

Opciones de políticas públicas para reducir la comercialización de bebidas y alimentos malsanos a niños pequeños



Ambiente dentro de las tiendas y supermercados

- **Crear líneas para pagar saludables** imponiendo políticas públicas que requieran que los productos colocados en una o más de las líneas de caja cumplan con ciertas reglas de nutrición.
- **Regular la ubicación de productos**, por ejemplo, limitar la mercancía que se pueda colocar en los estantes ubicados en los extremos de los pasillos o exigir que ciertos productos se guarden detrás del mostrador para evitar que los niños pequeños los puedan agarrar o robar.
- **Regular los precios de los productos**, aprobando leyes que establezcan un precio mínimo, limitando los descuentos o exigiendo el uso de precios proporcionales, los cuales no ofrecen descuentos por unidad por comprar una mayor cantidad.
- **Prohibir la venta de alimentos malsanos y bebidas azucaradas en tiendas cuyo negocio principal no sea la venta de alimentos**, como tiendas de juguetes o de electrónicos.
- **Regular la señalización dentro de la tienda**, ya sea imponiendo límites neutrales con respecto al contenido (como restricciones sobre las cubiertas de ventanas por razones de seguridad o estética) o exigiendo letreros que promuevan alimentos saludables o el uso de etiquetas de advertencia.
- **Regular las muestras gratuitas de productos y el regalo de alimentos**, por razones de seguridad alimenticia u otras razones no relacionadas con la comunicación.



Las luces rojas indican niveles **bajos** de factibilidad o altos niveles de riesgo.



Las luces amarillas indican niveles **moderados** de factibilidad y riesgo.



Las luces verdes indican el **mayor** nivel de factibilidad y el menor nivel de riesgo.



Adquisiciones y ventas gubernamentales

- **Establecer normas de nutrición para los alimentos comprados por el gobierno para ser distribuidos a miembros dependientes de la comunidad** (como los niños en centros públicos de cuidado de niños) sujetas a los límites impuestos por leyes federales o estatales
- **Adoptar normas de venta saludables** que establezcan reglas de nutrición para alimentos vendidos directamente a individuos en las propiedades del gobierno



Propiedades y patrocinio gubernamentales

- **Adoptar una norma de patrocinio** con criterios claros sobre la selección de patrocinadores privados



Comercialización en los centros de cuidado infantil y escuelas

- **Restricciones directas sobre la comercialización de alimentos en las escuelas y centros de cuidado de niños**, según la ley lo permita
- **Establecer reglas de nutrición para los centros de cuidado infantil**, según la ley lo permita
- **Limitar el tiempo de pantalla y el uso de los medios de comunicación**, según la ley estatal lo permita



Dentro de los restaurantes

- **Regular la calidad nutricional de los alimentos o las bebidas que forman parte de las comidas para niños**, con o sin un juguete incluido
- **Regular los precios de los productos**, aprobando leyes que establezcan un precio mínimo y exigiendo el uso de precios proporcionales, los cuales no ofrecen descuentos por unidad por comprar una mayor cantidad
- **Regular la señalización de los restaurantes**, ya sea imponiendo límites neutrales con respecto al contenido de la señalización o exigiendo letreros que promuevan alimentos saludables o el uso de etiquetas de advertencia.
- **Exigir que los menús** contengan información nutricional más detallada de lo requerido por la ley federal
- **Exigir la provisión gratuita de agua del grifo**



Regalo de fórmula infantil en los hospitales

- Programas voluntarios para descontinuar el regalo de fórmula infantil en hospitales locales
- Prohibir que los hospitales regalen fórmula infantil



Tránsito público y propiedad gubernamental (parques y centros recreativos)

- Regular los anuncios publicitarios en los autobuses escolares
- Regular el contenido de los anuncios publicitarios en propiedades públicas, especialmente en propiedades que tradicionalmente no han estado abiertas a las diferentes formas de expresión
- Regular los anuncios de publicidad en los vehículos de transporte público, las casetas de paradas de autobús y las estaciones de tránsito



Zonificación saludable

- Limitar los puntos de venta de alimentos malsanos y vendedores móviles de alimentos malsanos cerca de lugares frecuentados por niños pequeños, como los centros de cuidado infantil y los patios de recreo



Imposición de impuestos e incentivos tributarios

- Imponer un impuesto local sobre las bebidas azucaradas o los alimentos poco saludables
- Imponer un impuesto sobre las ventas locales de anuncios publicitarios, sea cual sea el contenido del anuncio



Compañías de televisión/cable/satélite/radio y otros medios de transmisión

- Vigilancia del cumplimiento de las leyes federales y estatales actuales de publicidad falsa, a cargo del fiscal del distrito o del asesor jurídico del condado o ciudad
- Autorregulación de la industria, animada por las jurisdicciones locales y dirigida a las emisoras locales de televisión o radio
- Regulación directa de los anuncios de publicidad en la televisión y la radio, aunque podría ser difícil lograrlo dado el ambiente legal
- Exigir la codificación de los anuncios de alimentos usando la tecnología del microprocesador-V (V-chip), aunque intentarlo podría presentar obstáculos legales y prácticos



Medios de comunicación impresa (revistas, periódicos)

- **Vigilancia del cumplimiento de las leyes federales y estatales actuales de publicidad falsa** (a cargo del fiscal del distrito o del asesor jurídico del condado o ciudad)
- **Autorregulación de la industria**, animada por las jurisdicciones locales y dirigida a los medios impresos locales
- **Regulación directa de los medios de comunicación impresa dirigida a niños pequeños**, aunque podría ser difícil lograrlo dado el ambiente legal



Medios digitales

- **Vigilancia del cumplimiento de las leyes federales y estatales actuales de publicidad falsa**, a cargo del fiscal del distrito o del asesor jurídico del condado o ciudad
- **Regulación directa de los medios de comunicación digital**, incluyendo la regulación del uso local de tecnologías que permitan la comercialización digital basada en la ubicación



Anuncios publicitarios exteriores

- **Anuncios de servicio público, financiados por el gobierno**, relacionados con la alimentación saludable y la actividad física
- **Restricciones voluntarias**, estimuladas por el gobierno local, **sobre el contenido de los carteles publicitarios en ruta por parte de los propietarios de los carteles o por parte de los compradores de espacio publicitario**
- **Regulación de la ubicación de los carteles en ruta, sin referirse a su contenido**, por razones de seguridad y estética
- **Regulación neutral con respecto al contenido de los carteles en ruta electrónicos**, por razones de seguridad y estética
- **Regulación neutral con respecto al contenido de los cartelones sándwich y otros letreros al aire libre que no sean carteles en ruta**, por razones de seguridad y estética

Para ver un análisis legal detallado de las normas que responden a la comercialización de alimentos a niños pequeños, lea el informe completo, ***Marketing Matters: A White Paper on Strategies to Reduce Unhealthy Food and Beverage Marketing to Young Children***