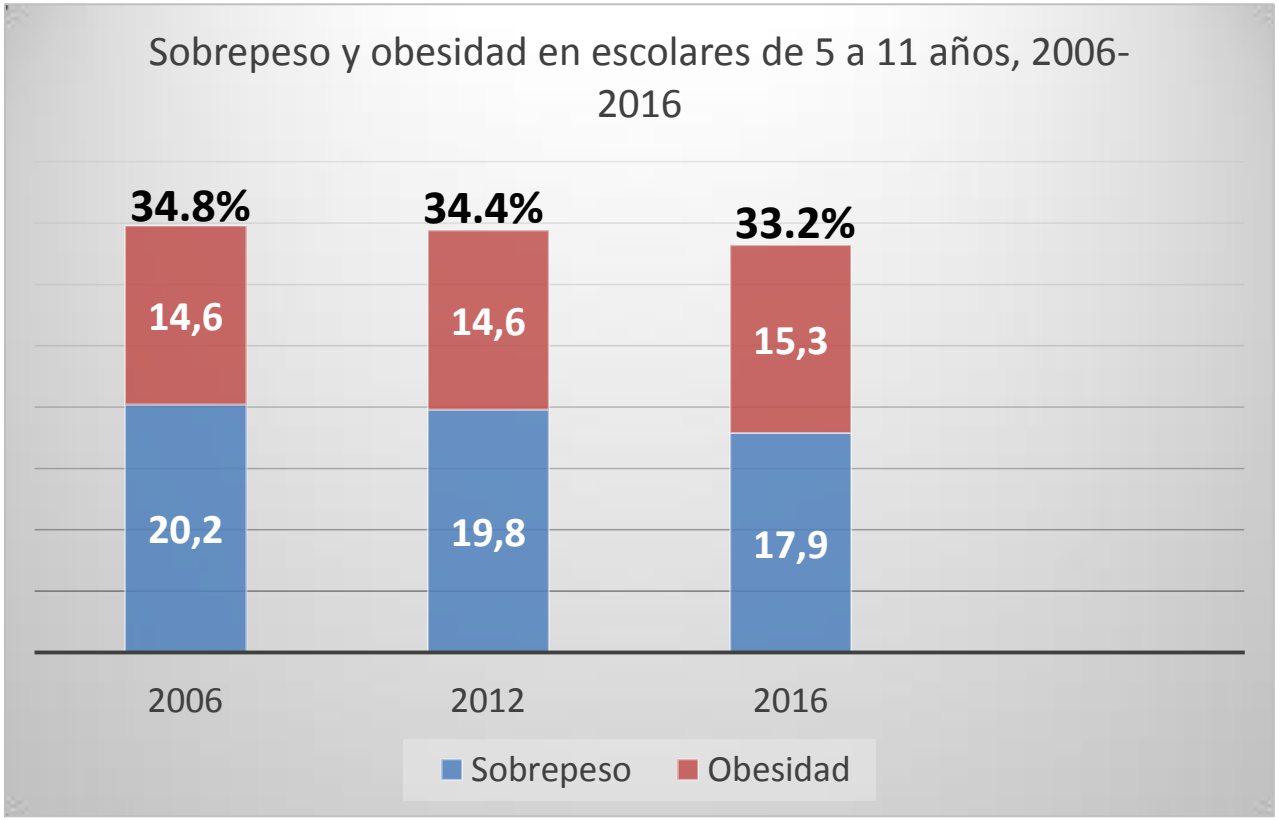
EL PODER DEL CONSUMIDOR

México tiene una alta prevalencia de sobrepeso y obesidad en todos los grupos de edad. Es el segundo país miembro de la OCDE con más adultos con obesidad.



OECD, Health Statistics 2015

1 de cada 3 niños y adolescentes tiene sobrepeso u obesidad

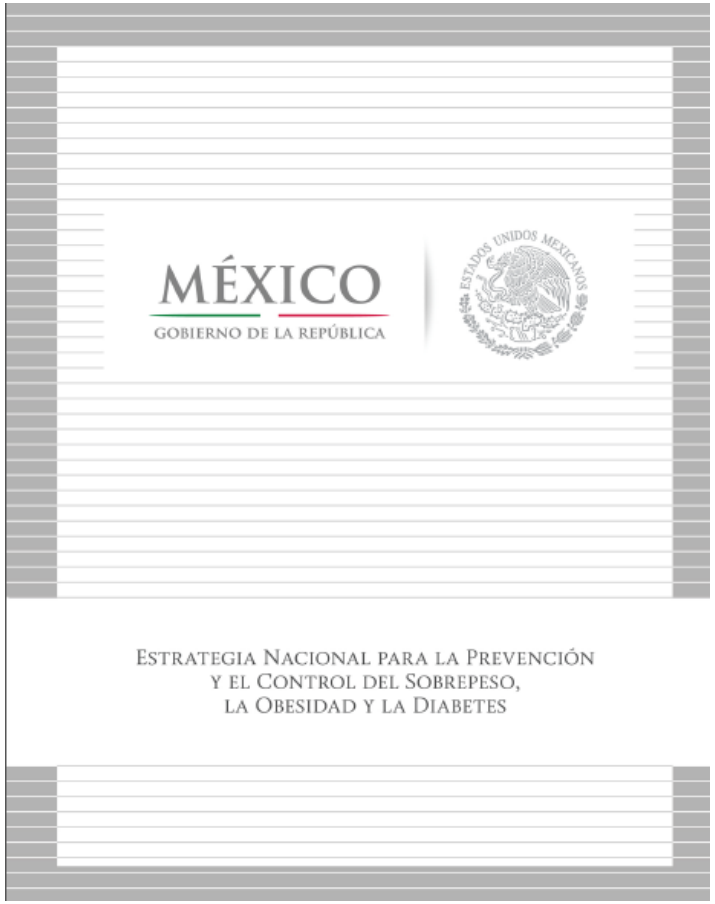


Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes

Se emite el 31 de Octubre 2013

- Pilares:

1. Salud Pública
2. Atención Médica
3. <u>Regulación sanitaria y Política fiscal</u>



Lineamientos *por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos* ***en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica.***

- Se modifica el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.
- Publicados en el Diario Oficial de la Federación el 15 de abril de 2014.
- Se implementó en 3 momentos: 16 de abril 2014, 15 de julio 2014 y 1 de enero 2015.

Deficiencias de la regulación

1.- Descubre horarios y programas más vistos

Gráfica propia elaborada con información del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), 2015

Deficiencias de la regulación

1.- Descubre horarios y programas más vistos

Deficiencias de la regulación

2.- Criterios nutrimentales no fueron definidos por un grupo de expertos

Pregunta a COFEPRIS: ¿Cuándo se conformó el grupo de trabajo para elaborar estos criterios?

Respuesta de COFEPRIS:

Por otra parte, en lo que se refiere al segundo punto de su consulta, se le informa que los registros documentales en específico las minutas a las que refiere en lo que cabe a la conformación del grupo de trabajo, se señala que las mismas son INEXISTENTES esto en atención a que en ningún momento se conformó algún grupo de trabajo como tal, por ende no existe la documentación solicitada, consistente en la ausencia de estas minutas dada la ausencia del grupo de trabajo, por lo que cabe declarar formalmente la inexistencia de las mismas, garantizándole al solicitante que efectivamente se realizaron las gestiones necesarias para la ubicación de la información de su interés, sin encontrarse información documental alguna que documente lo solicitad dados los argumentos que se precisan respecto a la ausencia de un grupo de trabajo.

Pregunta a COFEPRIS: ¿Quién elaboró los criterios nutrimentales que guían la regulación de publicidad?

Respuesta de COFEPRIS:

Lic. Juan Leonardo Menes Solis; Coordinador General Jurídico y Consultivo, COFEPRIS.
Lic. Patricio Caso Prado; Director General adscrito a la Oficina del Comisionado Federal, COFEPRIS.
Dra. Matiana Ramírez Aguilar; Directora Ejecutiva de Evidencia de Riesgos, COFEPRIS.

De esta manera, COFEPRIS informó que los criterios fueron elaborados por tres funcionarios de ese organismo, dos abogados y una epidemióloga con maestría en ciencias ambientales.

Deficiencias de la regulación

3.- Criterios nutrimentales definidos a partir del EU Pledge (Industria alimentaria)

Fuente: EU Pledge http://www.eu-pledge.eu/

Deficiencias de la regulación

4.- Criterios nutrimentales laxos

Productos permitidos/prohibidos bajo diferentes criterios nutrimentales

PRODUCTO	OMS EUROPA	OPS	CHILE	MÉXICO
Del Valle Nectar de mango	✗	✗	✗	✓
Bonafont Kids con jugo de naranja	✗	✗	✓	✓
Chewy sabor a frutas	✗	✗	✗	✓
Yogurt bebible Danonino sabor fresa	✗	✗	✗	✓

Deficiencias de la regulación

5.- Descubre canales de comunicación y técnicas de mercadotecnia

Deficiencias de la regulación

5.- Descubre canales de comunicación y técnicas de mercadotecnia.

Deficiencias de la regulación

6.- Cada medida regulatoria tiene sus propios criterios nutrimentales a falta de una política integral.

Este producto contiene
305 kcal por cada 100g

Tiene impuesto
≥275 kcal por cada 100 gr

Puede ser publicitada
<380 kcal por cada 100g

Puede estar en la escuela
130 kcal por porción (42g, manipulada por la industria)

Resultados de la regulación

Al 29 de abril 2015, la COFEPRIS anunció que:

- Han sido retirados un total de 25,559 anuncios de refrescos, chocolates, dulces y botanas de las barras infantiles.
- Este volumen de spots equivale a 55 horas de programación televisiva (abierta y restringida).

Conclusiones para México

- La medida que rige la publicidad de alimentos y bebidas en México tiene **serias limitaciones** desde su diseño

- Dichas limitaciones revelan la falta de conformación de un **grupo de expertos** involucrado en el diseño, monitoreo y evaluación de las regulaciones, así como una **omisión** de la evidencia disponible y recomendaciones regionales e internacionales

- Así mismo, existe **conflicto de interés**, particularmente en la definición de los criterios nutrimentales que rigen la regulación.

Ejemplos de intervención de la industria de bebidas y alimentos en políticas alimentarias

2011: manipulación de los lineamientos que prohíben la **venta de comida chatarra en las escuelas**, resultando en mini-porciones.

Marzo 2015: Juez declaró constitucional la prohibición de comida chatarra en las escuelas de preescolar hasta media superior, ante el amparo interpuesto por una empresa de venta y distribución de alimentos.

Octubre 2015: intento de reducción del **impuesto a bebidas** con <5g de azúcar en 100ml.

Diputado secretario de la Comisión de Hacienda afirmó que la propuesta provino por cabildeo de la industria.

Fortalezas de la regulación en Chile

- Se trata de una **Ley**, en México es una **Estrategia** acotada al periodo presidencial
- Es una **política integral**, congruente entre sí misma.
- En el diseño, monitoreo y evaluación participan **expertos en políticas alimentarias**
- Compromiso gubernamental por parte del MINSAL.

Gracias

www.elpoderdelconsumidor.org

El Poder del Consumidor

@elpoderdelc

investigacionsalud@elpoderdelconsumidor.org