



000825



HONORABLE ASAMBLEA:

El suscrito, diputado FILEMÓN ORTEGA QUINTOS, integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo de esta Sexagésima Segunda Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 53, fracción III y 32, fracción II de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Sonora, comparezco ante esta Soberanía, para presentar **INICIATIVA DE LEY SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD EN EL ESTADO DE SONORA**, misma que sustento en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En 2009, en México surgió el código de autorregulación de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida al público infantil (Código PABI) y posteriormente en 2010 el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria. Ambos pretendían regular la publicidad de alimentos con alta cantidad calórica para prevenir los problemas de obesidad y sobrepeso en los infantes. Sin embargo, a más de 8 años no se ha logrado el objetivo, las constantes omisiones de anunciantes, medios y profesionistas muestran poca seriedad en el tema; cientos de anuncios publicitarios de dichos productos siguen en los medios de comunicación. Científicamente se ha demostrado que la televisión no nada más influye en los hábitos alimenticios de los niños y adultos, sino también en su forma de ser y actuar. En la actualidad, México ocupa el primer lugar en obesidad infantil en el mundo según el último reporte del Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia por sus siglas UNICEF en el año 2017.

Algunos estudios recientes sobre la salud en la población infantil de México indican que el aumento de obesos en los últimos años es alarmante. La doctora Francisca Durán Mosqueda, en 2013, comenta que “la causa mayor por lo cual los mexicanos sufren de sobrepeso, es por la poca cultura de la población respecto a la nutrición de lo que debe ingerir”. Indica que todos aquellos alimentos que contienen altos niveles de azúcar, sal y/o grasas trans y/o grasas saturadas, aditivos químicos, colorantes, saborizantes y poca variedad de nutrientes que integran las dietas de los niños, jóvenes y adultos.

Una preocupación actual para el gobierno de México es combatir este estremecedor panorama que, de no hacerlo, a la vuelta de los años no solo cobrará factura en la vida y salud de la población en general sino también a las partidas presupuestales en materia de salud pública. Según la revista Forbes México, en su edición digital de julio del 2014, con el encabezado “Las 4 medidas del gobierno contra la obesidad” refiere que además de las restricciones horarias publicitarias en TV y cine, el gobierno federal tomará otras tres medidas que buscan disminuir los actuales índices de obesidad en niños y jóvenes, las cuales son: **sellos nutrimentales, reporte de calorías y eliminación en etiquetas de calorías “recomendadas”**.

Así, la Secretaría de Salud anunció las medidas regulatorias de la *Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes*, relacionadas con la publicidad y el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas. Lo malo, es que nunca se llevó a cabo.

Por otra parte, UNICEF en su último estudio sobre salud y nutrición del 2017 indica que “*actualmente, México ocupa el primer lugar mundial en obesidad infantil, y el segundo en obesidad en adultos, precedido sólo por los Estados Unidos*”. Una

postura y una respuesta frente al tema son la responsabilidad e injerencia que los medios masivos de comunicación han tenido sobre la “cultura alimentaria infantil” en el país.

La última Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2016 de México, indica que uno de cada tres adolescentes de entre 12 y 19 años presenta sobrepeso u obesidad en México; lo cual representa más de 4.1 millones de adolescentes con este inconveniente. Coincidentemente, igual que la Dra. Mosqueda, la UNICEF concluye que la principal causa a la que se apunta son los malos hábitos en la alimentación.

El Poder del Consumidor (EPC) asociación civil, dio a conocer que México se mantiene como el país con mayor cantidad de anuncios de **comida chatarra**, por hora, en programación infantil, entre los países de la OCDE, ubicándose por encima de Estados Unidos.

El estudio de **El Poder del Consumidor** parte de un registro realizado entre marzo y abril del presente año, en Canal 5, en el que se encontró que el promedio de anuncios de **comida chatarra** por hora en programación infantil fue de 11.25%.

La mayor cantidad de anuncios de **comida chatarra** correspondió a empresas productoras de cereales con alto contenido de azúcar ocupando conjuntamente el 31% de este tipo de publicidad. Por obvias razones se omiten los nombres.

Alejandro Calvillo, director de EPC, señaló: “Los cereales publicitados para niños son reconocidos como los peores en el mercado, contienen 85% más de azúcar y 65% más de sodio que los publicitados para adultos, además de bajísimos contenidos de fibra. Uno de dichos cereales contiene 40% de su peso en azúcar y el otro más

del 36%. Existe otra empresa con presencia, durante el periodo del registro, que, con su amplia gama de productos y marcas que van desde los pastelitos y las botanas, hasta los dulces y chocolates ocupó 22% de este tipo de publicidad. Entre estas tres empresas cubrieron 58% de la publicidad de comida chatarra en horarios infantiles.

De acuerdo al estudio, 46% de los anuncios utilizaron un regalo para provocar la demanda del producto y 67.5% utilizó personajes para generar el vínculo afectivo del menor con la marca y el producto. Del total de la publicidad de comida chatarra dirigida a la infancia, 35.1% publicitaron páginas de internet donde los menores encuentran videojuegos con los personajes y productos de la marca.

En las últimas décadas, el número de niños, jóvenes y adultos mexicanos con sobrepeso y obesidad se ha incrementado dramáticamente, lo que ha generado que este padecimiento se convierta en un serio problema de salud pública. En 1999, la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población escolar fue de 19.5%; para el año 2016 se registraron prevalencias de 33.2%, lo que representó un incremento alarmante. Durante ese mismo año, las prevalencias de sobrepeso y obesidad en hombres y mujeres de 12 a 19 años fueron del 36.3%. La obesidad incrementa el riesgo de morbilidad y mortalidad por diabetes mellitus e hipertensión, con el consecuente incremento en los costos de atención médica.

Entre los múltiples factores que influyen en el desarrollo del sobrepeso y la obesidad, el ambiente juega un papel central. En este ámbito se destacan las conductas sedentarias y el consumo excesivo de energía como resultado de la ingestión de dietas con alto contenido de grasa y carbohidratos. Se han propuesto tres mecanismos que explican la relación entre el tiempo dedicado a ver TV o jugar videojuegos y el riesgo de obesidad: 1) el

desplazamiento de la actividad física, 2) mayor consumo de alimentos mientras se ve la TV y 3) incremento del consumo de los alimentos anunciados en la TV. La publicidad presentada en la TV puede tener los siguientes efectos: los niños piden con más frecuencia los productos que son anunciados y, por tanto, aumenta su consumo de botanas y otros alimentos promocionados, hecho que se refleja en el incremento de su ingestión de energía.

Análisis previos del contenido de la publicidad en TV para niños han encontrado que los alimentos se encuentran entre los productos más anunciados, y que se caracterizan, con frecuencia, por tener baja densidad de micronutrientes, pero alto contenido de azúcar, grasa y energía. Sólo se identificó un estudio llevado a cabo en un país de ingreso medio, que es Brasil. Dado que la mayoría de las investigaciones se han realizado en países de alto ingreso, existe un vacío de información sobre el tema en México y otros países de América Latina. Sin embargo, es importante contar con evidencia directa ya que los gobiernos de países de ingreso medio y bajo tienen menor capacidad para regular la publicidad, lo que significaría mayor exposición a ésta. Por ejemplo, en varios países de ingreso alto (i.e. Canadá, Suecia, Noruega, Austria y Bélgica) ya está prohibida la publicidad en programas para niños; mientras que en América Latina sólo Brasil y Venezuela cuentan con regulaciones para la publicidad dirigida a la población infantil.

La publicidad de alimentos y bebidas, dirigida a niños, suele ser de productos con baja o nula calidad nutricional por tener alto contenido de grasa, sal y azúcar. Los productos no saludables pertenecen a los llamados “Cinco Principales”, estos son: 1) los cereales azucarados, 2) las bebidas azucaradas, 3) las botanas dulces, 4) las botanas saladas y 5) la comida rápida. La publicidad de estos productos, se considera un factor que puede contribuir a la epidemia de sobrepeso y obesidad, al influir en las preferencias alimentarias y patrones de consumo. Actualmente, los niños y adolescentes se encuentran expuestos a una

importante cantidad de publicidad, cuyo mensaje es reforzado a través de diferentes medios de comunicación.

Hay que recordar, que, en Sonora, se han realizado esfuerzos por controlar la venta de comida chatarra, es decir, aquellos productos con cero o muy poco valor nutrimental, especialmente en las escuelas, como la que se aprobó en marzo de 2010, a iniciativa de la diputada Alejandra López Noriega y que en aquellos tiempos se conoció popularmente como la “ley churrumais”. A más de 8 años, al parecer no se cumple y se continúan expendiendo comidas sin valor alimentario que son consumidos indistintamente por niños, maestros y padres de familia.

En conclusión, para tener un panorama de la publicidad a la cual están expuestos los niños, adolescentes, jóvenes y la sociedad en general en materia de alimentos y bebidas, hay que considerar algunos factores como la educación, el nivel socioeconómico, pero especialmente, la falta de claridad en la especificación de la información de la composición nutrimental veraz del contenido en el empaque del producto; que sea visible, claro en sus contenidos, ingredientes y muy particularmente en los riesgos de consumir, en altas cantidades, ciertos ingredientes tales como azúcar, sal, grasas y carbohidratos. Los envases de los productos, sean latas, plásticos o cartón entre otros deben de advertir, con claridad, el exceso de ciertos químicos ya señalados, además del valor nutrimental, así como de los riesgos que conlleva su consumo excesivo.

En consecuencia, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 53, fracción III de la Constitución Política del Estado de Sonora y 32, fracción II de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Sonora, someto a la consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente proyecto de:

LEY

SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD EN EL ESTADO DE SONORA

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- Los fabricantes, productores, distribuidores e importadores de alimentos deberán proceder, en lo relativo a la producción, importación, elaboración, envasado, almacenamiento, distribución y venta de tales alimentos destinados al consumo humano, en la forma y condiciones que para cada caso, dependiendo de la naturaleza del producto, exija la autoridad en virtud de los reglamentos vigentes. Será responsabilidad del fabricante, importador o productor que la información disponible en el rótulo de los productos sea íntegra y veraz. Asimismo, deberán asegurarse de que, en el ámbito de la cadena productiva en que ellos intervengan, el proceso de elaboración de los alimentos cumpla con buenas prácticas de manufacturación que garanticen la inocuidad de los alimentos.

Artículo 2º.- Los fabricantes, productores, distribuidores e importadores de alimentos deberán informar en sus envases o etiquetas los ingredientes que contienen, incluyendo todos sus aditivos expresados en orden decreciente de proporciones, y su información nutricional, expresada en composición porcentual, unidad de peso o bajo la nomenclatura que indiquen los reglamentos vigentes.

Será la Secretaría de Salud, quien determinará, además, la forma, tamaño, colores, proporción, características y contenido de las etiquetas y rótulos nutricionales de los alimentos, velando especialmente porque la información que en ellos se contenga sea visible y de fácil comprensión por la población.

El etiquetado a que se refiere el inciso anterior deberá contemplar, al menos, los contenidos de energía, azúcares, sodio, grasas saturadas y los demás que la Secretaría de Salud determine.

Artículo 3º.- No se podrá adicionar a los alimentos y comidas preparadas ingredientes o aditivos que puedan inducir a equívocos, daños a la salud, engaños o falsedades, o que de

alguna forma sean susceptibles de crear una impresión errónea respecto a la verdadera naturaleza, composición o calidad del alimento, según lo establecido en esta Ley.

No se podrán adicionar a los alimentos, ingredientes o aditivos en concentraciones que causen daños a la salud, según lo establezca la Secretaría de Salud mediante reglamento.

Artículo 4°.- Los establecimientos de educación preescolar, básica y media superior del Estado de Sonora, deberán incluir, en todos sus niveles y modalidades de enseñanza, actividades didácticas y físicas que contribuyan a desarrollar hábitos de una alimentación saludable y adviertan sobre los efectos nocivos de una dieta excesiva en grasas, grasas saturadas, azúcares, sodio y otros nutrientes cuyo consumo en determinadas cantidades o volúmenes pueden representar un riesgo para la salud.

Los establecimientos educativos de Sonora, públicos y privados, deberán incorporar actividad física y práctica del deporte, a fin de fomentar en sus estudiantes el hábito de una vida activa y saludable.

Artículo 5°.- La Secretaría de Salud determinará los alimentos que, por unidad de peso o volumen, o por porción de consumo, presenten en su composición nutricional elevados contenidos de calorías, grasas, azúcares, sal u otros ingredientes que el reglamento determine. Este tipo de alimentos se deberá rotular como "ALTO EN CALORÍAS", "ALTO EN SAL" o con otra denominación equivalente, según sea el caso.

La información indicada precedentemente, incluyendo sus contenidos, forma, tamaño, mensajes, dibujos, proporciones y demás características, se determinará por la Secretaría de Salud. Asimismo, se podrán fijar límites de contenido de energía y nutrientes en los alimentos a que alude el inciso anterior.

La autoridad de salud en el Estado, en ejercicio de sus atribuciones, podrá corroborar con análisis propios la información indicada en la rotulación de los alimentos, sin perjuicio del ejercicio de sus facultades fiscalizadoras.

Artículo 6°.- Los alimentos a que se refiere el artículo anterior no se podrán expender, comercializar, promocionar y publicitar dentro de establecimientos de educación preescolar, básica y media superior.

Asimismo, se prohíbe su ofrecimiento o entrega a título gratuito a menores de 14 años de edad, así como la publicidad de los mismos dirigida a ellos.

En todo caso, no podrá inducirse su consumo por parte de menores o valerse de medios que se aprovechen de la credulidad de los menores. La venta de alimentos especialmente destinados a menores no podrá efectuarse mediante ganchos o trucos comerciales no relacionados con la promoción propia del producto, tales como regalos, concursos, juegos u otro elemento de atracción infantil.

Toda publicidad de alimentos efectuada por medios de comunicación masivos deberá llevar un mensaje, cuyas características determinará la Secretaría de Salud, que promueva hábitos de vida saludables.

El etiquetado de los sucedáneos de la leche materna no deberá desincentivar la lactancia natural. Asimismo, incluirá información relativa a la superioridad de la lactancia materna e indicará que el uso de los referidos sucedáneos debe contar con el asesoramiento de un profesional de la salud.

La Secretaría de Salud deberá disponer, en conjunto con la de Educación, de un sistema obligatorio de monitoreo nutricional de los alumnos de enseñanza preescolar, básica y media superior, el que los orientará en el seguimiento de estilos de vida saludables.

En todas aquellas disposiciones de esta ley donde se utilice la expresión "menores de edad", deberá entenderse que se refiere a menores de catorce años.

Artículo 7º.- La publicidad de los productos descritos en el artículo 5º, no podrá ser dirigida a niños menores de catorce años.

Para los efectos de esta ley se entenderá por publicidad toda forma de promoción, comunicación, recomendación, propaganda, información o acción destinada a promover el consumo de un determinado producto.

Artículo 8º.- La promoción de los alimentos señalados en el artículo 5º no podrá realizarse utilizando ganchos comerciales no relacionados con la promoción propia del producto, cuando esté dirigida a menores de catorce años.

En ningún caso se podrán utilizar ganchos comerciales tales como juguetes, accesorios, adhesivos, incentivos u otros similares.

Artículo 9º.- En el envase o etiqueta de todo producto alimentario que sea comercializado en Sonora y que contenga entre sus ingredientes o haya utilizado en su elaboración soya, leche, cacahuete, huevo, mariscos, pescado, gluten o frutos secos será obligatorio indicarlo.

El reglamento respectivo establecerá los requisitos que deberá contener el referido etiquetado.

Artículo 10.- Las infracciones a las disposiciones de esta ley serán sancionadas de acuerdo con las disposiciones legales específicas o supletorias vigentes en Sonora o la República Mexicana.

Artículo 11.- La Secretaría de Salud deberá dar cumplimiento y ejecutar las materias a que se refiere esta ley, en el plazo de un año a contar de la fecha de su publicación en el Boletín Oficial del Gobierno del Estado.

TRANSITORIOS

Artículo Primero.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial del Gobierno del Estado.

Artículo Segundo.- El Ejecutivo Estatal, a través de la Secretaría de Salud, tendrá un término de seis meses contados a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, para expedir el reglamento respectivo.

ATENTAMENTE

Hermosillo, Sonora, a 2 de abril de 2019

DIP. FILEMÓN ORTEGA QUINTOS

