

Quita la obesidad del Menú:

Bebidas más saludables en restaurantes con menús para niños

Salir a comer antes era para una ocasión especial, pero hoy en día, las familias salen a comer a restaurantes con más frecuencia. El 25% de las calorías consumidas por niños vienen de comida-rápida o de otros restaurantes.¹ Esta moda es un problema de salud pública porque el consumo de comida de restaurantes está asociado con el ingerir más calorías y con dietas menos saludables.²

La gran mayoría de las comidas para niños son altas en calorías, nutricionalmente inadecuadas alimentos y bebidas.

- El 86% de las comidas para niños en las cadenas de restaurantes más grandes de la nación, son altas en calorías; muchas de esas comidas también contienen mucho sodio (66%) y grasa saturada (55%).³
- Más de dos tercios de las cadenas de restaurantes más famosas promueven bebidas azucaradas a través de los menús para niños.⁴

A pesar de los riesgos para la salud relacionados con el consumo de los refrescos y otras bebidas azucaradas, la mayoría de las cadenas de restaurantes incluyen bebidas azucarada con las comidas para niños. Con uno de cada tres niños con sobrepeso u obesidad, las bebidas azucaradas no deben ser la bebida automática en las comidas para niños en los restaurantes.

- Los refrescos, jugos, bebidas deportivas y otras bebidas azucaradas son la fuente principal de calorías consumidas en la dieta de los niños, las cuales proporcionan casi la mitad de la ingesta de azúcares de los niños.⁵
- Un estudio realizado por la Escuela de Salud Pública de Harvard encontró que por cada porción adicional de refresco o jugo que consume un niño por día, la posibilidad de sobrepeso se le aumenta a un 60%.⁶



Opciones de desayuno de Burger King Kid's Meal

- El consumo de bebidas azucaradas puede desplazar a alimentos más sanos en la dieta de los niños, como la leche baja en grasa, que, a diferencia de las bebidas azucaradas, proporciona nutrientes esenciales, incluyendo proteínas, calcio, potasio, magnesio, vitamina D, y vitamina A.⁷
- Un estudio realizado por la Universidad de Tufts, Escuelas de La Ciencia Nutricional y Medicina Dental, encontró que por cada 4 oz adicionales de bebidas azucaradas consumidas por día, las probabilidades de que un niño tenga problemas dentales graves aumenta en un 14%. Cada 8 oz adicionales aumenta las posibilidades de tener graves problemas dentales en un 139%.⁸

Empresas de comida rápida se dirigen a los niños y adolescentes con \$ 714 millones de dólares en la comercialización y la promoción de productos, marcas y juguetes para niños desde los 2 años.⁹ Los restaurantes se dirigen a los niños en las escuelas, en la televisión, en Internet y en sus restaurantes, entre otros lugares. Ellos utilizan la propaganda para dar forma a las preferencias y la elección de alimentos de los niños, entre otras cosas dar forma a lo que los niños piensan que es un comida alimenticia. Los estudios demuestran que la exposición repetida a la comida rápida y refrescos, a través de la publicidad, la comercialización y el consumo, cultiva un patrón de consumo a futuro y una preferencia para esas comidas rápidas y alimentos similares.¹⁰

Apoyo para los padres, Protección para los niños

Los restaurantes les han quitado la capacidad a los padres para alimentar a sus hijos de manera saludable cuando se comercializan directamente hacia los niños dándoles otra opción automáticamente. Los restaurantes deben trabajar con los padres, no contra ellos.



Subway's Fresh Fit for Kids' Meals ofrece leche baja en grasa o sin grasa o agua como la bebida incluida.

Los restaurantes han logrado algunos adelantos en las comidas de los niños, pero el progreso ha sido modesto y lento. Entre el 2008 y el 2012, el porcentaje de las comidas que cumplieron con los estándares de nutrición establecidos subió solo del 1% al 3%.³ Por lo tanto, los estados y comunidades tienen que exigir que los restaurantes avancen más en las opciones de comidas saludables. Mejorando la calidad nutritiva de la comida para niños en los restaurantes es una responsabilidad que debe ser compartida por el estado, las comunidades, los restaurantes y los padres.

Hay varios restaurantes de comida rápida que ya han tomado la iniciativa al ofrecer únicamente bebidas saludables con las comidas de los niños, incluyendo McDonalds, Burger King, Wendy's, y Dairy Queen en el 2015, uniéndose a Subway, Chipotle, Arby's, y Panera, que además no incluye las bebidas azucaradas en los menús de los niños.

Con los índices de obesidad infantil tan altos, los estados y las comunidades pueden apoyar a los padres en ayudar a los niños a elegir alimentos más saludables, y exigiendo que los restaurantes ofrezcan bebidas más saludables con las comidas para los niños.

Los municipios generalmente tienen la autoridad para regular los productos comerciales y prácticas para proteger la salud, la seguridad del público y del bienestar general. Enfocarse en las comidas de los restaurantes de los niños es un ejercicio básico de esa autoridad. Los padres tienen el derecho a guiar la elección de alimentos de sus hijos sin tanta interferencia de las grandes corporaciones de alimentos.

Para más información comuníquese con el Centro de las Ciencias de Interés Público:
nutritionpolicy@cspinet.org.

¹ Lin B and Morrison RM (2012). Food and Nutrient Intake Data: Taking a Look at the Nutritional Quality of Foods Eaten at Home and Away From Home. *Amber Waves*, vol. 10, pp. 1-2.

² Powell LM and Nguyen BT (2013). Fast-food and Full-service Restaurant Consumption Among Children and Adolescents: Effect on Energy, Beverage, and Nutrient Intake. *JAMA Pediatrics*, vol. 167, pp. 14-20.

³ Batada A and Wootan MG. *Kids' Meals II: Obesity on the Menu*. Washington, D.C.: CSPI, 2013.

⁴ Yale Rudd Center for Food Policy and Obesity. *Fast Food F.A.C.T.S.* New Haven, CT: Rudd Center, 2013.

⁵ U.S. Department of Agriculture and U.S. Department of Health and Human Services. *Dietary Guidelines for Americans, 2010*. 7th Edition, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

⁶ Ludwig DS, et al (2001). Relation between Consumption of Sugar-Sweetened Drinks and Childhood Obesity: A Prospective, Observational Analysis. *Lancet*, vol. 357, pp. 505-508.

⁷ Lasater G, et al (2011). Beverage Patterns and Trends among School-aged Children in the U.S., 1989-2008. *Nutr J*, vol. 10, pp. 103.

⁸ Evans EW, et al (2013). Dietary intake and severe early childhood caries in low-income, young children. *J Acad Nutr Diet*, vol. 8, pp. 1057-61.

⁹ Federal Trade Commission [FTC] (2012). *A Review of Food Marketing to Children and Adolescents. Follow Up Report*.

¹⁰ Cornwell T, McAlister A (2011). Alternative Thinking about Starting Points of Obesity. Development of Child Taste Preferences. *Appetite*, vol. 56, pp. 428-439.