

LA PREVALENCIA DE VIOLACIONES AL CÓDIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA EN MÉXICO

A pesar de los grandes beneficios de la lactancia materna (LM) para la salud de la madre y niño/a, y en economía para las familias y los gobiernos, a nivel global la lactancia materna exclusiva (LME) hasta el sexto mes de vida, está por debajo de las recomendaciones.¹ En México, la LME se redujo de 22,3% en 2006 a 14,5% en 2012. Las acciones integradas en la Estrategia Nacional de Lactancia Materna, que se realizan de manera coordinada en las instituciones de salud, han contribuido a incrementar la LME a 30,8% en 2015, según la Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Mujeres (ENIM), lo que representa un gran avance, sin embargo, todavía la prevalencia dista mucho de lo ideal y de la meta global aprobada por la Asamblea Mundial de la Salud² (AMS).

Entre los factores relacionados con la práctica de la LM en la población mexicana, se ha identificado el aumento en el consumo de fórmulas, de otras leches y del agua. La inadecuada comercialización de los sucedáneos de la leche materna, contribuye a la disminución de la lactancia materna exclusiva y continuada. Para proteger la LM, en 1981, los Estados Miembros de la Organización Mundial de la Salud (OMS), incluyendo México como país miembro, aprobaron el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna (CICSLM), desde entonces, la AMS ha aprobado 14 resoluciones subsecuentes, que afirman y clarifican el Código.

Con el objetivo de ayudar a los Estados Miembros y a la sociedad civil para el fortalecimiento del monitoreo del CICSLM y sus resoluciones posteriores, así como el cumplimiento y monitoreo eficaz de la legislación nacional sobre el CICSLM, la OMS en 2014, estableció una Red Mundial para el Monitoreo y el Apoyo de la Adhesión al Código (NetCode, por sus siglas en inglés) e invitó a México, para participar en la aplicación de un nuevo protocolo que suministra herramientas prácticas y orientación para poder establecer sistemas eficaces de monitoreo, que ayudarán a eliminar la

comercialización inapropiada de los alimentos para lactantes y niños pequeños, así como para evaluar regularmente el nivel de cumplimiento del CICSLM y las medidas nacionales. México es el primero de 8 países que ha concluido la primera fase del estudio, a continuación se presentan brevemente los resultados del **“Estudio para Estimar la Prevalencia de Violaciones al Código Internacional de los Sucédáneos de la Leche Materna en dos entidades federativas de Estados Unidos Mexicanos”**.

El estudio se llevó a cabo bajo el liderazgo y coordinación de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud a través del Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, con el apoyo financiero y técnico de la Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud y el Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF). El Instituto Nacional de la Salud Pública de México llevó a cabo la ejecución del estudio, el análisis, y presentación de los resultados.

EL ESTUDIO SE CONFORMÓ DE TRES COMPONENTES:

- 1) Investigación transversal en establecimientos de salud (públicos y privados) y puntos de venta en municipios de Puebla y Chihuahua

Se seleccionaron unidades de salud pública en forma aleatoria, mientras que las privadas, se eligieron a conveniencia. Los puntos de venta fueron referidos por la comunidad encuestada, cercanos al establecimiento de salud seleccionado para el estudio. Se recolectó información actual y de seis meses previos a la encuesta, acerca de recomendaciones, promociones, muestras, contactos, cupones y publicidad empleada por parte de empresas productoras de fórmulas infantiles, tanto en madres de niños menores de 24 meses, como con directivos y trabajadores de salud de las unidades seleccionadas. Asimismo, se documentó publicidad en general, en las unidades de salud y puntos de venta por medio de fotografías o copias de la misma.

- 2) Verificación y análisis de etiquetas e insertos
Con base en una lista de productos inventariados en ambos estados, se acudió a puntos de venta para la toma de fotografías o se adquirieron para el análisis del etiquetado, con el fin de realizar una evaluación del contenido de información presentada en la etiqueta o inserto. Se examinó cada artículo inventariado en campo, a fin de identificar posible incumplimiento al CICSLM en cuanto al etiquetado de los sucedáneos de la leche materna.

- 3) Monitoreo de la publicidad en televisión abierta e internet dirigido a la población mexicana.
Se identificaron las principales páginas web de las comercializadoras de sucedáneos de leche materna en México, y se evaluó la información e imágenes presentadas. Asimismo, se identificaron en las páginas web, las principales redes sociales de las empresas (Facebook, Twitter y material disponible en YouTube), y se evaluó el contenido, promociones vigentes y contacto con el público, entre otros aspectos. En el caso de la televisión, se grabó diariamente por 15 días, los cuatro principales canales de televisión abierta, en horarios de alto rating de sintonización. El análisis fue de tipo descriptivo por empresa, tipo de producto y medio de publicidad.

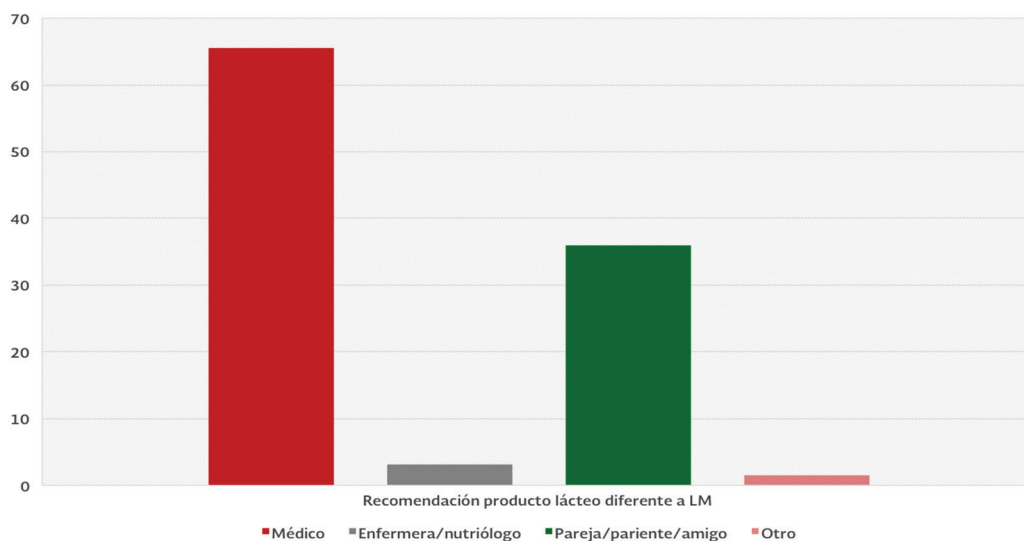
RESULTADOS

1) ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y PUNTOS DE VENTA

Se visitaron 48 unidades de salud públicas y privadas, 51 puntos de venta y se alcanzó una muestra de 693 madres de niñas/niños menores de 24 meses de edad (de estos 357 madres tenían niñas/niños menores de 6 meses de edad). Los establecimientos de salud públicos fueron de primer nivel de atención, en contraste, con las privadas que fueron en su mayoría clínicas a las que las mujeres asistían para consulta de revisión de sus hijas/os.

Cerca de la mitad de las madres encuestadas reportaron haber recibido recomendaciones de alimentar a su hija/o con algún producto lácteo y aunque las recomendaciones de fórmula infantil cambian de acuerdo al grupo de edad, se observó que la fórmula de inicio fue el producto más recomendado a las madres de menores de 12 meses, siendo el médico la principal figura en brindar la recomendación de producto lácteo, ver Gráfica 1.

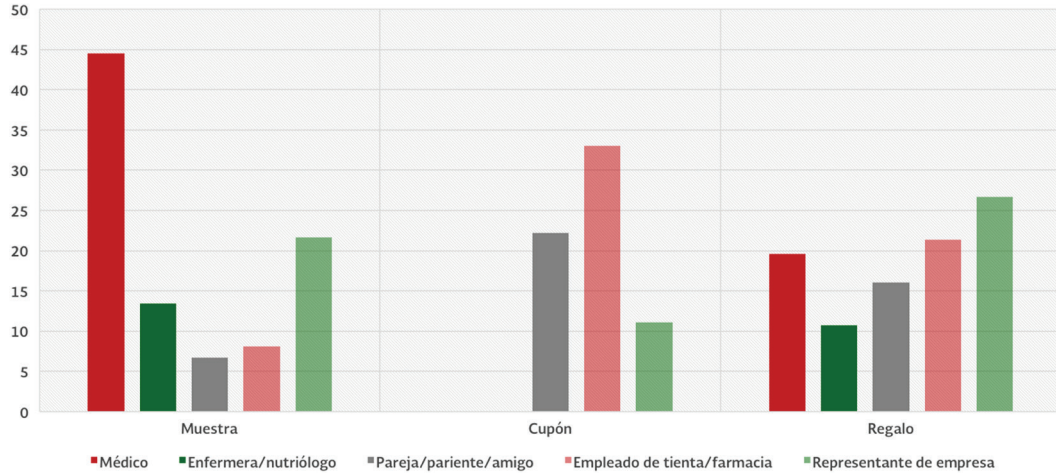
Gráfica 1. Proporción de madres que recibieron recomendación de uso de sucedáneos (n=319)



Un poco más del 10% de las mujeres encuestadas, reportaron haber recibido una muestra de sucedáneos y 8,5% haber recibido algún regalo sobre productos lácteos o biberones; en 52% de los establecimientos de salud visitados, se encontró publicidad de productos infantiles, en su mayoría en forma de carteles y más del 80% del total de participantes

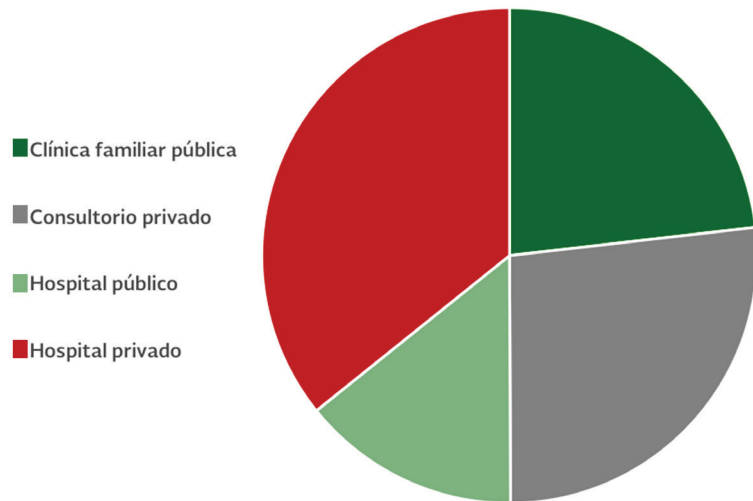
mencionaron haber visto publicidad sobre sucedáneos de leche materna, en medios de comunicación, principalmente Nestlé y Mead Johnson. Los médicos y representantes de empresas son quienes en su mayoría entregaron muestras de sucedáneo, los cupones y regalos fueron entregados por empleados de tiendas o farmacias y representantes de empresas respectivamente, ver gráfica 2.

Gráfica 2. Distribución de muestras, cupones o regalos de empresas de sucedáneos.



En la consulta privada se presentaron mayores prevalencias de recomendación de producto lácteo diferente a la leche materna y entrega de muestras de sucedáneo. (Gráfica 3)

Gráfica 3. Proporción de entrega de muestras de sucedáneo



En cuanto a conocimientos del CICSLM y las medidas nacionales para su implementación y monitoreo, entre el 40 y 55% del personal de salud reportó tener conocimientos. Menos del 30% habían tenido alguna capacitación sobre el Código y las medidas nacionales, y más del 90% reportó haber tenido capacitación reciente sobre lactancia materna.

2) VERIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE ETIQUETAS E INSERTOS

De los productos inventariados (n=190), 48% fueron fórmulas infantiles, 50% fueron alimentos industrializados complementarios para mayores de seis meses de edad y 2% fueron suplementos o agua embotellada.

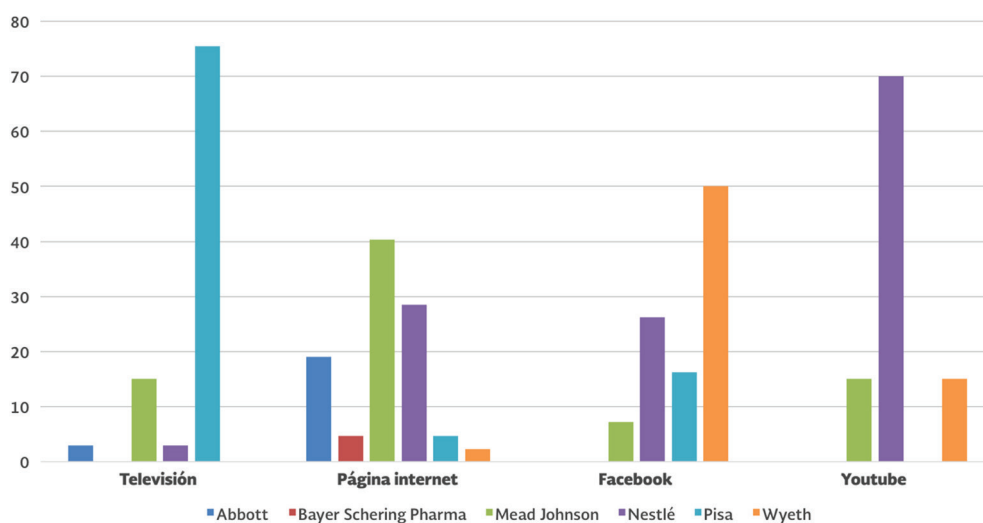
Más del 90% de las etiquetas analizadas de fórmulas infantiles no cumplían con el CICSLM, que señala que las etiquetas de los productos deben “facilitar toda la información indispensable acerca del uso adecuado del producto y de modo que no induzcan a desistir de la lactancia natural” (ejemplo: uso de texto o imagen que idealiza el uso de sucedáneos de leche materna), y cerca de un 10% de los productos no declaran la superioridad de lactancia materna como lo señala el CICSLM.

De los alimentos comercializados dirigidos a los menores de 24 meses, más del 90% contiene declaraciones de propiedades nutritivas y/o saludables, contienen invitación a comunicares con la empresa, a través del teléfono, página de internet o correo electrónico; y 30% incluyen imágenes o texto que idealizan el uso de biberón o chupón en su empaque.

3) MONITOREO DE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ABIERTA E INTERNET DIRIGIDO A LA POBLACIÓN MEXICANA.

Se encontraron incumplimientos al CICSLM en contenido, textos, imágenes, mecanismos para activar las ventas; así como, con la búsqueda de contacto e interacción con madres y mujeres embarazadas a través de la televisión, páginas web y redes sociales.

Gráfica 4. Publicidad en medios de comunicación



El análisis se dificulta ante la múltiple cantidad de información y constante cambio en internet. No obstante, se encontró alta presencia de productos dirigidos a niños menores de 24 meses, acompañados de imágenes y leyendas engañosas o que incitan al uso del sucedáneo para casi todas las marcas y tipos de productos.

CONCLUSIONES

Se encontraron claros incumplimientos al CICSML, se corroboró la presencia de distribución de muestras gratuitas, regalos y mercadotecnia (publicidad y promociones) en medios de comunicación y puntos de venta; así como el contacto de las empresas con las unidades de salud que atienden a la población infantil. Más del 90% de las etiquetas analizadas de fórmulas infantiles inducen a desistir de la lactancia materna y cerca de un 10% de los productos no declaran la superioridad de la lactancia materna. En el monitoreo de internet redes sociales y televisión, se concluye que existe presencia de publicidad de sucedáneos de la leche materna que viola lo establecido en el CICSML.

Por lo anterior, es de gran relevancia la vigilancia y cumplimiento permanente del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna sus resoluciones posteriores y de las medidas nacionales aplicables, ya que existe evidencia del impacto negativo que la promoción y comercialización inadecuada de sucedáneos ocasiona en las prácticas de lactancia materna.