

## **LAS PRÁCTICAS Y LA PUBLICIDAD EN EL CONSUMO DE REFRESCOS EN MEXICANOS.**

Hernández Villarreal María Olivia<sup>1\*</sup>, Ramos Peña Esteban Gilberto<sup>1</sup> Núñez Rocha Georgina Mayela<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Nuevo León, FaSPyN. Monterrey

\*Correo electrónico: marioli.hdz@gmail.com

### **RESUMEN**

Los determinantes y factores tradicionales que repercuten en las prácticas y patrones alimentarios son el ingreso, la geografía, ecología, ambiente sociodemográfico, sin embargo, la publicidad ha tenido una gran participación en la modificación en el consumo de los alimentos. Actualmente se asocia el consumo excesivo de los refrescos a enfermedades crónicas no transmisibles, entre otras a la obesidad y el sobrepeso cuyas cifras de población afectada llega a estar cerca del 75%. Es entonces que se requieren de excelentes orientadores en los temas de alimentación y del fortalecimiento a las políticas sociales alimentarias que establezcan las reglas de la publicidad, dada la inexperiencia y credulidad que tienen principalmente los menores de edad cuando se exponen a la publicidad de alimentos.

**Palabras claves:** publicidad, consumo de refrescos

### **ABSTRACT**

Determinants and factors affecting traditional practices and dietary patterns are income, geography, ecology, socio-demographic environment; however, advertising has played a large part in the change in the consumption of food. Excessive consumption of soft drinks is currently associated with chronic non-communicable diseases, including obesity and overweight population whose numbers affected becomes about 75%. It is then that require excellent guidance in the areas of feed and food strengthening social policies that establish the rules of advertising, given the inexperience and credulity are mainly minors when exposed to food advertising.

**Key words:** advertising, sweetened beverages

## Introducción

Existen factores que influyen en la cantidad, variedad, calidad y tipo de alimentos y bebidas disponibles y accesibles para su consumo, entre los que destacan los factores geográficos, climáticos, políticos y económicos. Por otro lado están aquellos factores que influyen en la toma de decisiones y la elección individual de los alimentos en base a la oferta disponible entre los que destacan los aspectos sociales, culturales, tradicionales, nivel educativo de los padres, nivel de información y concientización (Esteban, 2004).

Las prácticas y patrones de alimentación de las personas tienden a experimentar pequeños cambios cuando las condiciones ecológicas, socioeconómicas y culturales de la familia permanecen constantes a través del tiempo. Sin embargo, esto no ha sido lo general y los cambios han sido de gran impacto en las prácticas alimentarias derivadas de los cambios en los estilos de vida tanto al interior como al exterior de las familias. Los cambios suceden y tienen mayor impacto en los hogares de áreas metropolitanas debido a que los cambios son más intensos y con mayor velocidad modificando los estilos de vida y por ende patrones y prácticas alimentarias. Uno de los principales factores que influyen en los patrones de consumo es la publicidad, en conjunto con otros factores, contribuye a una especie de educación informal, no siempre correcta, que influye efectivamente en la estructura del gasto del consumo alimentario de los diferentes grupos sociales. (Morón & Schejtman, 1997)

México, es el país con el mayor consumo de refrescos a nivel mundial y también es el

país con el primer lugar en obesidad. Es de suma importancia conocer los patrones de alimentación de la población, para analizar el contexto en el que se están desarrollando estas problemáticas. Así se podrán hacer políticas y estrategias de seguridad alimentaria que garanticen una alimentación de buena calidad para la población, especialmente para los niños que son el futuro de la sociedad (Secretaría de Salud, 2013)

Es importante analizar hasta qué punto la publicidad impacta en la toma de decisiones alimentarias, particularmente de los niños, las cuales forman parte de las prácticas y patrones alimentarios, y que en última instancia determinan el estado nutricional de las personas.

## Prácticas y patrones alimenticios

Las prácticas alimentarias abarcan complejas interacciones o relaciones de orden bioquímico, termodinámico, metabólico, así como también de orden psicológico, pero, sobre todo, social y cultural. Estos últimos están relacionados y fuertemente influenciados por condiciones económicas, sociales y ambientales. La necesidad de alimentarse está indiscutiblemente ligada a las condiciones variables de existencia y se modifica por la manera como los seres humanos, organizados en sociedad, valoran los procesos alimenticios (Uribe, 2006). La práctica alimentaria está condicionada por el marco cultural (Gaínza, 2003). El proceso de alimentación comprende desde la selección de ingredientes hasta la combinación que se efectúa con ellos, pasando por el empleo de condimentos, el proceso de la preparación de alimentos

responde a las condiciones culturales de la población.

Lo que una sociedad puede considerar como normal o deseable, otra lo puede considerar como repulsivo e inaceptable. También se presenta la influencia de la religión que puede llegar a prohibir el consumo de ciertos platos (Latham, 2002).

Existen factores que influyen en la cantidad, variedad, calidad y tipo de alimentos disponibles y accesibles para su consumo, entre los que destacan los factores geográficos, climáticos, políticos y económicos. Por otro lado están aquellos factores que influyen en la toma de decisiones y la elección individual de los alimentos en base a la oferta disponible entre los que destacan los aspectos sociales, culturales, tradicionales, nivel educativo de los padres, nivel de información y concientización (Esteban, 2004).

Determinar las prácticas y los patrones alimentarios implica conocer lo que la población consume de manera cotidiana. Además, estos permiten entender los factores asociados al consumo de alimentos y provee el contexto en que se desarrollan las problemáticas nutricionales. (Ramos P. E., y otros, 2005). Los principales factores que influyen en los patrones de consumo son los ingresos, los cambios sociodemográficos, la incorporación de servicios en la alimentación, la publicidad, y además factores nutricionales, psicológicos y culturales vinculados al consumo alimentario (Morón & Schejtman, 1997)

Al plantear estrategias alimenticias es importante considerar que éstas no deben

enfocarse únicamente en asegurar acceso a los alimentos, sino también deben intentar conseguir un consumo de cantidades adecuadas de alimentos seguros y de buena calidad, los cuales componen una dieta saludable. Hay que tomar en cuenta que cualquier recomendación para esto, tendrá implicaciones en la cadena alimenticia. Por eso, es útil examinar las tendencias en los patrones de consumo de alimentos. (FAO, 2003)

Según Ramos et al. (2005) en Nuevo León (entidad federativa en el noreste mexicano y frontera con USA) en el año 2000 los refrescos representaban el tercer alimento/bebida más consumido por las familias neoleonesas.

La Secretaria de Salud Nuevo León, situaba en el 2011 el consumo de refrescos en el cuarto lugar, sin embargo aumentó un 10.7% respecto al 2000. Se estimó que en los niños de 2 a 9 años el 80.2% consumían refresco y de ellos el 40.2% lo hacían a diario, mientras que los de 10 a 19 años lo consumieron el 83.4% y de ellos el 54.0% lo realizó diariamente, en los adultos de 20 a 59 lo consumieron el 69.6% y de ellos el 50.6% lo realizó a diario y, finalmente en los adultos mayores el 73.5% lo consumió y de ellos el 49.7% a diario, probablemente estos porcentajes no reflejan el lugar que ocupan en las tablas de consumo por grupos de edad, ya que en los grupos mencionados, el consumo de refrescos fueron el 12°, 8°, 17° y 15° respectivamente (Secretaria Estatal de Salud Nuevo León, 2012). Cabe mencionar que en Nuevo León está la ciudad con mayor consumo a nivel mundial per cápita, de refresco de cola (Business Monitor International, 2014).

De hecho, según datos del INEGI, en promedio una familia mexicana destina 10% de sus ingresos totales a la compra de refrescos. Esto es alarmante al considerar que este tipo de bebidas implican daños para la salud, y al ser una bebida calórica puede suplir el consumo de otros alimentos que son saludables. Esto último puede observarse con los datos arrojados por un estudio del 2006 que señala que el 30% de la energía diaria consumida por niños de 5 a 11 años provenía de bebidas dulces caseras, refrescos y bebidas dulces industrializadas. Cifras similares se obtuvieron en otros grupos de edad. (Toribio, 2013).

El consumo de bebidas azucaradas está causando el 1.2% de las muertes relacionadas a obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares a nivel mundial, en México, el consumo de refresco causan 4,100 muertes al año, es decir, el 12.1% de todas las muertes por diabetes y enfermedades cardiovasculares y cánceres relacionados a la obesidad (Mozaffarian, 2011)

Por otro lado, el consumo de refresco ha aumentado en México a lo largo de los años. Según un estudio en el que se compararon datos de la Encuesta Nacional de Nutrición 1999, y la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012, hubo un aumento en el consumo de bebidas calóricas, y además estas fueron unas de las principales fuentes de energía de población. (Stern, Piernas, Barquera, Rivera, & Popkin, 2014)

### **Contacto con la Publicidad de alimentos y bebidas**

En cuanto al tiempo frente a las pantallas que destinan los mexicanos, el 33% de los niños y adolescente reportó estar un máximo de 120 minutos (recomendación de pasar máximo dos horas frente a la pantalla), el 39.3% más de 120 minutos y el 27% pasó a 240 minutos o más, en los adolescentes, el 63.9% la cantidad fueron 120 minutos o más y el 51.4% de los adultos refieren 120 minutos o más (INSP, 2013).

Los medios de comunicación, especialmente la televisión, contribuyen a una especie de educación informal, no siempre correcta, que influye en la estructura del gasto del consumo alimentario de los diferentes grupos sociales. La correlación de otros factores como el nivel educacional y socioeconómico influye también en esto. En diversos estudios se han encontrado que las amas de casa pobres compran periódicamente diversos productos anunciados por la televisión, muchas veces para satisfacer preferencias de los niños inducidas por este medio, que no tienen que ver con el valor nutritivo y pueden significar una inversión importante del presupuesto familiar. (Morón & Schejtman, 1997)

En el año 2010, el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición “Salvador Zubirán” reveló que México era el país con la mayor cantidad de anuncios de alimentos con alta densidad energética, difundidos por televisión. El estudio “La desnutrición infantil y obesidad en la pobreza en México” señalaba que en 2010 si un niño pasaba en promedio dos horas diarias frente a la televisión habría visto más de 12 mil 400

anuncios de alimentos con alta densidad energética en un año. (Secretaría de Salud, 2013)

En la Ciudad de México se hizo un estudio entre julio y octubre 2007 que reveló que la publicidad de alimentos fue mayor durante los programas infantiles que durante la programación dirigida a la audiencia general (25.8% vs. 15.4%). Asimismo se encontró que los alimentos más anunciados durante los programas infantiles y de audiencia general fueron las bebidas con azúcar añadida (34.5%). (Pérez, Rivera, & Ortiz, 2010)

Entre diciembre 2012 y abril 2013, se llevó a cabo otro estudio por el INSP para explorar la publicidad de alimentos y bebidas consumidos por niños y adolescentes en canales de comunicación, lugares de venta y consumo de alimentos y bebidas, medio de transporte y escuelas. Se encontró que los alimentos y bebidas más promocionados en diferentes canales de comunicación fueron las botanas dulces, bebidas azucaradas y productos lácteos con azúcar adicionada. Se observó que los niños están expuestos a anuncios en programas de televisión dirigidos a público adulto. Cabe destacar que se encontró que el 23.3% de los anuncios de televisión abierta corresponden a alimentos y bebidas. En las tiendas de conveniencia, los productos más promocionados fueron las bebidas azucaradas (26.1%). (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013)

La encuesta realizada a niños encontró que el 80% de ellos ve televisión toda la semana, incluyendo horario nocturno (38.4%). También se observó que entre los programas

favoritos de los niños están las series de televisión (46.2%) y las telenovelas (44.2%). (INSP)

La publicidad no ayuda a las decisiones de los padres de promover un ambiente de alimentación más sano si el ambiente en el que están sus hijos no ayuda. La publicidad es una manera en que los niños están expuestos diariamente a información sobre alimentos y bebidas no sanas. De hecho, el 87% de los padres mexicanos de niños entre 6 y 16, considera que la publicidad de alimentos para niños influye en lo que deciden comprar sus hijos. (Alianza por la Salud Alimentaria, 2013)

Los conocimientos, creencias, actitudes y prácticas alimentarias adecuadas pueden mantener un buen estado nutricional, para este propósito la comunicación social es el conjunto de normas que determina como interactúan los individuos de una misma cultura. La modificación de estas normas es el fin último de la educación nutricional dirigida a las comunidades. La educación alimentaria y nutricional consiste en intervenciones dentro del campo de la comunicación social, con el propósito de lograr cambios voluntarios de hábitos nutricionales no deseables a fin de mejorar el estado nutricional de la población. (Morón & Schejtman, 1997), por ello, un programa de educación alimentaria y nutricional debe basarse en el estudio de las conductas, actitudes y prácticas del grupo social en cuestión. Sólo las estrategias que emplean multimedios, utilizando diversos canales de comunicación, con permanencia en el tiempo y evaluación de los resultados pueden lograr un gran cambio.

Es de suma importancia que exista una regulación efectiva en México que permita marcar límites a la industria alimenticia, que controle los contenidos nutricionales y calidad de los alimentos producidos por la industria (Alianza por la Salud Alimentaria, 2013). Asimismo, debe existir un buen etiquetado con información adecuada para el consumidor, de esta manera la publicidad no será la que oriente la decisión de consumir alimentos poco saludables, especialmente los dirigidos a niños quienes se caracterizan por su inexperiencia y credulidad.

### Conclusiones

Las prácticas y patrones alimenticios indican los alimentos y bebidas consumidos por una población. En México, existe el grave problema del consumo excesivo de refrescos, lo cual se evidencia con el primer lugar mundial de consumo per cápita de refresco. Los principales problemas que esto implica radican en daños a la salud por esta bebida, así como el reemplazo de calorías provenientes de alimentos nutritivos por el de calorías “vacías” que aportan los refrescos. El consumo excesivo de calorías que no aportan nutrientes, se traduce en una baja calidad en la dieta. De ahí la importancia de analizar el trasfondo de dicha problemática, ya que su solución mejoraría en última instancia el estado nutricional de las personas.

Uno de los factores determinantes que promueven la práctica alimenticia de consumo de refresco es la publicidad, pero habría que preguntarse ¿cuál es la ponderación que tiene la publicidad, frente a la falta de ingresos, de educación, y los ambientes sociodemográfico o cultural?

Para analizar el consumo de refresco, es importante tomar en cuenta el contexto sociodemográfico de México. Hay que reconocer que el problema de consumo de refrescos no es meramente un problema de educación, aún y cuando esta si tenga un fuerte impacto, también deben considerarse los recursos, tanto económicos como naturales, para entender el patrón de consumo de refrescos.

En México, 22 millones de personas no cuentan con agua potable y resulta valioso tomar lo anterior en cuenta para poder atacar el problema desde distintos ángulos y, principalmente desde su raíz. Es importante considerar al elaborar políticas y estrategias de salud, que en el problema del consumo de refresco la publicidad contribuye y se ampara en un gran problema multicausal que incluye el acceso al agua.

En cuanto a la publicidad de alimentos (Gobierno Federal, 2010), la propuesta para equilibrar el consumo de refrescos radica en:

- a) Promover, mediante leyes y regulaciones, el acceso a agua potable. Esto junto con la promoción y educación necesaria para cuidar de este recurso.
- b) Orientar a la población para que esté en capacidad de tomar decisiones informadas, proporcionando educación nutricional. Asimismo, sumar esfuerzos para la promoción de patrones alimenticios adecuados que sean saludables, sustentables y de acuerdo a la cultura mexicana.
- c) Fortalecer las regulaciones sobre la publicidad de alimentos de alta

densidad energética, incluyendo los refrescos.

com\_content&view=article&id=126&Itemid=194

## Bibliografía

- Acosta, R. S., Hugo Massorbio, E. A., & Silvina Calcagni, M. (2010). Satisfacción con la vida y calidad de la alimentación de ancianos de Córdoba, Argentina, 2007. En F. Peña San Martín, & B. León Parra, *La medicina Social en México IV: Alimentación, cuerpo y corporeidad*. México: Ediciones y Gráficos Eon SA.
- Alianza por la Salud Alimentaria. (2013). Encuesta Nacional Sobre Obesidad. Julio 2013. Recuperado el 29 de January de 2015, de [http://media.wix.com/ugd/d7ff30\\_c70091b5cb6d9aafc00dc57fbbc3717a.pdf](http://media.wix.com/ugd/d7ff30_c70091b5cb6d9aafc00dc57fbbc3717a.pdf)
- Ardouin, J., Bustos, C., & Jarpa, M. (19 de Agosto de 2001). Apsique. Recuperado el 14 de Julio de 2011, de <http://www.apsique.com/wiki/PersMasjn>
- Bussiness Monitor International. (2014). Mexico food and drink report: Includes 5-year forecast to 2018. Londres: Bussiness Monitor International. Recuperado el 10 de Febrero de 2015
- Centro de Investigaciones de la Economía Mundial. (1997). Investigación sobre el desarrollo humano en Cuba 1996. La Habana: Caguayo S.A.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2010). Dimensiones de la seguridad alimentaria: Evaluación estratégica de nutrición y abasto. México: CONEVAL.
- Consejo Nacional de Población. (2005). Consejo Nacional de Población. Recuperado el 7 de Abr de 2011, de [http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=126&Itemid=194](http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=126&Itemid=194)
- Esteban, L. M. (2004). Condicionantes socioeconómicos de los hábitos alimentarios e ingesta de energía y nutrientes en escolares de la población Española. Recuperado el Abril de 2012, de <http://eprints.ucm.es/tesis/far/ucm-t27248.pdf>
- FAO. (2003). Global and regional food consumption patterns and trends. Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases.
- Gaínza, G. (2003). La practica alimentaria y la historia. *Reseña de Costa Rica*, 7(14), 9-12.
- García-Luque, O., la Fuente, M., & Faura, Ú. (Ago de 2009). EBSCO. Recuperado el 3 de Oct de 2011, de <http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=3&hid=110&sid=e3078120-0ace-4fef-980e-3dbc6946f078%40sessionmgr113&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHVybcx1aWQsY29va2llJmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=47596504>
- Garza, d. I., Ramos, P. E., González, R. L., & Berrún, C. L. (Oct-ic de 2008). Consumo de macronutrientes e ingreso económico en familias de Nuevo León. *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 9(4), 1-10.
- Gobierno Federal. (2010). Acuerdo Nacional para la salud alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. México: Secretaría de Educación Pública. Recuperado el 28 de Enero de 2015, de [https://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/635/3/images/guia\\_dir.pdf](https://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/635/3/images/guia_dir.pdf)
- Huitt, W. (2007). Educational Psychology Interactive. Recuperado el 14 de julio de 2011, de <http://www.edpsycinteractive.org/topics/regsyst/maslow.html>

- INSP, I. N. (2013). Evidencia para la Política pública en salud. Cuernavaca. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://ensanut.insp.mx/doctos/analiticos/ActividadFisica.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística, geografía e informática. (2006). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares. Aguascalientes: Gobierno de México.
- Instituto Nacional de Salud Pública. (2013). Publicidad de Alimentos y Bebidas. Recuperado el 25 de January de 2014, de Instituto Nacional de Salud Pública: <http://www.insp.mx/eppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html>
- Instituto Nacional de Salud Pública, Secretaría de Salud. (16 de Mzo de 2011). INSP.MX. Recuperado el 5 de Abr de 2011, de <http://www.insp.mx/encuesta-nacional-salud-y-nutricion-2006.html>
- Juárez, S. L. (2001). Seguridad alimentaria y neoliberalismo. *Revista de los trabajadores*.
- Latham, C. M. (2002). Nutrición Humana en el Mundo den Desarrollo. Depósito de documentos de la FAO(29).
- Martínez Jasso, I., Trevño Cantú, J., & Gómez Meza, M. (2009). Mapas de Pobreza y Rezago Social: Área Metropolitana de Monterrey. Monterrey: Gobierno de Nuevo León.
- Martínez, J. I., & Villezca, B. P. (2003). La alimentación en México: un estudio a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares. *Revista de Información y Análisis*, 3.
- Medina Gómez, O. S., & López Arellano, O. (Agosto de 2011). Asociación de los tipos de carencia y grado de desarrollo humano con la mortalidad infantil en México, 2008. *Cadernos de Saúde Pública: Reports in Public Health*, 27(8), 1603 - 10.
- Menchú E., T., & Santizo, C. (2002). Propuesta para indicadores para la vigilancia de la seguridad alimentaria nutrncional. INCAP. Guatemala: INCAP.
- Morón, C., & Schejtman, A. (1997). Evolución del consumo de alimentos en América Latina. En FAO, Producción y manejo de datos de composición química de alimentos en nutrición. Chile: FAO. Recuperado el 8 de Febrero de 2015, de [www.fao.org: http://www.fao.org/docrep/010/ah833s/ah833s08.htm](http://www.fao.org/docrep/010/ah833s/ah833s08.htm)
- Mozaffarian, D. (11 de November de 2011). Global Burden of disease attributable to sugar sweeten beverages. Recuperado el 29 de Enero de 2015, de <http://alianzasalud.org.mx/wp-content/uploads/2014/11/SSBs-mortality-Mexico-press-conference-11-11-14-distribution.pdf>
- Oseguera Parra, D. (8 de Marzo de 2010). Del campo y la ciudad: percepción social de la (in) seguridad alimentaria. *Estudios sobre las culturas Contemporáneas*, XVI(32), 9 - 40.
- Pérez, S. D., Rivera, M. J., & Ortiz, H. L. (2010). Food advertising in Mexican television: are children more exposed? *Salud Pública de México*, 52(2), 119-126.
- Ramos Peña, E. G., González Rodríguez, L. G., De la Garza Casas, Y., Berrún Castañón, L. N., & Ramos Cavazos, M. T. (Oct - Dic de 2006). Seguridad alimentaria en familias de Nuevo León, México. *Salud Pública y Nutrición*, 7(4), 1 - 8.
- Ramos Peña, E. G., González Rodríguez, L. G., Valdés Lozano, C., Gómez Guzmán, L., Rivera Márquez, J. A., & Berrún Castañón, L. N. (2009). La dimensión alimentaria en la evaluación de la marginación municipal.

- Avances en Seguridad Alimentaria, 1(1), 19 - 28.
- Ramos, P. E., Cantú, M. C., Chavero, T. S., de la Garza, C. Y., & González, R. L. (Abr-Jun de 2009). Canasta básica alimentaria Familiar 2000 vs 2005 en un estado federativo del noreste de México. *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 10(2), 1-10.
- Ramos, P. E., Castro, S. A., de la Garza, C. Y., Berrún, C. L., & González, R. L. (2010). Propuesta de una Política Social Alimentaria para Nuevo León. *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 11(3), 1-10.
- Ramos, P. E., González, R. L., de la Garza, C. Y., Berrún, C. L., & Ramos, C. M. (2006). Seguridad alimentaria en familias de Nuevo León, México. *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 7(4), 1-10.
- Ramos, P. E., Salazar, G. G., Berrún, C. L., & Zambrano, M. A. (Oct-Dic de 2007). Reflexiones sobre el derecho, acceso y disponibilidad de alimentos. 8(4), 1-10.
- Ramos, P. E., Valdés, L. C., Cantú, M. P., Salinas, G. G., De la Garza, C. Y., & Salazar, G. I. (oct - Dic de 2005). Patrón de consumo alimentario familiar en Nuevo León, México. *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 6(4), 1-11.
- Robles, M. (Mzo de 2001). Estratificación socioeconómica de la población del área metropolitana de Asunción. *Economía y Sociedad* 63 - 85(3). Recuperado el 5 de Mzo de 2011, de [www.dgeec.gov.py/MECOVI/E&S3%20-%20Estratificación.pdf](http://www.dgeec.gov.py/MECOVI/E&S3%20-%20Estratificación.pdf)
- Roselló, M. E. (Nov - Dic de 2005). Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México, el derecho a la alimentación: Una reseña. *Cuadernos de Nutrición*, 28.
- Schuh G., E. (2002). Seguridad alimentaria mundial. *Perspectivas económicas*, 7.
- Secretaría de Salud. (2013). Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. Secretaría de Salud. Mexico: Gobierno de la República de México.
- Secretaria Estatal de Salud Nuevo León. (15 de junio de 2012). [www.saludnl.gob.mx](http://www.saludnl.gob.mx). Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de [saludnl.gob.mx/drupal/sites/default/files/encuesta\\_salud\\_y\\_nutricion.pdf](http://saludnl.gob.mx/drupal/sites/default/files/encuesta_salud_y_nutricion.pdf)
- Stern, D., Piernas, C., Barquera, S., Rivera, J. A., & Popkin, B. M. (2014). Caloric beverages were major sources of energy among children and adults in Mexico, 1999-2012. *Journal of Nutrition*.
- Tavares Jean, M., & Junior, S. D. (Ene-Jun de 2010). Corredores da pobreza e ilhas de prosperidade: Uma análise espacial e multidimensional dos níveis de desenvolvimento na região sul do Brasil. Recuperado el 4 de Octubre de 2011, de EBSCO: <http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=3&hid=110&sid=e3078120-0ace-4fef-980e-3dbc6946f078%40sessionmgr113&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHVybCxlYWQsY29va2llJmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=64499782>
- Toribio, L. (2013). Encuesta revela que 8 de cada 10 personas consume refresco. Recuperado el 2015, de Excelsior: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2013/08/27/915736>
- Uribe, M. J. (2006). Las prácticas alimentarias relacionadas con la búsqueda del ideal corporal. El caso de la ciudad de Medellín (Colombia). *Boletín de Antropología*, 20(37), 227-250.