

**BEWARE:** Sugary drink companies use many methods to get you to buy their products, including<sup>4</sup>:

- Cartoon mascots
- Celebrity endorsements
- Toys and giveaways
- Free samples
- Product placement in movies and on TV
- Promotions and deals with other brands and companies
- Corporate donations and sponsorships

**CUIDADADO:** Las compañías de bebidas azucaradas utilizan varios métodos para conseguir que compre sus productos, por ejemplo<sup>4</sup>:

- Mascotas animadas
- Respaldo de celebridades
- Juguetes y regalos
- Muestras gratis
- Colocación del producto en películas y en televisión
- Promociones y acuerdos con otras marcas y empresas
- Donaciones y patrocinios de empresas

<sup>4</sup> Adapted from Healthy Eating Research. Recommendations for Responsible Food Marketing to Children. Minneapolis, MN: Healthy Eating Research; 2015.

What you can do:

**AVOID SUGARY DRINKS AND DO NOT SERVE THEM TO CHILDREN.** Drink and serve healthier beverages, like NYC tap water. It's tasty, free and good for you.

Lo que usted puede hacer:

**EVITE LAS BEBIDAS AZUCARADAS Y TAMPOCO LAS SIRVA A LOS NIÑOS.** Beba y sirva bebidas más saludables, como agua del grifo de la ciudad de Nueva York. Es deliciosa, gratis y buena para usted.



To find out more, go to [nyc.gov/health](http://nyc.gov/health) and search "drink water."

Visite [nyc.gov/health](http://nyc.gov/health) y busque "drink water" (beber agua) para obtener más información.



# SUGARY DRINKS

## ARE MAKING NEW YORKERS SICK

## LAS BEBIDAS AZUCARADAS ESTÁN ENFERMANDO A LOS NEOYORQUINOS





**SUGARY DRINKS** are linked to weight gain, cavities, heart disease and type 2 diabetes.<sup>1</sup>

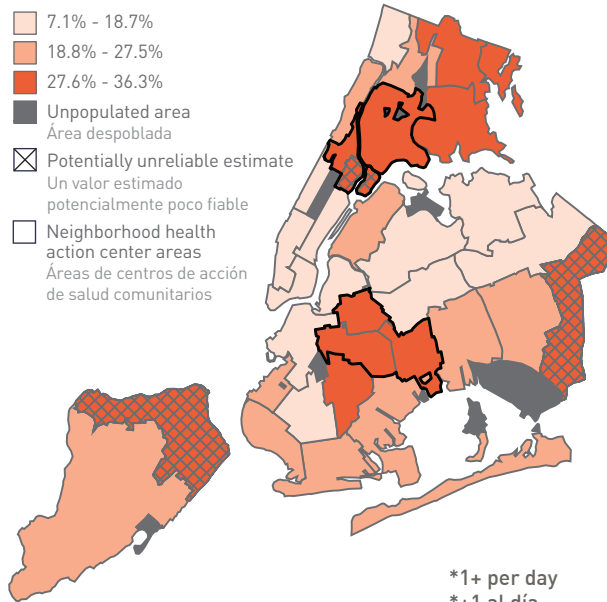
**LAS BEBIDAS AZUCARADAS** están relacionadas con el aumento de peso, caries, enfermedad del corazón y diabetes tipo 2.<sup>1</sup>

Sugary drink consumption\* is **TOO HIGH** and varies **BY NEIGHBORHOOD**.<sup>2</sup>

El consumo de bebidas azucaradas\* es **DEMASIADO ALTO** y varía **SEGÚN EL VECINDARIO**.<sup>2</sup>

Sugary drink consumption by neighborhood  
Consumo de bebidas azucaradas por vecindario

- 7.1% - 18.7%
- 18.8% - 27.5%
- 27.6% - 36.3%
- Unpopulated area  
Área despoblada
- Potentially unreliable estimate  
Un valor estimado potencialmente poco fiable
- Neighborhood health action center areas  
Áreas de centros de acción de salud comunitarios



\*1+ per day  
\*+1 al día

Beverage companies **AGGRESSIVELY ADVERTISE** unhealthy products.

Las compañías de bebidas **ANUNCIAN AGRESIVAMENTE** productos no saludables.



In 2013, beverage companies spent **HUNDREDS OF MILLIONS OF DOLLARS** on sugary drink advertising.<sup>3</sup>

En 2013, las compañías de bebidas invirtieron **CIENTOS DE MILLONES DE DÓLARES** en la publicidad de bebidas azucaradas.<sup>3</sup>



Sources / Fuentes:

- 1 Cut back on sugary drinks. Centers for Disease Control and Prevention website. <http://www.cdc.gov/nutrition/data-statistics/sugar-sweetened-beverages-intake.html>. Accessed March 3, 2017.
- 2 New York City Department of Health and Mental Hygiene. Epiquery: NYC Interactive Health Data System - Community Health Survey 2016. <http://nyc.gov/health/epiquery>.
- 3 Rudd Center for Food Policy and Obesity. Sugary Drink FACTS, 2014. <http://www.sugarydrinkfacts.org/> Accessed March 3, 2017.