

De: Ch'uya Lane <clane@AdvocacyIncubator.org>
Enviado el: martes, 10 de diciembre de 2019 11:12 p. m.
Para: César Osvaldo Orozco Arce; Rebeca Rodríguez Moreno; rfs@cofepris.gob.mx; Mario.velasco@economia.gob.mx; Contacto CONAMER
CC: Juan Carballo; Gianella Severini
Asunto: Contribución a consulta pública: Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010
Datos adjuntos: GHAI Contribution_FINAL.pdf

Estimados,

En el marco de la Consulta Pública para formular aportes respecto de la "MODIFICACIÓN DE LA NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-051-SCFI/SSA1-2010, ESPECIFICACIONES GENERALES DE ETIQUETADO PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS PREENVASADOS -INFORMACIÓN COMERCIAL Y SANITARIA", el Global Health Advocacy Incubator, respetuosamente considera oportuno formular algunos comentarios (ADJUNTO).

Nos ponemos a su disposición para brindarles apoyo técnico y toda la información adicional que requieran.

Atentamente,
Ch'uyasonqo H. Lane

Directora, Programas en Salud Alimentaria

Región de América Latina

Global Health Advocacy Incubator

<https://advocacyincubator.org/>



Global Health Advocacy Incubator
1400 I St. NW, Washington, DC 20005, United States

10 de diciembre, 2019

Autoridades correspondientes

Secretaría de Economía

Secretaría de Salud

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS)

Comisión Nacional de Mejora Regulatoria (CONAMER)

Gobierno Federal de México

Ref.: Contribución a consulta pública - Modificación de la Norma Oficial Mexicana

NOM-051-SCFI/SSA1-2010 - Especificaciones generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no alcohólicas preenvasados – Información comercial y sanitaria.

De nuestra mayor consideración:

Por la presente remitimos nuestra contribución sobre la modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, la cual incorpora el etiquetado frontal de advertencia. Quedamos a su entera disposición en caso de precisar apoyo técnico en este proceso.

Atentamente,



Ch'uyasongo H. Lane

Directora, Programas en Salud Alimentaria

Región de América Latina

Global Health Advocacy Incubator

<https://advocacyincubator.org/>



Contribución de Global Health Advocacy Incubator

Consulta pública sobre la modificación de la Norma Oficial Mexicana

NOM-051-SCFI/SSA1-2010

Asunto: Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010

Sumario: **I.** Nosotros **II.** Objeto de la contribución **III.** Sobre el etiquetado frontal de advertencia en los alimentos y bebidas **IV.** Sobre el sello de advertencia “contiene edulcorantes. Evitar en niños” **V.** Sobre la leyenda precautoria “contiene cafeína – evitar en niños” **VI.** Sobre el modelo de perfiles de nutrientes de la organización panamericana de la salud **VII.** Sobre la prohibición del uso de distintivos/avales de asociaciones médicas o científicas en productos no saludables **VIII.** Sobre la prohibición de la declaración de propiedades nutrimentales **IX.** Sobre la prohibición del uso de elementos persuasivos y publicidad en los empaques de productos con sello **X.** Sobre la agrupación de los azúcares presentes en la lista de ingredientes **XI.** Sobre la declaración de la información en la tabla nutrimental por 100 gr o 100 ml. **XII.** Conclusión

I. Nosotros

Global Health Advocacy Incubator es un programa de Campaign for Tobacco Free Kids (CTFK). Nuestra historia se basa en una de las más exitosas campañas de salud pública: el control del tabaco. Global Health Advocacy Incubator (GHAi) es una iniciativa que aplica el conocimiento y experiencia aprendida en control de tabaco en apoyo a organizaciones alrededor del mundo que trabajan para abordar desafíos críticos en el campo de la salud pública que incluyen: políticas de prevención de obesidad, sistemas de recolección de datos, seguridad vial, prevención de ahogos, enfermedades cardiovasculares, salud materna y reproductiva, entre otros.

Brindamos apoyo estratégico a las organizaciones que trabajan en estas temáticas para diseñar campañas exitosas que sean aplicadas y dirigidas localmente adaptándose al contexto político de cada país. Nuestro equipo multidisciplinario tiene una amplia gama de experiencia en planificación, ejecución y evaluación de campañas de promoción de políticas de alto impacto. Brindamos capacitación y asistencia técnica en todos los componentes que hacen a una promoción efectiva de políticas, incluyendo mapeos políticos, análisis legal y planificación estratégica para la promoción de los campañas y creación de coaliciones.

II. Objeto de la contribución

El objeto de la presente contribución es apoyar los avances normativos que aseguran una protección efectiva del derecho humano a la salud, con base en evidencia científica, en las recomendaciones de organismos de salud pública y en las experiencias exitosas a nivel internacional. Desde GHAi, celebramos los esfuerzos del gobierno mexicano para la toma de este tipo de medidas, y esperamos que la protección de los derechos humanos sea siempre la prioridad frente a los distintos intereses económicos que puedan surgir durante la adopción de políticas de salud pública de este alcance^{i ii iii iv v vi}.



III. Sobre el etiquetado frontal de advertencia en los alimentos y bebidas (apartado 4.5.3.4)

El sobrepeso y la obesidad son parte de los principales factores de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) las cuales constituyen una de las mayores causas de muerte a nivel global. El consumo de los productos ultraprocesados desde una temprana edad está directamente relacionado con el desarrollo de sobrepeso y obesidad, ya que las personas adoptan hábitos no saludables, dietas no adecuadas, y mantienen estilos de vida sedentarios.

La obesidad infantil es una de las mayores preocupaciones de salud pública a nivel global, ya que niños, niñas y adolescentes (NNA) que sufren de ENT tienen una mayor probabilidad de sufrir diabetes tipo 2 o muerte prematura en la edad adulta.

La adopción de políticas públicas adecuadas es inminente para atender y regular este desafío de salud pública. Asimismo, los Estados tienen el deber de cumplir con sus obligaciones de derechos humanos, en el marco de sus potestades, en pos de proteger la salud de la población.

Distintas políticas son recomendadas por los organismos internacionales para abordar esta problemática, y una de las más eficaces, según la experiencia de diferentes países, es la adopción de un modelo de etiquetado frontal de advertencia en los productos que son altos en nutrientes críticos, según modelos de nutrientes validados y respaldados con evidencia científica^{vii viii ix x xi}.

Chile, Perú y Uruguay han implementado un etiquetado frontal de advertencia en línea con la norma propuesta por México. Estos países han avanzado en esta política reconociendo al etiquetado frontal de advertencia como una medida efectiva que busca facilitar la información de los productos a los consumidores, garantizando su derecho a la información^{xii xiii xiv}.

Los consumidores, con solo observar los paquetes de los productos alimenticios, podrán ser advertidos de la presencia de aquellos nutrientes dañinos para la salud, sin necesitar ningún tipo de conocimiento específico, ni la realización de un esfuerzo cognitivo para descifrar el contenido del etiquetado.

Asimismo, valoramos el apropiado e importante uso del lenguaje en cuanto a la utilización de la expresión “EXCESO...” al igual que lo realizó Uruguay, ya que esto denota la presencia de nutrientes críticos en cantidades no adecuadas para la protección de la salud.

IV. Sobre el sello de advertencia “contiene edulcorantes. Evitar en niños” (Apartado 4.5.3.4.2)

Si bien la evidencia científica sobre los posibles efectos dañinos de los edulcorantes está emergiendo, y no es aún concluyente, sí existen estudios que demuestran daños potenciales para la salud.^{xv} Recientemente, un análisis realizado con 450.000 participantes determinó que el consumo de dos o más vasos de bebidas endulzadas con edulcorantes estaba asociado con un 52% de mayor riesgo a padecer enfermedades cardiovasculares^{xvi}. Esto significa que no es posible afirmar que el consumo de edulcorantes artificiales sea seguro, y esto presenta un peligro mayor cuando quienes consumen son niños, niñas y adolescentes (NNA), grupo que en la actualidad presenta tasas cada vez más elevadas de consumo de bebidas con edulcorantes^{xvii}.

^{xviii xix}



Por estas razones, desde GHAI, apoyamos la inclusión de un sello de advertencia que indique la presencia de edulcorantes no calóricos, en conjunto con una advertencia sanitaria destinada a evitar su consumo por niños y niñas.

V. Sobre la leyenda precautoria “contiene cafeína – evitar en niños” (Apartado 7.1.3)

La situación respecto de la cafeína es similar a la comentada en el apartado anterior sobre edulcorantes: si bien es necesario generar más evidencia sobre los efectos que la exposición de los NNA a productos con este componente puede generar en el largo plazo, entendemos que el consumo de cafeína en exceso puede ocasionar daños fisiológicos, psicológicos y conductuales; con una mayor incidencia en aquellos niños o niñas que poseen problemas de corazón o de salud mental^{xx xxi}.

Consideramos que una advertencia sanitaria en aquellos productos que contengan cafeína es una medida innovadora fundamental y una propuesta de valor única para complementar el etiquetado frontal de advertencia.

VI. Sobre el modelo de perfiles de nutrientes de la organización panamericana de la salud (Apartado 4.5.3 (Tabla 6))

Apoyamos la decisión de adoptar el Modelo de Perfil de Nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud, ya que consideramos que es el más apropiado para la población mexicana. Este modelo constituye un sistema validado para la población latinoamericana, que no solo fue realizado por expertos en nutrición, sino que está basado en evidencia científica y en las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

La importancia del modelo de la OPS se da en que sus límites han sido establecidos y definidos teniendo como foco principal la prevención de la obesidad, el sobrepeso y las ENT relacionadas con dichas patologías. Asimismo, es un modelo que se alinea con los objetivos regulatorios en materia alimentaria^{xxii xxiii}.

VII. Sobre la prohibición del uso de distintivos/avales de asociaciones médicas o científicas en productos no saludables (Apartado 4.1.4)

Consideramos que la prohibición del uso de distintivos y avales de asociaciones médicas o científicas es una disposición fundamental en la política de etiquetado bajo consulta, ya que busca evitar la posible confusión o interpretación errónea que los consumidores pueden darle a la información presente en un producto, cuando haya, conjuntamente, sellos de advertencia y recomendaciones o avales.

Una provisión en contrario podría socavar los objetivos del modelo de etiquetado frontal, el cual busca “informar al consumidor sobre el contenido en nutrientes críticos o elementos persuasivos que pueden influir no solo en las decisiones individuales, sino que también pueden modificar el comportamiento de la industria, por ejemplo, al incentivar la reformulación de un producto reduciendo su contenido de algunos ingredientes críticos, como la grasa, el azúcar y la sal.”^{xxiv}



VIII. Sobre la prohibición de la declaración de propiedades nutrimentales (Apartado 6.3)

En el mismo sentido que nuestro comentario anterior sobre la prohibición de uso de avales, sostenemos que esta disposición resulta esencial para garantizar el cumplimiento del objetivo de la adopción de una política de etiquetado. Esto, dado que la presencia de declaraciones nutricionales en productos con sellos de advertencia tiene la potencialidad de generar confusión en los consumidores, llevándolos a mal interpretar la calidad nutricional de un producto.

Un estudio comprobó que los consumidores son conducidos a mal interpretar la calidad nutricional de un producto ante la presencia de ciertas declaraciones tales como “vitaminas”, “minerales” o “fibras”, ya que esto ocasiona un efecto de distracción ante la presencia de sellos de advertencia^{xxv}.

IX. Sobre la prohibición del uso de elementos persuasivos y publicidad en los empaques de productos con sello (Apartado 4.1.5)

La restricción del marketing dirigido a NNA es otra de las políticas públicas que organismos internacionales recomiendan para abordar el creciente problema de la obesidad y el sobrepeso infantil^{xxvi xxvii}.

El empaquetado los productos no saludables es uno de los tantos medios por los cuales se dirigen las acciones publicitarias hacia la población infantil, conjuntamente con la publicidad en medios tradiciones y digitales, en los cuales también consideramos que los gobiernos deberían tomar medidas regulatorias urgentes. Existe evidencia que demuestra que la mayor parte de la publicidad dirigida a NNA es sobre productos alimenticios de alto contenido de grasas, azúcar y sal, influye significativamente en el gusto de los niños por este tipo de alimentos. Por ello, la OMS recomienda la regulación de esta publicidad como uno de los mecanismos para enfrentar el problema de sobrepeso y obesidad en niños ^{xxviii xxix xxx xxxi}.

La medida en consulta protege los derechos de NNA, como sujetos de protección especial y prevalente ante los intereses de la industria, en el marco de la Convención de los Derechos del Niño, entre otros tratados internacionales, y la regulación interna de México que protege la infancia. Sobre estas obligaciones, el Comité de los Derechos del Niño ha manifestado que los Estados deben garantizar el acceso a “alimentos inocuos, nutricionalmente adecuados y culturalmente apropiados”^{xxxii}. Asimismo, el Comité ha establecido que “debe limitarse la exposición de los niños a la “comida rápida” de alto contenido en grasas, azúcar o sal, que es muy energética, pero carece de suficientes micronutrientes, y a bebidas de alto contenido en cafeína u otras sustancias de posibles efectos nocivos^{xxxiii}”. A su vez, ha sido categórico en afirmar que “debe controlarse la comercialización de estas sustancias, especialmente cuando sus destinatarios son niños, así como su disponibilidad en las escuelas y otros lugares^{xxxiv}.”

Los NNA son vulnerables a las presiones del mercado y son ingenuos como para comprender la intención persuasiva y los mensajes engañosos de la promoción y publicidad de los alimentos y bebidas de bajo valor nutricional, que se asocian con mayor riesgo de sobrepeso y obesidad en la niñez y adolescencia^{xxxv xxxvi}. Así, los NNA representan un grupo vulnerable frente a la publicidad de productos no saludables, y resulta necesario definir de manera clara y abarcativa qué es el contenido dirigido a NNA. Estimamos que como mínimo, este implica: el uso de personajes, dibujos animados, celebridades o cualquier otro elemento de atracción para NNA; diseño atractivo por sus colores, gráfica, símbolos, fuentes o cualquier otro signo o marca que



pueda llamar su atención, también, aquella publicidad que sea dirigida a los adultos para que compren a NNA, o aquella publicidad aspiracional ante la cual NNA pueden sentir identificación.

Asimismo, existe una significativa cantidad de evidencia que relaciona el marketing de alimentos no saludables y la exposición prolongada de NNA a este tipo de contenidos, directamente con sus preferencias, pedidos de compra y comportamientos alimentarios tendientes a preferir la comida chatarra^{xxxvii}.

Respecto de las restricciones a la publicidad, es importante mencionar la experiencia de Chile. Ese país implementó una disposición similar con resultados positivos en términos de reducir la exposición de NNA a la publicidad de productos con alto contenido de nutrientes críticos, como se comienza a relevar en la literatura científica^{xxxviii}.

Por lo anteriormente mencionado apoyamos la restricción contenida en este apartado de la normativa.

IX. Sobre la declaración de azúcares añadidos en la tabla nutrimental (Apartado 4.5.2.4)

En línea con nuestros comentarios anteriores, reconociendo que el derecho a la información es uno de los medios más apropiados para que el Estado facilite y regule ambientes donde los consumidores puedan tomar decisiones más saludables, y modificar sus hábitos alimenticios en el corto plazo, estamos de acuerdo en la inclusión de los azúcares agregados en la tabla nutricional. De esta manera, los consumidores podrán conocer qué tipo de azúcares están naturalmente en un producto, y cuales son adicionados en su elaboración o procesamiento^{xxxix}
^{xl}.

X. Sobre la agrupación de los azúcares presentes en la lista de ingredientes (Apartado 4.2.2.1.8)

Consideramos que agrupar los azúcares presentes en un producto constituye un elemento esencial para facilitar la comprensión real del contenido de un alimento por el general de la población. El fin último de esta regulación es promover y fomentar el acceso a la información a los consumidores, ayudándolos a tomar decisiones de compra de manera “rápida, simple, y sin exigirles conocimientos específicos en materia nutricional”^{xli}.

Asimismo, los consumidores tienen el derecho a ser informados sobre la verdadera cantidad y calidad de los productos que consumen, previniendo siempre la información engañosa como principio fundamental de toda política de etiquetado^{xlii}.

XI. Sobre la declaración de la información en la tabla nutrimental por 100 gr o 100 ml. (Apartado 4.5.2)

Desde GHAI, creemos que el uso único del parámetro de 100g/100ml para definir la información nutricional es una herramienta suficiente y un estándar adecuado por sí mismo para permitir a los consumidores la realización de comparaciones entre productos de una manera fácil y rápida, evitando de esta manera la confusión que genera la utilización de porciones o de valores diarios de referencia.



En el mismo sentido, la utilización de 100g/100ml como medida, permite comparar productos de iguales o distintas categorías^{xliii}, y es el parámetro definido por el CODEX, cuyas guías dan como alternativa adicional, la inclusión de porciones^{xliv}.

XII. Conclusión

Consideramos que una medida de tal entidad como la implementación del etiquetado frontal de alimentos, no solo representa un avance en materia de políticas públicas sanitarias para México, sino que es una experiencia ejemplar para la región latinoamericana. Asimismo, constituye una política pública fundamental hacia la protección efectiva del derecho a la salud y a la información de la población.

Referencias

- ⁱ Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Informe conjunto Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe (2016). Disponible en: <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/33680/9789253096084-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ⁱⁱ World Health Organization. Non-communicable Diseases Country profiles (2018). Disponible en: <https://www.who.int/nmh/publications/ncd-profiles-2018/en/>
- ⁱⁱⁱ NCD-RisC. Worldwide trends in body-mass index, underweight, overweight, and obesity from 1975 to 2016: a pooled analysis of 2416 population-based measurement studies with 128.9 million participants. Lancet (2017).
- ^{iv} Final report of the Commission on Ending Childhood Obesity. Geneva: World Health Organization; (2016). Disponible en: <http://www.who.int/end-childhood-obesity/final-report/en>
- ^v Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Informe conjunto Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe (2016). Disponible en: <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/33680/9789253096084-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ^{vi} Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Unicef, Programa Mundial de Alimentos. Informe conjunto Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe (2018). Disponible en: <http://www.fao.org/3/CA2127ES/CA2127ES.pdf>
- ^{vii} World Health Organization, *Report of the Commission on Ending Childhood Obesity*. Geneva, Switzerland (2016). Disponible en: <http://www.who.int/end-childhood-obesity/publications/echo-report/en/>
- ^{viii} World Health Organization, *Global Strategy on diet, physical activity and health*. Geneva, Switzerland, (2004). Disponible en: https://www.who.int/dietphysicalactivity/strategy/eb11344/strategy_english_web.pdf
- ^{ix} World Health Organization, *Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases* 2013-2020. Geneva, Switzerland (2013).. Disponible en: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/94384/1/9789241506236_eng.pdf
- ^x Organización Panamericana de la Salud. Modelo de perfil de nutrientes. Disponible en: http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/18622/9789275318737_spa.pdf?ua=1
- ^{xi} UNICEF. Comunicado de prensa: Llamam a avanzar en el etiquetado frontal de alimentos para promover la alimentación saludable (2018). Disponible en: <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/llaman-avanzar-en-el-etiquetado-frontal-de-alimentos-para-promover-la>



- xii Arrúa, A., Curutchet, M., Rey, N., Barreto, P., Golovchenko, N., & Sellanes, A. et al., Impact of front-of-pack nutrition information and label design on children's choice of two snack foods: Comparison of warnings and the traffic-light system. *Appetite*, 116, 139-146, (2017). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2017.04.012>
- xiii Ministerio de Salud, Chile. Evaluaciones: estudios de percepciones y actitudes de los consumidores (2018), Disponible en: <https://www.minsal.cl/ministro-de-salud-se-refiere-a-la-entrada-en-vigencia-del-segundo-tramo-de-la-ley-de-etiquetado/>
- xiv Vyth EL, Steenhuis I, Roodenburg A, Brug J, Seidell JC. Front-of-pack nutrition label stimulates healthier product development: a quantitative analysis. *International Journal Behavioral Nutrition and Physical Activity* (2010). Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20825645>
- xv <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/article-abstract/2749350>
- xvi Mullee A, Romaguera D, Pearson-Stuttard J, et al. Association Between Soft Drink Consumption and Mortality in 10 European Countries. *JAMA Intern Med.*;179(11):1479–1490, (2019)
doi:<https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2019.2478>
- xvii Technical Scientific Report Healthy Beverage Consumption in Early Childhood Recommendations from Key National Health and Nutrition Organizations, (2019).
- xviii Calvillo A, Espinosa F, Magaña P. Cómo Cautiva y Seduce a los Niños la Industria de Bebidas Azucaradas. Estrategias de Publicidad y Promoción. Alianza por la Salud Alimentaria, (2016).
- xix Susan E. Swithers. Artificial Sweeteners are not the answer to childhood obesity
- xx Temple J. Caffeine Use in Children: What we know, what we have left to learn, and why we should worry. *Neurosci Biobehav Rev.* (2009)
- xxi Informe de una Consulta Mixta de Expertos OMS/FAO. Dieta, Nutrición y Prevención de Enfermedades Crónicas. OMS, Serie de Informes Técnicos. (2003).
- xxii OMS, Ingesta de sodio en adultos y niños, (2013).
- xxiii OMS Ingesta de azúcares para adultos y niños, (2015).
- xxiv Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Unicef, Programa Mundial de Alimentos. Informe conjunto Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe (2018). Disponible en: <http://www.fao.org/3/CA2127ES/CA2127ES.pdf>
- xxv <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/mar.20796>
- xxvi OPS. Recomendaciones de la consulta de expertos de la OPS sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la Región de las Américas. Washington. (2011)
- xxvii UNICEF. Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe. Panamá. (2015)
- xxviii OPS y OMS; “OPS: posición del MINSA sobre comida chatarra está en línea de acuerdos internacionales”. Disponible online en: https://www.paho.org/per.../index.php?option=com_content&view=article&id=1638:ops-posicion-minsa-sobre-comida-chatarra-linea-acuerdos-internacionales&Itemid=900
- xxix 66ª Sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas. Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Washington, D.C., EUA, (2014). Disponible en: <https://www.paho.org/nutricionydesarrollo/wp-content/uploads/2014/09/Plan-de-Accion-para-la-Prevencion-de-la-Obesidad-en-la-Ninez-y-la-Adolescencia.pdf?ua=1>
- xxx Organización Mundial de la Salud. Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños. Ginebra: OMS; (2010).
- xxxi Organización Panamericana de la Salud. Recomendaciones de la consulta de expertos de la Organización Panamericana de la Salud sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la región de las Américas. Washington, D.C.: OPS, (2011).
- xxxii Comité de los Derechos del Niño, Observación general No 16 sobre las obligaciones del Estado en relación con el impacto del sector empresarial en los derechos del niño, Párrafo 19 y 20, (2013).
- xxxiii Comité de los Derechos del Niño, Observación general No 15 sobre el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud (artículo 24), Párrafo 4.7 (2013).
- xxxiv Id.
- xxxv Institute of Medicine. Food Marketing to Children and Youth: Threat or Opportunity?. Washington, DC: The National Academies Press; (2006). <https://doi.org/10.17226/11514>.



xxxvi Cairns G, Angus K, Hastings G, Caraher M. Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite* (2013); 62:209-15. doi: 10.1016/j.appet.2012.04.017.

xxxvii <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25713968>

xxxviii Mediano Stoltze, F.; Reyes, M.; Smith, T.L.; Correa, T.; Corvalán, C.; Carpentier, F.R.D. Prevalence of Child-Directed Marketing on Breakfast Cereal Packages before and after Chile's Food Marketing Law: A Pre- and Post-Quantitative Content Analysis. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 16, 4501. (2019)

xxxix OMS, *Ingesta de azúcares para adultos y niños* (2015).

xl Food and Drug Administration. The New and Improved Nutrition Facts Label – Key Changes. January (2018).

xli World Cancer Research Fund International (2019). Building momentum: lessons on implementing a robust front-of-pack food label. Disponible en: wcrf.org/frontofpack

xlii Food and Agriculture Organization of United Nations. Handbook on food labelling to protect consumers. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-i6575e.pdf>

xliii OPS/OMS, FAO, Unicef. Carta pública en solicitud a las recomendaciones en materia de etiquetado.

xliv FAO, OMS. *Codex Alimentarius, Directrices sobre etiquetado nutricional*, (2017).