



**IBERO** CIUDAD DE MÉXICO **20** AÑOS **EQUIDE**  
Investigación con Impacto Social

# Profesionales de la salud: actor clave en la promoción, protección y apoyo de la lactancia materna

*Captura de profesionales de la salud en México:  
El caso de las formulas infantiles comerciales*

**Dra. Sonia Hernández Cordero**  
**EQUIDE, Universidad Iberoamericana**



# Reconocimiento

Dr. Rafael Pérez Escamilla

Dra. Cecilia Tomori

Dra. Mireya Vilar Compte

Mtra. Vania Lara Mejía

Lic. Natalia Rovelo Velázquez

Mtra. Bianca Franco Lares

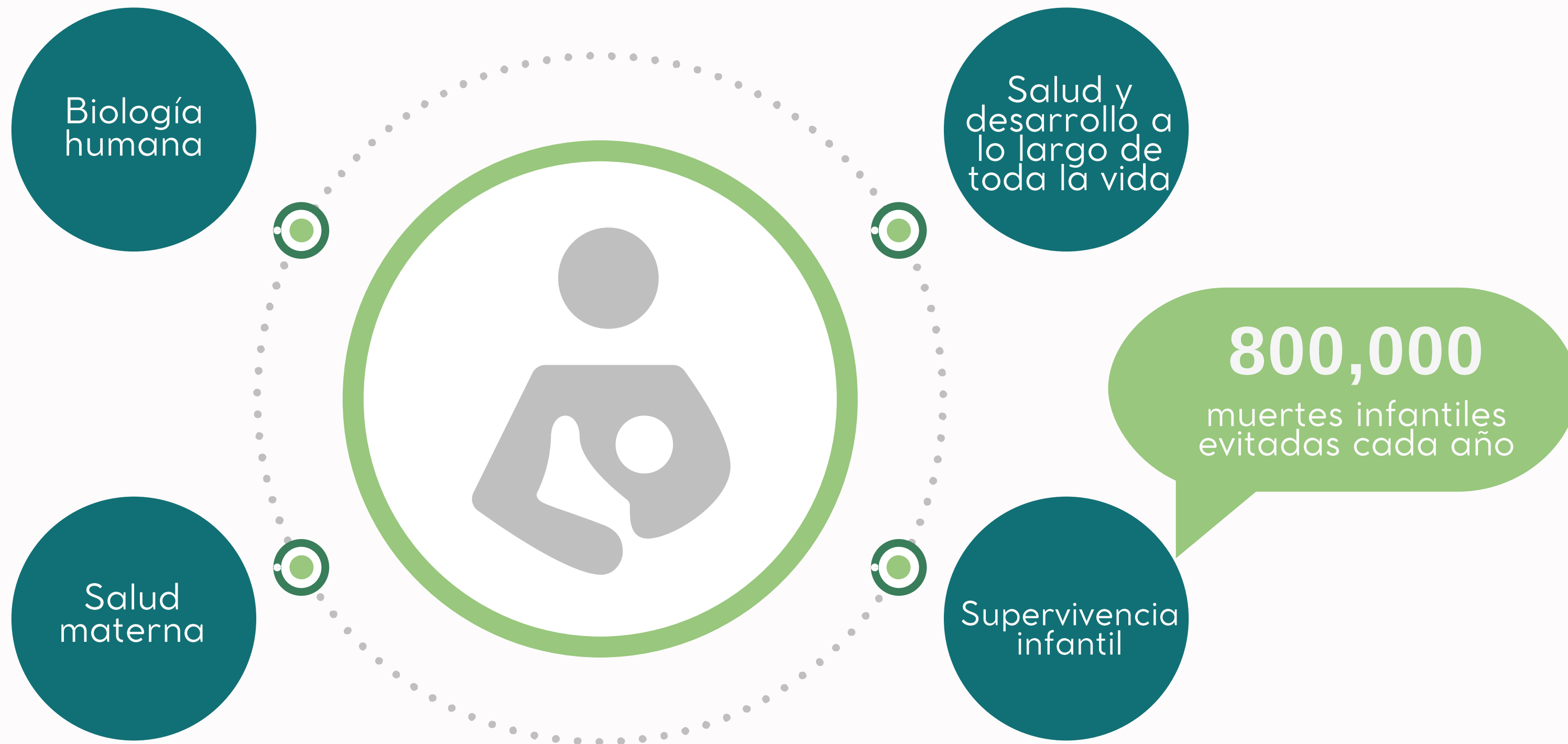
Dra. Ana Lilia Lozada Tequeanes



# Contenido

- 1 Antecedentes
- 2 Estrategias de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (Fórmulas Comerciales Infantiles - FCI)
- 3 Promoción de FCI por parte de los profesionales de la salud y regulaciones en el país sobre el tema
- 4 Percepción y conocimiento del personal de salud sobre lactancia y temas de conflictos de interés
- 5 Papel de los profesionales de la salud en la toma de decisión de las prácticas de alimentación infantil
- 6 Conclusiones y mensajes principales

# Lactancia materna: fundamental para la Salud Pública



# Factores estructurales de la lactancia materna

## Principales factores estructurales



FCI: Fórmulas Comerciales Infantiles

# Antecedentes



Las estrategias de comercialización de formulas comerciales infantiles (FCI) influyen en las decisiones, creencias y actitudes hacia la Lactancia materna .

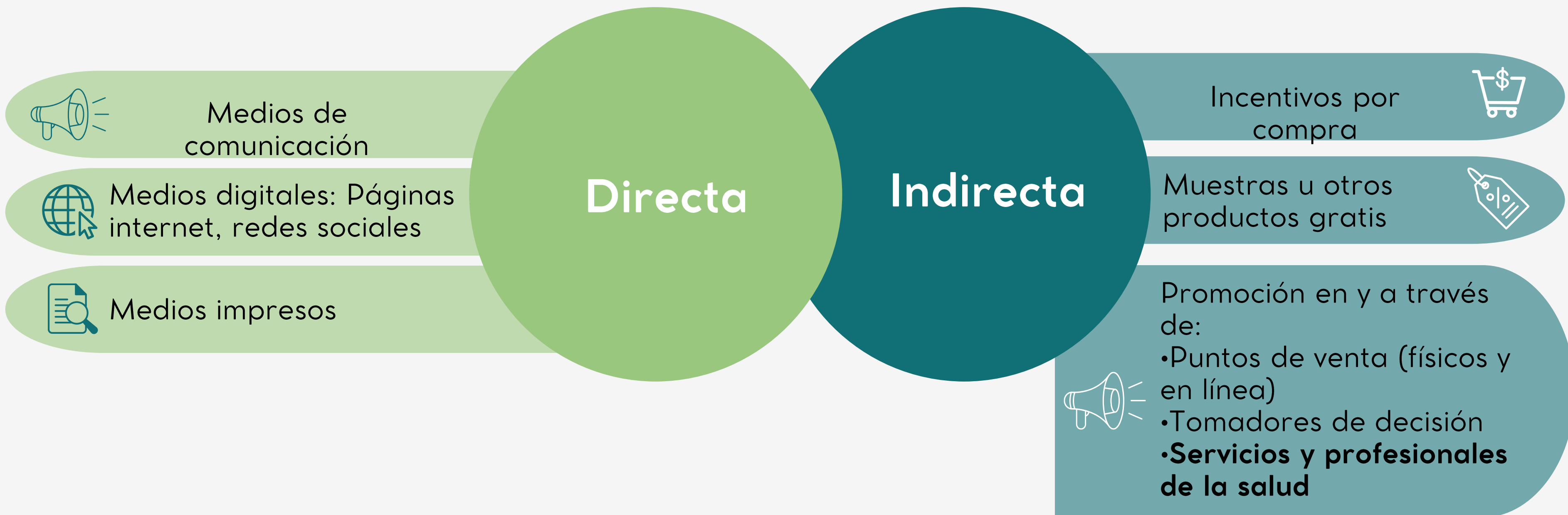
La comercialización de FCI afectan de forma negativa las recomendaciones sobre prácticas de alimentación infantil.



Las mujeres embarazadas y madres de niños pequeños son más vulnerables a las estrategias de comercialización de FCI y pueden afectar su derecho a la libre elección informada.



# Estrategias de comercialización de fórmulas comerciales infantiles

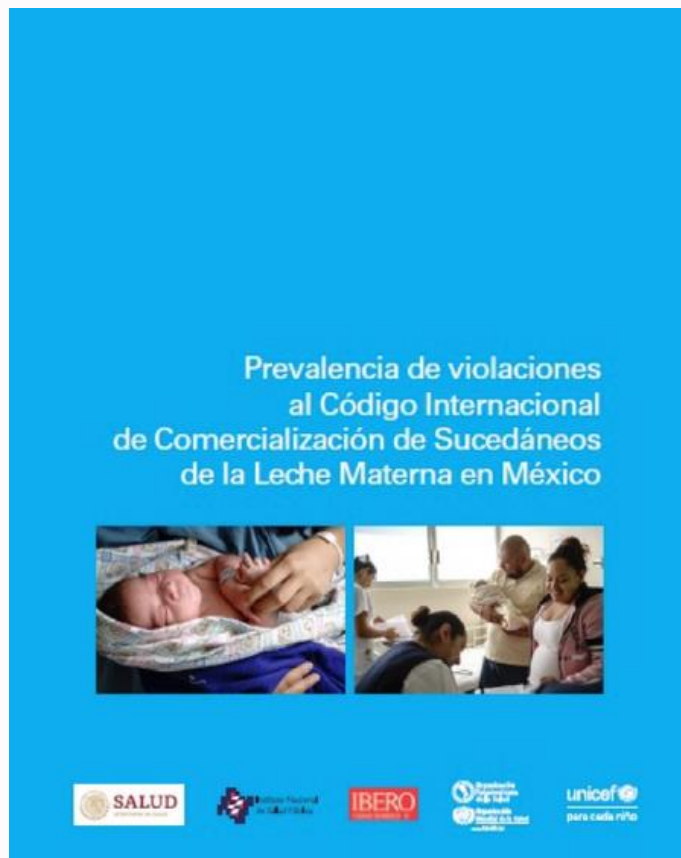




# Reporte

Universidad Iberoamericana,  
UNICEF. Prevalencia de  
violaciones al Código  
Internacional de  
Comercialización de  
Sucedáneos de la Leche  
Materna en México. Ciudad de  
México, 2020. Disponible en:  
[https://www.unicef.org/mexico/  
media/3731/file/Documento%2  
0prevalencia.pdf](https://www.unicef.org/mexico/media/3731/file/Documento%20prevalencia.pdf)

Hernández-Cordero S, et al.  
Violations of the  
International Code of  
Marketing of Breast-milk  
Substitutes in Mexico.  
*Maternal and Child Nutrition*.  
2018;e12682.  
[https://doi.org/10.1111/  
mcn.12682](https://doi.org/10.1111/mcn.12682). ISSN: 1740-  
8709





# Resumen metodológico



## Objetivo del estudio:

Estimar la prevalencia de violaciones al código internacional de los sucedáneos de leche materna en los estados de Chihuahua y Puebla.



## Tipo de estudio:

Estudio transversal.



Existencia de publicidad de sucedáneos de la leche materna (SLM) en unidades de salud y puntos de venta, conocimiento del código entre personal médico y contacto de los productores de SLM con personal médico, publicidad y promoción recibida por parte de las madres.



Madres de niños menores de 24 meses y personal de salud.

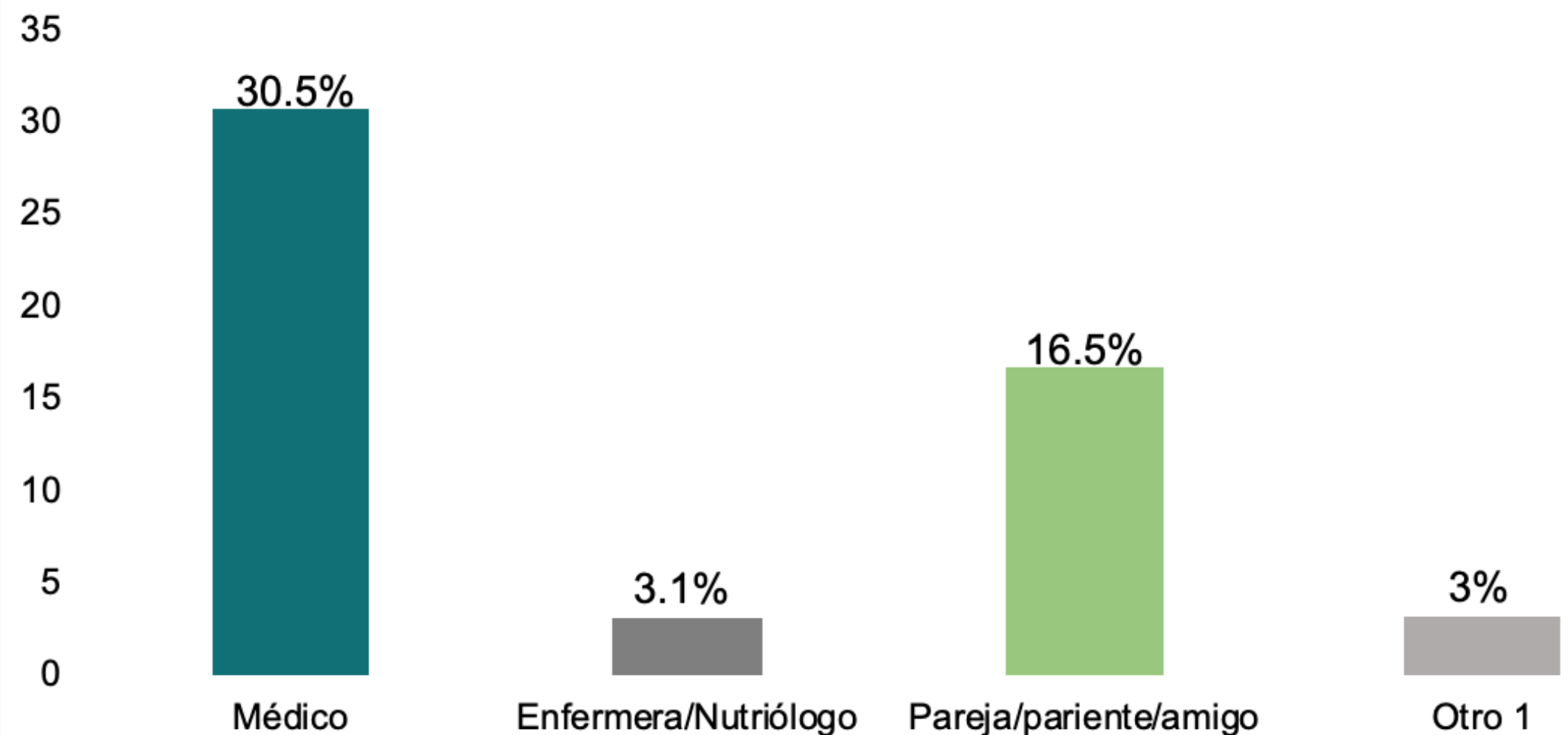
# Mujeres con niños/niñas menores de 24 meses (n= 688)

**46.5%**

(IC 95%: 42.9-50.3)  
informaron haber recibido  
recomendación sobre uso de  
sucedáneos de la leche  
maternal- incluyendo FCI

FCI: Fórmulas Comerciales Infantiles

## ¿Quién lo recomendó? (n= 319)



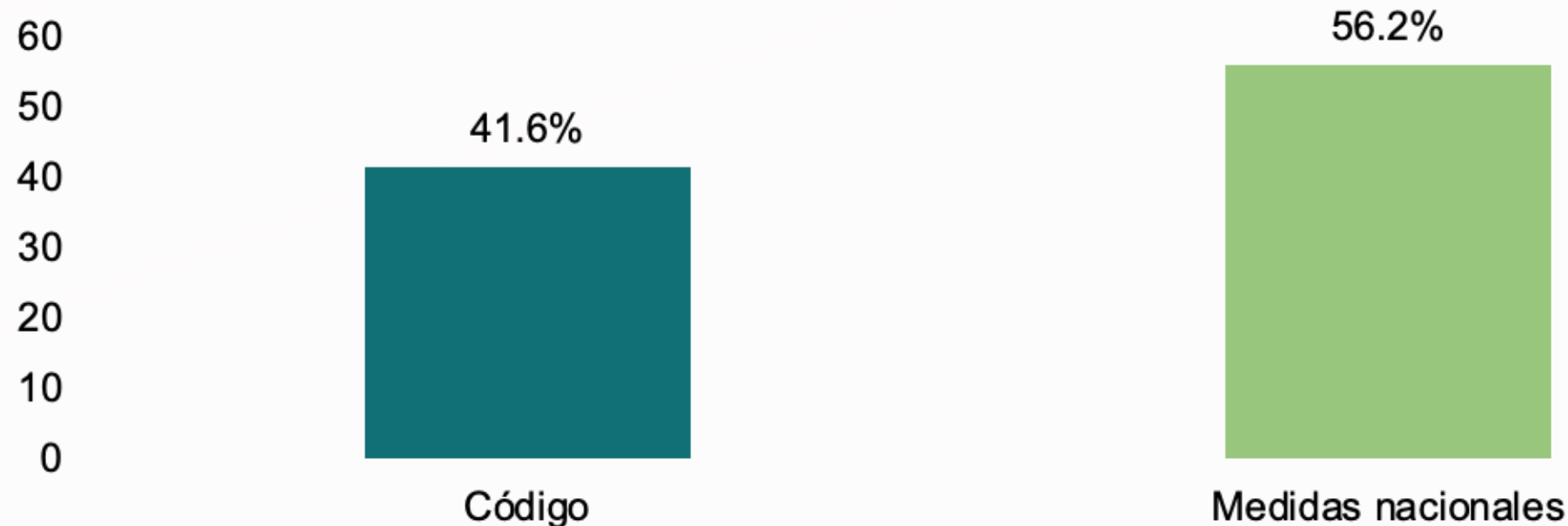
1 Otro : Empleado de tienda o farmacia, representante de empresa, no recuerda.

# Unidades de salud y personal de salud (n= 48)

**9 (15.5%)**

unidades de salud reportaron recibir al menos una visita de representantes de compañías productoras de sucedáneos.<sup>1</sup>

## Conocimiento de lo estipulado en el Código y medidas nacionales entre profesionales de la salud (n=48)



Tiempo promedio de capacitación sobre lactancia y código:  
**1-1.6 años**

1: Fue reportado con mayor frecuencia en hospitales privados que en públicos.



# Resumen de resultados

## No violación al Código, pero importante atender



### Mujeres

Mujeres entrevistadas reportaron haber recibido recomendaciones sobre el uso de sucedáneos (en los últimos seis meses), por personal de salud (médico) y familiares.



### Personal de salud

Gran porcentaje de personal de salud no conoce el Código ni las medidas para su implementación.-  
Reportaron contacto con compañías productoras de FCI

# Estudio multicéntrico de la Organización Mundial de la Salud

## Académicos en México:

- Sonia Hernández Cordero
- Mireya Vilar-Compte
- Rafael Pérez-Escamilla



# Lugar del studio multicéntrico





# Preguntas de investigación

¿Cuál es el panorama de la comercialización de los sucedáneos de la leche materna en diferentes países?



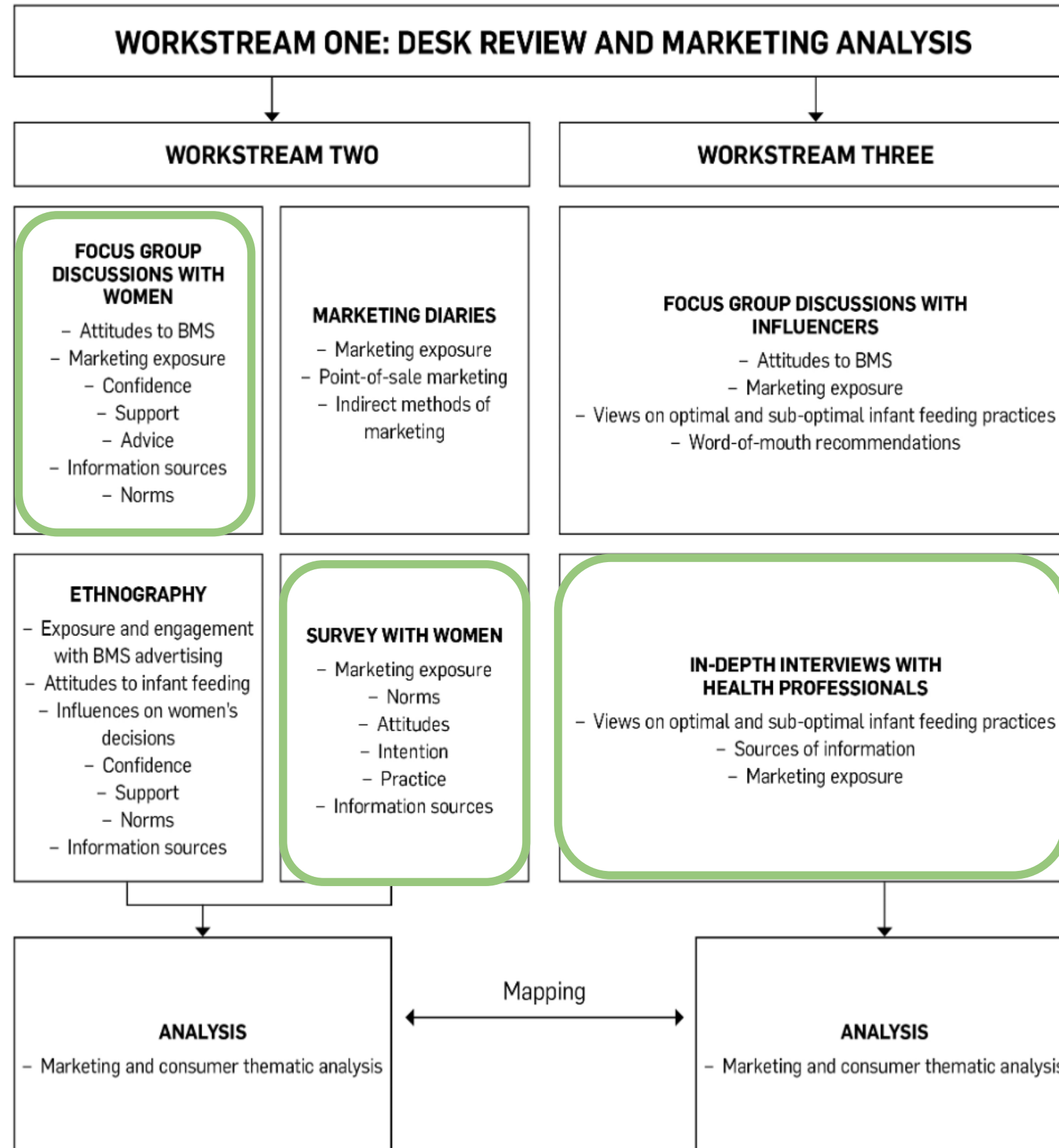
¿Cuál es la perspectiva de los profesionales de la salud sobre la comercialización?



¿Cuál es la actitud de las mujeres sobre la comercialización de formulas comerciales infantiles?



# Resumen metodológico



# Exposición a promoción de sucedáneos de la leche materna

RESEARCH

Open Access



## Exposure to marketing of breastmilk substitutes in Mexican women: Sources and scope

Sonia Hernández-Cordero<sup>1\*</sup>, Mireya Vilar-Compte<sup>2</sup>, Ana Cristina Castañeda-Márquez<sup>3</sup>, Nigel Rollins<sup>4</sup>, Gillian Kingston<sup>5</sup> and Rafael Pérez-Escamilla<sup>6</sup>

### Abstract

**Background:** Aggressive and unregulated marketing of breastmilk substitutes (BMS) results in increased child morbidity and mortality. Unregulated BMS marketing is a major public health concern because it encourages formula consumption at the expense of breastfeeding. This study aimed to identify the sources and characterize the nature of exposure to marketing of BMS among Mexican mothers of children under 18 months of age. As a secondary objective we explored potential association between exposure to BMS marketing and infant feeding practices.

**Methods:** Cross-sectional study, comprising a pre-piloted survey, was conducted between February 2020 to February 2021 with Mexican mothers of children under 18 months of age ( $n = 754$ ), in two major cities in Mexico. Mothers were selected according to their current infant feeding practices (Breastfeeding only vs. Mixed feeding). We characterized the different BMS marketing sources and scope, and related them with infant feeding practices. In addition, we used logistic regression models to estimate the odds ratio for infant feeding practices by BMS marketing exposure or recommendation.

**Results:** Mothers reported different sources of exposure to BMS promotion, including BMS advertisements in diverse media channels (41.6%), recommendation by a healthcare professional and/or relative (76.2%), and receiving a BMS sample at a hospital (18.6%). By contrast, only 36.5% recalled hearing or seeing breastfeeding information the previous year. The odds of mixed feeding were substantially higher, compared to breastfeeding, when mothers were recommended to use a BMS by doctors/pediatricians (OR: 3.96, 95% CI: 2.00, 7.83). Having seen or heard breastfeeding information in the previous year was associated with a lower risk of mixed feeding compared to breastfeeding only (OR: 0.59, 95% CI: 0.35, 0.99).

**Conclusions:** Mexican mothers of young children in the metropolitan areas studied were highly exposed to BMS marketing and through different mass media channels and inter-personal sources. Health care professionals, particularly doctors/pediatricians, are a source of BMS promotion that are likely to have a strong influence on maternal decisions about infant feeding practices. There is an urgent need to protect mothers and their families against unregulated BMS promotion through mass media channels and directly by influential individuals, including health care providers.

\*Correspondence: [sonia.hernandez@ibero.mx](mailto:sonia.hernandez@ibero.mx)

<sup>1</sup> Research Center for Equitable Development EQUIDE, Universidad Iberoamericana, Prolongación Paseo de la Reforma 880, Lomas de Santa Fe, 01219 Mexico City, Mexico  
Full list of author information is available at the end of the article

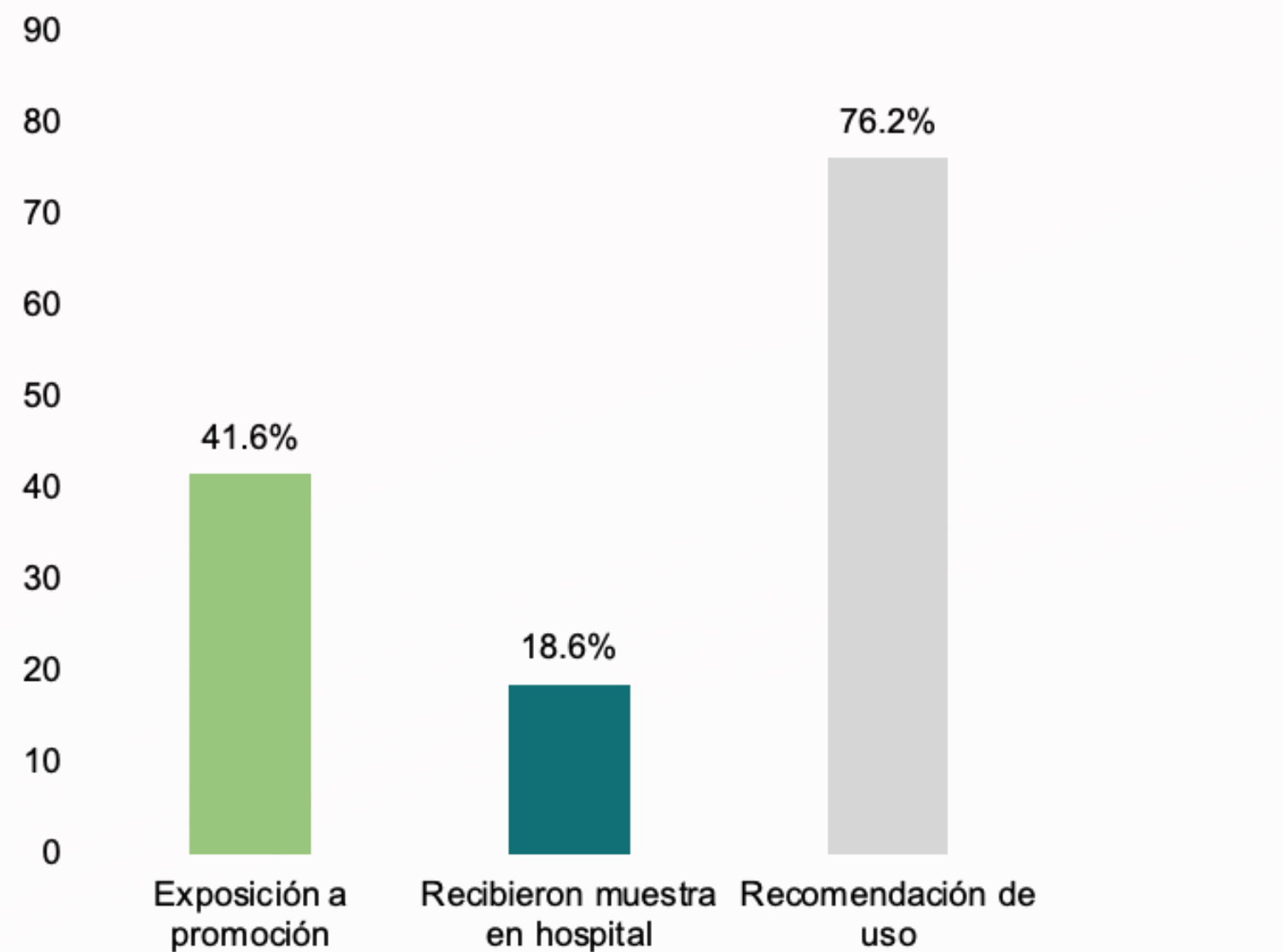


© The Author(s) 2022. **Open Access** This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons licence and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>. The Creative Commons Public Domain Dedication waiver (<http://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/>) applies to the data made available in this article, unless otherwise stated in a credit line to the data.

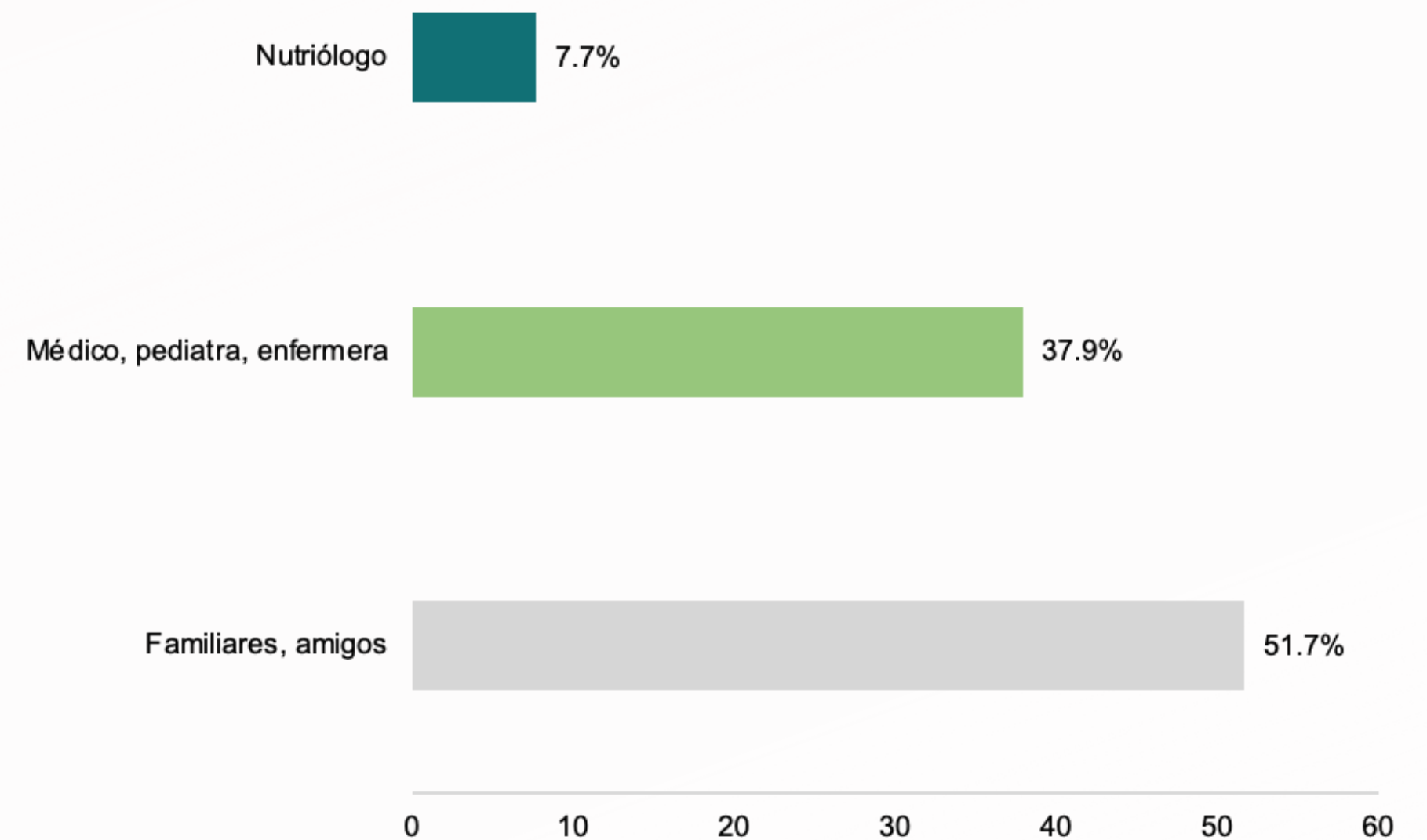


# Promoción de sucedáneos de la leche materna

Exposición a promoción de sucedáneos de la leche materna



Recomendación de uso de sucedáneo de la leche materna, México



# Recomendación de uso de sucedáneos de la leche materna <sup>1</sup>

	Lactancia mixta <sup>2</sup>		
	OR	IC 95%	Valor p
Nutriólogo <sup>‡</sup>	0.96	0.34 - 2.70	0.94
Doctor/Pediatra <sup>‡</sup>	3.96	2.00 - 7.83	<0.0001
Familiar <sup>3,†</sup>	1.69	1.00 - 2.87	0.04

1: Regresión logística

2: Grupo comparación: Lactancia materna únicamente

3: Madre, suegra, compañero/esposo, amigo de la familia.

†Ajustado por: Trabajo remunerado, edad y educación maternal, experiencia previa de lactancia, edad del bebé

# Conclusiones

Poco conocimiento del Código y legislaciones nacionales entre profesionales de la salud.



Profesionales de la salud como una fuente importante de promoción de sucedáneos de la leche materna.

La recomendación del personal de salud sobre las prácticas de alimentación de los niños pequeños influyen en las decisiones de la madre y familia.



Si un profesional de salud recomienda el uso de fórmula, es más probable que la madre decida la introducción de dichos productos.



# Mensajes principales

1

A nivel mundial, los **profesionales de la salud** son la **principal fuente de información** sobre salud y alimentación durante los primeros años de vida.

2

Los **profesionales de la salud** pueden desempeñar un papel fundamental en la promoción, protección y apoyo a la lactancia materna. Si proporcionan una orientación inexacta o tienen percepciones negativas sobre la lactancia, **pueden minar la confianza de las madres** y hacer que cuestionen el valor de la misma.

3

Este papel de los **profesionales de la salud** en las **decisiones** de las madres y sus familias sobre el tipo de alimentación que ofrecerán a sus hijos/hijas es conocido por las compañías productoras de fórmulas comerciales infantiles, por lo que gran parte de sus **estrategias de comercialización van enfocadas a los profesionales de la salud**.

# Mensajes principales

4

En México, aunque la normatividad actual estipula que las compañías productoras de fórmulas comerciales infantiles no deben contactar a los profesionales de la salud, hay evidencia que muestran lo contrario.

5

Si bien, los **profesionales de la salud** saben y consideran que la lactancia materna es la mejor forma de alimentar a los recién nacidos y niños pequeños, la evidencia muestra que ellos son **una de las principales fuentes de promoción de fórmulas comerciales infantiles en México.**

6

Considerando la credibilidad con la que cuentan los **profesionales de la salud entre las madres y sus familias** sobre las recomendaciones relativas a la salud y la alimentación de los recién nacidos y los niños pequeños, es fundamental que tengan los **conocimientos necesarios para promover, proteger y apoyar la lactancia materna, incluyendo temas de conflicto de intereses**

# ¡Muchas gracias!

**Dra. Sonia Hernández Cordero**

✉ [sonia.hernandez@ibero.mx](mailto:sonia.hernandez@ibero.mx)

🐦 @sonialhc

