

Informe

IV MONITOREO DE CUMPLIMIENTO

**Ley de Comercialización de los Sucedáneos
de la Leche Materna (Decreto No. 66-83)
y su Reglamento (Acuerdo
Gubernativo No. 841-87)**
2ª Edición



El presente documento es propiedad del **Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social**, cualquier reproducción total o parcial del mismo debe ser solicitado por escrito a la Jefatura del Departamento de

Regulación de los Programas de Atención a las Personas -

Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional PROSAN

5ª Avenida 11-40 Zona 11 Col. El Progreso.

Tels. 2440 – 6600 / 2322 – 8383 ext. 243

Informe

IV MONITOREO DE CUMPLIMIENTO

**Ley de Comercialización de los Sucedáneos
de la Leche Materna (Decreto No. 66-83)
y su Reglamento (Acuerdo
Gubernativo No. 841-87)**
2ª Edición

AUTORIDADES

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

Dr. Carlos Enrique Soto Menegazzo
Ministro de Salud Pública y Asistencia Social

Lic. José Gustavo Arévalo Henríquez
Viceministro Administrativo

Dr. José Roberto Molina Barrera
Viceministro Técnico

Dr. Mario Alberto Figueroa Álvarez
Viceministro de Hospitales

Dr. Julio Humberto García Colindres
Viceministro de Atención Primaria

Dr. Arnaldo Bringuez Aragón
Dirección General Sistema
Integral de Atención en Salud - SIAS -

Dra. Karla Pamela Chávez Cheves
Dirección General de Regulación,
Vigilancia y Control de la Salud - DGRVCS -

Dra. Carmen Xiomara Castañeda Colindres
Departamento de Regulación de los
Programas de Atención a las Personas - DRPAP -



AGRADECEMOS LA COLABORACIÓN DE:

Comité organizador del monitoreo:

Licda. Celeste de Guerra, PROSAN/MSPAS

Licda. Lourdes Fajardo, PROSAN/MSPAS

Dra. Vilma Chávez de Pop, IBFAN Guatemala

Licda. Maira Ruano, OPS Guatemala

Licda. María Antonieta González, INCAP

Consultor:

Dr. Fernando Vallone, Ministerio de Salud de Argentina

Elaboración del informe:

Licda. Ruth Estrada, PROSAN/MSPAS

Licda. Lourdes Fajardo, PROSAN/MSPAS

Licda. María Antonieta González, INCAP

Revisión del informe:

Dr. Miguel Angel Soto, Jefe del Departamento de Pediatría, Hospital Pedro de Bethancourt, Antigua Guatemala

Licda. Marion Kolbe, Nutricionista del Banco de Leche Humana, Hospital Pedro de Bethancourt, Antigua Guatemala

Dr. Francisco Chew, Promoción y Desarrollo de Hospitales/MSPAS

Dra. Vilma Chávez de Pop, IBFAN Guatemala

Licda. Maira Ruano, OPS Guatemala

Edición del informe:

Licda. Lourdes Fajardo, PROSAN/MSPAS

Licda. María Antonieta González, INCAP

Diagramación del informe:

Sr. Carlos Fernando Castellanos

Sección Desarrollo Editorial - DRPAP

Por el apoyo técnico y económico para la realización de éste monitoreo en sus diferentes procesos:

OPS/OMS e INCAP.

Resumen Ejecutivo

Resumen Ejecutivo

La lactancia materna es la base de la vida, aportando beneficios para la salud de la madre y de la niña/niño, a corto y largo plazo; por lo cual debe ser promovida como norma cultural y de conducta y no como algo intercambiable con la alimentación artificial. La decisión sobre cómo alimentar al lactante no debería describirse como una elección vinculada al estilo de vida sino como una elección vinculada a la reproducción que promueve de manera óptima la salud del binomio madre- hija/hijo durante la vida.

El Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, adoptado por la Asamblea Mundial de la Salud hace más de 30 años (1981), fue creado en respuesta a la preocupación en torno al hecho de que la comercialización inapropiada de los sucedáneos de la leche materna (SLM) causaba gran cantidad de muertes infantiles. El Código y las posteriores resoluciones relevantes de la Asamblea, consisten en las políticas de base de todo esfuerzo para proteger, promover y fomentar la lactancia materna.

En Guatemala, en 1983 se aprobó la Ley de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto Ley 66-83) y en 1987, el Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87); siendo uno de los países pioneros a nivel mundial y de Latinoamérica en implementar el Código. En el Reglamento se encarga al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y sus dependencias, el control del uso y consumo apropiado de los sucedáneos de la leche materna y de los alimentos infantiles complementarios, así como la supervisión de los sistemas de información sobre la alimentación de las madres y la/el niña/niño a nivel nacional.

Como parte de la vigilancia se han realizado tres monitoreos nacionales del cumplimiento de la Ley y su Reglamento, (1991, 1999, y 2008); cuyos resultados han servido para recordar al gobierno y a las instituciones públicas y privadas, su responsabilidad de proteger a los consumidores más vulnerables; denunciar las irregularidades, amonestar a quienes violan la ley o bien alertarles de su responsabilidad de cumplirla, siendo una herramienta eficaz para apoyar, proteger y promover la lactancia materna en beneficio de la salud del binomio madre-hija/hijo y del desarrollo del país.

El IV Monitoreo Nacional del Cumplimiento de la Ley y su Reglamento, se realizó del 18 al 22 de julio de 2016, e incluyó la región metropolitana, el municipio de Amatitlán del departamento de Guatemala y las cabeceras de los departamentos de Escuintla, Quetzaltenango, Chiquimula y Alta Verapaz (Cobán). Se contó con un equipo de 27 monitores, seleccionados entre las instituciones participantes en el Comité Técnico Nacional de Lactancia Materna; siendo estas DIACO, IBFAN, PROSAN, DRCA, Promoción y Desarrollo de Hospitales, estudiantes de la Universidad Galileo, Cruz Roja e INCAP.

El objetivo general de este monitoreo fue el determinar las violaciones al Decreto Ley 66-83, y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87), respecto a las estrategias de promoción utilizadas por fabricantes y distribuidores de estos productos en comercios, hospitales y clínicas públicas y privadas, etiquetado de los productos, así como la participación del personal de los servicios de salud en estas estrategias.

Entre las conclusiones de este monitoreo están las siguientes, se identificaron todas las estrategias de comercialización prohibidas; las madres y familias continúan siendo influenciadas por los profesionales de la salud para tomar la decisión de introducir los SLM en detrimento de la lactancia materna exclusiva; las compañías productoras y distribuidoras continúan entregando muestras de SLM, incluyendo alimentos complementarios y leches indicadas desde el año de vida, lo que se realiza predominantemente (pero no exclusivamente) en establecimientos de salud, y en general, mediado por el personal de estos servicios; se encontró evidencia de que persiste la publicidad de SLM en los establecimientos públicos y privados de salud; los puntos de venta persisten como importantes espacios de promoción de sucedáneos y alimentos complementarios, desplegando incluso novedosas formas de resaltar marcas y líneas de productos, sin abandonar las clásicas estrategias de exhibidores, ofertas y ventas vinculadas; el uso de internet y de redes sociales para la promoción y comercialización de estos productos con estrategias dirigidas a profesionales de salud y la familia.

Se recomienda analizar nuevas formas de monitoreo y aplicar las sanciones ante incumplimientos detectados fehacientemente ya que todas las empresas productoras y distribuidoras de sucedáneos de la leche materna incumplen la Ley y su Reglamento. Lo anterior refleja que los mecanismos de control vigentes no disuaden a estas empresas, por lo que es vital realizar una estricta vigilancia que imposibilite la distribución de muestras dentro de los servicios de salud ya que es una de las estrategias más redituables y que la industria farmacéutica en general emplea con notable persistencia. Además, se debe fortalecer al Departamento de Regulación y Control de Alimentos para que cuente con recursos para vigilar y velar por el cumplimiento de la Ley. Sumado a esto, socializar permanentemente el Código y la Ley Nacional al personal de los servicios (debido a su alta rotación), vigilar su cumplimiento y realizar una campaña nacional para difundir los contenidos de los instrumentos legales con los que cuenta Guatemala para hacer conciencia de la responsabilidad de los profesionales de salud con relación a su rol respecto a la lactancia materna, dada la confianza que las familias depositan en ellos para el cuidado de la salud de sus hijas e hijos. En este sentido, hacer énfasis en el innegable conflicto de intereses que lleva en muchos casos a incumplir con las responsabilidades inherentes al ejercicio profesional; vigilar el cumplimiento de las resoluciones posteriores al Código, por ejemplo, la cobertura hasta los tres años de edad (A69/7Add.1 13 de mayo 2016).

Se reconoce la importancia de disponer de un espacio de diálogo con las empresas y distribuidoras de los SLM para conocer y cumplir con el Código y la Ley Nacional. Así como la inclusión del tema de lactancia materna, el Código y la Ley Nacional en el currículum de profesionales de salud, de las escuelas formadoras de pre y post grado.

Acrónimos y Siglas

Acrónimos y Siglas

ADEPH	Asociación para el Desarrollo del Potencial Humano
AMS	Asamblea Mundial de la Salud, en inglés WHA
CONAPLAM	Comisión Nacional de Promoción de la Lactancia Materna
DIACO	Dirección de Atención del Consumidor, MINECO
DRCA	Departamento de Regulación y Control de Alimentos, MSPAS
ENSMI	Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil
IBFAN	International Baby Food Action Network (Red Mundial de Grupos pro Alimentación Infantil)
IGSS	Instituto Guatemalteco de Seguridad Social
IHAN	Iniciativa de Hospital Amigo del Niño
INCAP	Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá
ISSALM	Iniciativa de Servicios de Salud Amigos de la Lactancia Materna
LM	Lactancia Materna
MINECO	Ministerio de Economía
MSPAS	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
OMS	Organización Mundial de la Salud
OPS	Organización Panamericana de la Salud
PROSAN	Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional, MSPAS
SESAN	Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional
SIAS	Sistema Integral de Atención en Salud, MSPAS
SLM	Sucedáneos de la leche materna
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
WABA	World Alliance for Breastfeeding Action (Alianza Mundial Pro Lactancia Materna)
WBTi	World Breastfeeding Trends Initiative (Iniciativa Mundial sobre Tendencias de la Lactancia Materna)



Consideraciones Previas

Consideraciones Previas

Para facilitar la lectura de los diversos capítulos, se utilizaron los siguientes términos simplificados:

- Cuando se haga referencia al Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de OMS, se leerá “Código”.
- Cuando se haga referencia a una Resolución de la Asamblea Mundial de la Salud, se leerá “Res. AMS ” seguido del número correspondiente.
- Cuando se haga referencia al Decreto Ley 66-83, se leerá “Ley”.
- Cuando se haga referencia al Acuerdo Gubernativo N°841-87 que reglamenta la Ley, se leerá “Reglamento”.
- Por el uso de instrumentos internacionales para la recolección de datos, se utilizó el término “tetina” para referirse al término “mamón” utilizado en Guatemala en los biberones.



ÍNDICE

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	ANTECEDENTES	3
III.	OBJETIVOS	6
	A. General	6
	B. Específicos	6
IV.	JUSTIFICACIÓN	7
V.	METODOLOGÍA	8
	A. Población del estudio	8
	B. Muestra	8
	C. Tipo de estudio	9
	D. Instrumentos	9
	E. Métodos	10
IV.	RESULTADOS	15
	A. Información de las madres	15
	B. Estrategia de promoción en puntos de venta	17
	C. Estrategias en hospitales, clínicas y con trabajadores de salud	20
	D. Estrategias de promoción de SLM en etiquetas	26
	E. Material de promoción/publicidad	36
VII.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
VIII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
	A. Conclusiones	41
	B. Recomendaciones	43
IX.	BIBLIOGRAFÍA	45
X.	ANEXOS	46
	Anexo 1.	46
	A. Equipo de apoyo	46
	B. Equipos de monitoreo	46
	Anexo 2. Artículo de la Ley y su Reglamento utilizados para el análisis de los datos	47
	Anexo 3. Evidencia fotográfica	53



I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

Guatemala es uno de los países pioneros en revalorizar la lactancia materna; práctica que asegura índices de morbilidad y mortalidad inferiores para todos los recién nacidos y menores de seis meses e iguala las oportunidades iniciales. De igual forma, la introducción oportuna y adecuada de alimentos resulta esencial para reducir el riesgo de morbilidad y mortalidad.

En 1981, la AMS adoptó el Código, en 1983 Guatemala aprobó la Ley (Decreto Ley No. 66-83) y en 1987 su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87), obligando a las autoridades de salud a fomentar, proteger y apoyar la lactancia materna. El Código y la Ley nacional prohíben la publicidad y restringen otras prácticas promocionales para evitar la influencia comercial sobre la alimentación de los lactantes y niños pequeños, empoderando así a las familias para tomar decisiones informadas.

El Código y las resoluciones posteriores relevantes de la Asamblea, constituyen las políticas de base de todo esfuerzo por proteger, promover y fomentar la lactancia materna. Por lo cual, debe existir voluntad política para monitorear permanentemente la ley y sancionar a toda aquella compañía que la viole poniendo sus ganancias por encima de la supervivencia de la población más vulnerable.

Al ser el monitoreo de la Ley una herramienta de vigilancia, los resultados recuerdan a las instituciones públicas, privadas y al gobierno de su responsabilidad de proteger a los consumidores más vulnerables; permiten denunciar las irregularidades, amonestar a quienes violen el Código o bien alertarles de las responsabilidades que tienen con respecto a la comercialización, siendo así una estrategia eficaz para denunciar y obligar a las compañías a comportarse de acuerdo a la Ley. Al velar por el cumplimiento del Código y de la Ley nacional, se minimizan los riesgos de salud para bebés y niños pequeños alimentados artificialmente ya que se exige un etiquetado adecuado de los productos y materiales de información evitando así que productos no apropiados o inadecuados sean usados para la alimentación de bebés y niñas y niños pequeños (1).

El informe de la Iniciativa Mundial Sobre Tendencias de la Lactancia Materna (WBTi), de Octubre 2015 (2) mostró la precaria situación de la niñez en el país, al señalar que: Cinco de cada 10 niños y niñas menores de cinco años sufren desnutrición crónica y ocho de cada 10 infantes indígenas, habitan en los 17 departamentos más afectados por la sequía prolongada.



Con respecto a la Iniciativa de Hospital Amigo del Niño (IHAN), el informe señala que se logró recertificar a cinco maternidades, quedando pendiente la evaluación externa de seis más y de 27 centros de segundo nivel de atención, identificando como principales brechas, la alta rotación de personal de las maternidades, que afecta la continuidad de las políticas y disposiciones; la resistencia al cambio del personal médico; las disposiciones estructurales que dificultan en algunas maternidades la transición conjunta; y el uso de criterios globales en los instrumentos de evaluación en centros de salud y maternidades pequeñas que no se adaptan a ellos.

Con relación a los sistemas de apoyo a la lactancia materna, dicho informe registró que se crearon 33 nuevos espacios amigos de la LM en la red de servicios del MSPAS como resultado de la movilización de la Semana Mundial de la Lactancia Materna.

En lo referente a la implementación del Código el informe indicó que la aplicación de la Ley ha sido efectiva en los últimos dos años, con personal sensibilizado y actuando en protección de la alimentación infantil pero identificó brechas como la falta de voluntad política para la aplicación de la ley, el cambio constante de las autoridades directivas en DRCA y la no priorización del tema, por lo que recomendó la necesidad de oficializar los instrumentos de monitoreo, de sensibilizar a las nuevas autoridades sobre la protección de la LM, de empoderar a las madres, familias y grupos de la sociedad civil como garantes de su aplicación, así como dar a conocer la Ley utilizando estrategias de movilización social.

Con el objetivo de determinar el cumplimiento del Decreto Ley y su Reglamento, se han realizado tres monitoreos nacionales con intervalos de 8 y 9 años entre los informes (1991, 1999, 2008). El IV Monitoreo se realizó en julio del 2016, cuyos resultados se muestran en el presente informe.



II. Antecedentes

II. ANTECEDENTES

Las prácticas de alimentación correctas para lograr un estado de salud óptimo, juegan un papel fundamental. La lactancia materna es la base de la vida, aporta beneficios para la salud del binomio madre - hija/hijo, tanto a corto como a largo plazo. El no practicar la lactancia materna exclusiva al igual que la comercialización inadecuada de SLM y productos relacionados, representan factores de riesgo importantes de morbilidad y mortalidad en lactantes y niños pequeños, así como en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles; aunado a la introducción inoportuna e inadecuada de la alimentación complementaria (3) continúan representando la principal amenaza para la salud y la supervivencia infantil en todo el mundo. Los riesgos de no recibir lactancia materna, son mucho más pronunciados en la niñez, las repercusiones duran toda la vida y son, entre otras, los malos resultados escolares, una productividad reducida y las dificultades de desarrollo intelectual y social. Por esta razón la lactancia materna se debe promover como norma cultural y de conducta, no como algo intercambiable con la alimentación artificial (4).

Según datos de la OMS, el inicio temprano de la LM, en la primera hora de vida, su sostenimiento en forma exclusiva hasta los seis meses de edad, y su continuidad hasta los dos años o más podría salvar unas 800.000 vidas anuales; más que cualquier otra intervención preventiva (5). A nivel mundial menos del 40% de los lactantes menores de seis meses reciben leche materna como alimentación exclusiva (6).

Según datos reportados en la VI Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil 2014-2015 (ENSMI) muestra que la Tasa de Mortalidad Infantil es de 28/1000 nacidos vivos, mientras que la Razón de Mortalidad Materna alcanza 140/100 mil nacidos vivos. Respecto al estado nutricional, el 46,5% de niñas y niños menores de cinco años padece algún grado de desnutrición crónica, y el 12,6% desnutrición global, mientras que la anemia afecta al 64,3% de los lactantes de 6 a 11 meses, alcanzando un 39,6% en los de 24 a 36 meses de vida.

En relación a los indicadores de lactancia materna, el 63,1% de las niñas y niños empezaron la lactancia dentro de la primera hora de nacidos y el 53,2% de las niñas y niños menores de seis meses se hallan recibiendo LM exclusiva. El 51% de niñas y niños de seis a 23 meses de edad reciben la dieta mínima aceptable (7).

La promoción de la práctica de la lactancia materna es una de las mejores “apuestas” de la salud pública; las investigaciones han demostrado que los comportamientos maternos individuales pueden ser modificados favorablemente y que estos contribuyen, de manera colectiva, a una tendencia nacional positiva en los patrones de la lactancia materna.



En Guatemala las acciones realizadas a favor de la lactancia materna, se reforzaron en el año de 1991, con el lanzamiento de la IHAN por parte de OMS y UNICEF. En el país es impulsada la ISSALM que involucra a todos aquellos servicios de salud que fueron surgiendo en respuesta a la necesidad de la población de tener servicios con atención del parto, más cercanos a sus comunidades, entre ellos Hospitales Distritales; Maternidades Periféricas, Centros de Atención Permanente (CAP); Centros de Atención Integral Materno Infantil (CAIMI); también incluye a los servicios a donde se refiere a las madres al ser dadas de alta en su atención del parto, para que puedan encontrar apoyo y consejería adecuada cuando vuelvan a su hogar, esto se consideró ya que más del 40% de los partos no son atendidos en hospitales y que el seguimiento prenatal y postnatal, son realizados en los servicios del primero y segundo nivel de atención (8).

La iniciativa establece el cumplimiento obligatorio de los Diez Pasos (8) para una lactancia eficaz, que se encuentran incorporados en las normas nacionales, que incluyen a la ISSALM como una estrategia para la promoción y apoyo a la lactancia materna, también el cumplimiento obligatorio del Código a través del cumplimiento de la ley nacional.

En el país se han realizado tres monitoreos nacionales del cumplimiento de la Ley y su Reglamento, en los años 1991, 1999, y 2008. En todos los casos el MSPAS ha contado con el apoyo de la IBFAN, entre otras.

El monitoreo del 2008, realizado en la región metropolitana, y en los departamentos de Cobán, Escuintla, Quetzaltenango y Zacapa (9).

Entre las conclusiones están las siguientes:

1. La situación en el país continua igual con respecto a:
 - La entrega de muestras gratis de fórmulas infantiles y de seguimiento en clínicas pediátricas y hospitales privados, aunque las empresas comercializadoras nieguen tales hechos;
 - La producción y distribución de material informativo sin autorización del MSPAS;
 - El etiquetado con incumplimiento de 5 mm. en declaración de lactancia y las violaciones en el etiquetado de biberones;
 - La problemática de publicidad en televisión por cable y revistas internacionales;
 - El material "científico" a pediatras incluye promoción de sucedáneos;
 - El uso de leches enteras en niños menores de un año;
 - Las prácticas en hospitales privados en detrimento de la lactancia materna;
 - La decisión de amamantar por parte de las madres sumamente influenciada por los profesionales de salud (pediatras principalmente).
2. La situación en el país ha sufrido un retroceso con respecto a:
 - No se usan las frases "leche maternizada o humanizada" pero los textos de etiquetas y/o materiales inducen a creer que las fórmulas son muy similares en cuanto a componentes a la leche materna;
 - La promoción en medios de comunicación (particularmente prensa y televisión local) ha aumentado;
 - Los riesgos sociales y económicos de uso de sucedáneos no se incluyen en la mayor parte de la literatura sobre el tema de alimentación infantil;

- 
- Las fórmulas actualmente son de venta libre en supermercados y abarroterías y no principalmente en farmacias, como solía ser.
3. Se ha logrado un avance en la situación del país con respecto a:
- La mayoría de sucedáneos especifican edad de uso;
 - Es más frecuente la mención de los beneficios de la lactancia materna en la literatura sobre alimentación infantil;
 - Algunas revistas y publicaciones dirigidas a los pediatras sí pueden considerarse científicas, aunque incluyan algún tipo de promoción de sucedáneos; Las fórmulas son colocadas en estanterías de bebés e incluso se solicitan en el área de las cajas registradoras de los centros expendedores, y no junto a las leches enteras. Vale mencionar que el que se soliciten en esta área más bien es fortuito, ya que es para minimizar posibilidades de robo de las mismas.

La conclusión general del referido informe es que la Ley de Comercialización de los Sucédáneos de la Leche Materna y su Reglamento es poco conocida e incumplida a nivel nacional.



III. OBJETIVOS

III. OBJETIVOS

A. General

Determinar las violaciones al Decreto Ley 66-83 y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo N. 841-87).

B. Específicos

1. Determinar los artículos más comúnmente violados de la Ley y su Reglamento.
2. Identificar si a las mujeres embarazadas o a las madres en período de lactancia, se les donan productos comprendidos en esta Ley y su Reglamento que fomenten la utilización de SLM.
3. Identificar las estrategias de promoción utilizadas por los fabricantes o distribuidores de los SLM que violan esta Ley y su Reglamento y en el material informativo, publicitario, didáctico o cualquier otro destinado a la difusión de la alimentación del lactante menor de dos años, así como de gestantes o madres en período de lactancia.
4. Identificar el uso de SLM en instituciones de salud públicas, privadas y del seguro social.
5. Identificar las violaciones a la Ley y su Reglamento:
 - a) Por los profesionales de la salud.
 - b) En el etiquetado de los productos comprendidos en las disposiciones de dicha Ley.

IV. JUSTIFICACIÓN

IV. JUSTIFICACIÓN

En 1981, la AMS adoptó el Código, año en el que Guatemala oficializó la CONAPLAM, cuya misión principal era lograr que el Código se transformara en Ley, lo que se logró en 1983 al aprobarse la Ley (Decreto Ley 66-83), convirtiendo al país en uno de los primeros de América Latina y del mundo en lograrlo. En 1984, se incorporó en la Normativa Nacional todo lo relacionado a la promoción, fomento y protección de la lactancia materna y en 1987, se aprobó el reglamento de la Ley (Acuerdo Gubernativo No. 841-87)(10).

El Artículo 3 del Reglamento responsabiliza al MSPAS y sus dependencias de controlar el uso y consumo apropiado de SLM y de los alimentos infantiles complementarios, además de autorizar y supervisar los sistemas de información sobre la alimentación de la madre y la niña y el niño a nivel nacional.

El PROSAN y el DRCA del MSPAS, así como la DIACO del MINECO, son quienes velan por la vigilancia, el monitoreo y seguimiento de la Ley y su Reglamento, con el apoyo de agencias de cooperación.

El PROSAN ha liderado la realización del monitoreo de la Ley tomando en consideración que este:

- Es un recordatorio para el estado, para las instituciones públicas, privadas y gobierno de su responsabilidad de proteger a la lactancia materna y a los consumidores más vulnerables.
- Es clave para que las compañías productoras y distribuidoras de los SLM cumplan con la misma.
- Permite amonestar a quienes violan la Ley o alertarles sobre sus responsabilidades relacionadas con la comercialización.
- Identifica si se está cumpliendo con los pasos necesarios para fortalecer o reforzar los sistemas de vigilancia y su aplicación.
- Es útil para la elaboración de políticas nacionales y recomendaciones que fortalezcan la aplicación de la Ley nacional, el Código y de las Resoluciones AMS relacionadas con la LM.
- Puede constituirse en un sistema de vigilancia que ha demostrado ser eficaz para denunciar las irregularidades y obligar a las compañías a comportarse de acuerdo a la Ley y su Reglamento.

V. METODOLOGÍA

V. METODOLOGÍA

A. Población del estudio

La población para el monitoreo estuvo conformada por:

1. Madres en período de lactancia con niños menores de seis meses, lactancia exclusiva o mixta.
2. Comercios y puntos de venta de sucedáneos de la leche materna, del país.
3. Establecimientos de salud públicos, privados y del seguro social del país.
4. Fórmulas infantiles de venta en el país.
5. Fórmulas de seguimiento y otros (leches de crecimiento, té, zumos para niños, alimentos complementarios, como cereales o purés, papillas, compotas vendidos para bebés menores de seis meses), de venta en el país.
6. Biberones y tetinas de venta en el país.
7. Materiales promocionales de las compañías fabricantes y distribuidoras de SLM, distribuidos en el país.

B. Muestra

La muestra estuvo constituida de la manera como se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Constitución de la muestra incluida en el IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucesáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Muestra	Lugares						Total
	Área Metro.	Amatitlán, Guatemala	Escuintla	Quetzaltenango	Chiquimula	Cobán, Alta Verapaz	
1. Madres	28	10	11	20	22	20	111
2. Comercios	16	2	12	5	16	20	71
3. Establecimientos de salud	8	2	2	5	5	5	27
4. Fórmulas infantiles	8	5	5	10	10	9	47
5. Leches de seguimiento y otros	12	5	5	12	10	9	53
6. Biberones y tetinas	5	2	3	7	6	5	28
7. Materiales de promoción	16	0	15	0	10	19	60



En el siguiente cuadro, se presenta la distribución de los 27 establecimientos de salud incluidos en este monitoreo, de acuerdo al sector (públicos, privados y del seguro social).

Cuadro 2. Distribución de los establecimientos de salud (hospitales y clínicas), de acuerdo al sector. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucesos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Lugar	Sector	Número
*Área Metropolitana	Público	6
	Privado	2
*Amatitlán, Guatemala	Público	2
	Privado	0
*Escuintla, Escuintla	Público	1
	Privado	1
*Quetzaltenango, Quetzaltenango	Público	2
	Privado	3
Chiquimula, Chiquimula	Público	4
	Privado	1
Cobán, Alta Verapaz	Público	3
	Privado	2
Subtotal	Público	18
	Privados	9
Total		27

**Dentro del sector público se incluyó a hospitales del seguro social: 1 en Amatitlán, 1 en Escuintla, 1 en Quetzaltenango y 1 en el área metropolitana.*

C. Tipo de estudio

El monitoreo del Decreto Ley No. 66-83, es una forma de evaluación o apreciación de la aplicación de la Ley, que surge como consecuencia de su entrada en vigencia. Utiliza una metodología descriptiva para deducir las circunstancias de dicha aplicación, identificando a toda aquella compañía o personal que la viole.

D. Instrumentos

Para la realización del monitoreo se utilizaron, por primera vez a nivel mundial, los nuevos instrumentos de monitoreo de IBFAN publicados en el año 2015 (https://drive.google.com/file/d/0B95_4uDRXUmMcVdwSnNrRGZ4TWM/view?usp=sharing) que se describen a continuación:

Nombre del formulario	Descripción
1. Entrevista a madres	Es para entrevistar a madres con bebés menores de seis meses, con la finalidad de conocer el tipo de alimentación que dan a sus hijos y recopilar lo que las madres saben sobre los materiales de información y educación, los regalos o muestras de productos recibidos o enviados, y sobre los eventuales contactos que han tenido con representantes de las compañías.
2. Promoción en comercios o tiendas	Se usa para recabar información sobre las tácticas de promoción que las compañías emplean en comercios, tiendas, mercados o farmacias para aumentar las ventas de sus productos. Las prácticas a identificar son: contacto directo con las madres y otros consumidores; literatura destinada a madres o agentes de salud; exhibidores especiales de alimentos para bebés; y ventas especiales.
3. Hospitales, clínicas & personal de salud	Este formulario es para obtener información sobre: cómo un servicio obtiene sus productos de alimentación infantil, materiales entregados a las madres y a los agentes de salud, si las madres reciben muestras o regalos suministrados por fabricantes o distribuidores, si se exhiben o distribuyen afiches, carteles y otros materias de las compañías, así como los tipos de promoción o de apoyo financiero que reciben de las compañías los agentes y centros de salud.
4A Etiquetas de fórmulas infantiles	Se usa para etiquetas de las fórmulas infantiles regulares, fórmulas de soya y fórmulas hipo alergénicas, anti-reflujo y otras.
4B Etiquetas de fórmulas de seguimiento, leches de crecimiento, alimentos complementarios y otros sucedáneos de la leche materna	Se usa para etiquetas de las fórmulas de seguimiento, leches de crecimiento, tés y zumos para niños y para alimentos complementarios, como cereales o purés, papillas, compotas, vendidos para bebés menores de 6 meses.
4C Etiquetas de biberones y tetinas	Se usa para evaluar en las etiquetas de los biberones y tetinas los aspectos que indica la Ley.
5. Materiales y prácticas de las compañías	Se utiliza para un análisis profundo de las violaciones que se registraron en los formularios 1, 2 y 3.

E. Métodos

El Monitoreo del Decreto Ley y su Reglamento, fue coordinado por PROSAN y realizado de acuerdo con los lineamientos que brinda la Herramienta de Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC, UNICEF, 2015). https://drive.google.com/file/d/0B95_4uDRXUmMcVdwSnNrRGZ4TWM/view?usp=sharing

- 1. Para la integración del equipo de apoyo** – El PROSAN del MSPAS integró como equipo de apoyo a un consultor del Ministerio de Salud de Argentina, a la consultora de nutrición OPS/OMS Guatemala y a la representante de IBFAN Guatemala, Anexo 1 A.



2. Para la selección del área geográfica – A efectos de dar cuenta de las situaciones que pueden encontrarse en diferentes zonas y realidades del país, se seleccionaron cinco departamentos de las distintas regiones para efectuar el monitoreo:

- a) Área Metropolitana
- b) Guatemala, municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala
- c) Escuintla, departamento de Escuintla
- d) Quetzaltenango, departamento de Quetzaltenango
- e) Chiquimula, departamento de Chiquimula
- f) Cobán, departamento de Alta Verapaz

3. Para la selección del tamaño de muestra - Esta se tomó a conveniencia, aclarando que por tratarse de un monitoreo del cumplimiento de una Ley, no se persigue en su metodología un criterio epidemiológico de diseño muestral. Es de hacer notar que una muestra de sucedáneo encontrada representa miles de muestras entregadas, un folleto hallado representa miles de folletos distribuidos, y así.

Los lineamientos de la Herramienta de Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC, UNICEF, 2015) sugieren que como mínimo se debe visitar y revisar:

- a) Cinco hospitales con servicio de maternidad grande (3 privados y 2 públicos)
- b) Cinco clínicas privadas (combinando obstetricia, ginecología y pediatría)
- c) Cinco establecimiento comerciales que varíen en tamaño, desde supermercados a tiendas de comestibles, y tiendas de regalos o cerca de hospitales, hasta en farmacias privadas.
- d) Al menos dos áreas del interior del país.

El equipo de apoyo solicitó entrevistar por lo menos a 20 madres de niños menores de seis meses, por cada equipo de monitores.

4. Para la selección del equipo monitor - El equipo de apoyo del monitoreo seleccionó un equipo de 27 monitores, encargado de realizar las acciones de monitoreo en las áreas geográficas seleccionadas. Esta selección se hizo entre las instituciones participantes en el Comité Técnico Nacional de Lactancia Materna. Los requisitos para ser monitor fueron los siguientes:

- a) Estar comprometido con la protección de la lactancia materna.
- b) Conocer el Decreto Ley 66-83 y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
- c) Disponibilidad para viajar al interior del país, por dos días.
- d) Participar en el taller de capacitación de un día.
- e) Participar en la socialización de la experiencia de monitoreo, por dos días.

Se integraron cinco equipos de monitoreo, uno por cada lugar geográfico seleccionado, compuestos por representantes de DIACO, IBFAN, PROSAN, DRCA, Promoción y Desarrollo de Hospitales, estudiantes de la Universidad Galileo, Cruz Roja e INCAP, Anexo 1 B. El equipo de Escuintla recolectó los datos del municipio de Amatitlán. En el siguiente cuadro se presenta el número de monitores por área geográfica.



Cuadro 3. Número de monitores por área geográfica.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
Guatemala, julio de 2016.

Área geográfica	Número de monitores
1. Metropolitana	7
2. Amatitlán y Escuintla	4
3. Quetzaltenango	6
4. Chiquimula	4
5. Alta Verapaz	6
Total	27

5. Período y autorización para realizar el monitoreo – El PROSAN planeó la realización del IV Monitoreo del 18 al 22 de julio de 2016. Para evitar encubrimientos y resultados que no reflejan la situación real, no se avisó con anterioridad a las instituciones y comercios visitados. Al momento del monitoreo, cada monitor se identificó con el carné de su propia institución.

6. Recolección de los datos:

a) Capacitación del personal – Incluyó información sobre el objetivo y principios del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la leche materna, ejemplos de las principales violaciones, el propósito del monitoreo para poder realizar un buen desempeño, la revisión y familiarización con los formularios de monitoreo y, por último, la asignación de los equipos a los lugares de monitoreo.

Este taller fue de un día de duración y conducido por un consultor del Ministerio de Salud de Argentina, experto en monitoreo del Código Internacional. Además del equipo de monitoreo, el taller fue abierto al público y se contó con la presencia de representantes de SESAN; DIACO; Dirección General de Regulación, Vigilancia y Control de la Salud; DRCA; PROSAN; Programa de Salud Laboral; Programa de Salud Mental; Programa de Salud Bucodental; Comunicación Social; Promoción y Desarrollo de Hospitales; Hospital Pedro Bethancourt; estudiantes del Postgrado en Seguridad Alimentaria Nutricional de la Facultad de Biología y Químicas Farmacéuticas de la Universidad Galileo; IGSS; Cruz Roja Guatemalteca; INCAP; IBFAN; OPS/OMS; UNICEF y WABA.

b) Técnicas de recolección de datos - El monitoreo se realizó a través de:

- Observaciones directas, que se llevaron a cabo en los servicios de salud públicos y privados así como en los puntos de venta de SLM y de biberones y tetinas.
- Entrevistas casuales que se realizaron a madres de niños menores de seis meses de edad; a profesionales de la salud que asisten a recién nacidos y a lactantes en servicios públicos y privados; a encargados de farmacias y de comercios que venden SLM, biberones y tetinas; a encargados de la compra de sucedáneos en los servicios de salud públicos y privados.



- Recolección de evidencia – Para confirmar los datos suministrados por los monitores, se recogió evidencia, consistente en muestras de los productos (fórmulas, ejemplares de materiales informativos-educativos, regalos, equipos) y en fotografías. Cada evidencia se identificó con el nombre de la institución de procedencia, la ubicación, la fecha, el nombre del monitor(a) y la referencia. Los ejemplos de violaciones se adjuntaron al formulario correspondiente.

c) Fases para la recolección de los datos – En cada uno de los seis lugares geográficos, la recolección de los datos se realizó en las siguientes fases:

Fases	Objetivo
Visitas de observación a establecimientos de salud	<ol style="list-style-type: none">1. Entrevistar a madres de menores de seis meses de edad.2. Entrevistar a médicos, nutricionistas, enfermeras, administradores y otros.3. Observar lo relativo a la violación a la Ley.4. Recolectar evidencia (muestras de productos SLM, de materiales informativos/educativos y/o fotografías)
Visitas a comercios	<ol style="list-style-type: none">1. Entrevistar a madres de menores de seis meses de edad.2. Entrevistar a dependientes y encargados de comercios.3. Observar lo relativo a la violación a la Ley.4. Recolectar evidencia (muestras de productos SLM, de materiales informativos/educativos y/o fotografías)

d) Confidencialidad – Para proteger a las personas que brindaron información, los monitores aseguraron a los(as) entrevistados(as) que su identidad no sería revelada, además que en ningún formulario se solicita el registro del nombre de la persona entrevistada.

e) Para la entrevista a madres:

- En el momento de la visita, se solicitó al administrador o encargado del establecimiento o servicio, la autorización para realizar entrevistas a las madres, sobre la práctica de la lactancia materna.
- Se seleccionaron las madres con niños menores de seis meses de edad.
- Se les explicó que se estaba haciendo una entrevista sobre la practica de lactancia materna y se les consultó si aceptaban participar.
- A las madres que accedieron, se les aplicó el Formulario 1, Entrevista a Madres (de niñas y niños menores de seis meses de edad).
- Se siguieron los lineamientos descritos por la Herramienta Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC, UNICEF, 2015).
- Se recolectó evidencia.



f) Para las visitas a establecimientos de salud

- En el momento de la visita, se solicitó al administrador o encargado del establecimiento o servicio, la autorización para acceder a los servicios y realizar entrevistas sobre la práctica de lactancia materna.
- Se seleccionaron a los trabajadores para realizar la entrevista.
- Se explicó que se estaba haciendo una investigación sobre la práctica de lactancia materna.
- Se aplicó el Formulario 3, Hospitales, Clínicas & Personal de Salud.
- Se siguieron los lineamientos descritos por la Herramienta Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC, UNICEF, 2015).
- Se recolectó evidencia.

g) Para las visitas a comercios

Se procedió como se indicó en el inciso anterior solo que se aplicaron los Formulario 4A, 4B y 4C, sobre etiquetas de SLM.

7. Para el análisis de los datos

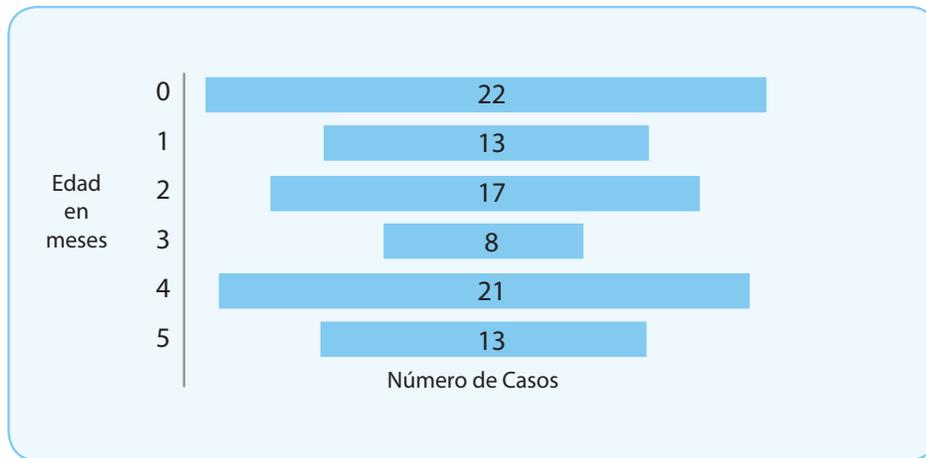
- a) La información proporcionada por la madre se utilizó para analizar el cumplimiento o violación de los artículos descritos en la Ley y su Reglamento (Anexo 2, Cuadro 1)
- b) La información obtenida en los puntos de venta se utilizó para analizar el cumplimiento o violación de los artículos descritos en la Ley y su Reglamento (Anexo 2, Cuadro 2)
- c) La información obtenida en los hospitales, clínicas y trabajadores de salud se utilizó para analizar el cumplimiento o violación de los artículos descritos en la Ley y su Reglamento (Anexo 2, Cuadro 3)
- d) La información de las etiquetas se analizó para evaluar el cumplimiento o violación de los artículos descritos en la Ley y su Reglamento (Anexo 2, Cuadro 4)
- e) La información de los materiales de promoción / publicidad se analizó para evaluar el cumplimiento o violación de los artículos descritos en la Ley y su Reglamento (Anexo 2, Cuadro 5)

VI. RESULTADOS

VI. RESULTADOS

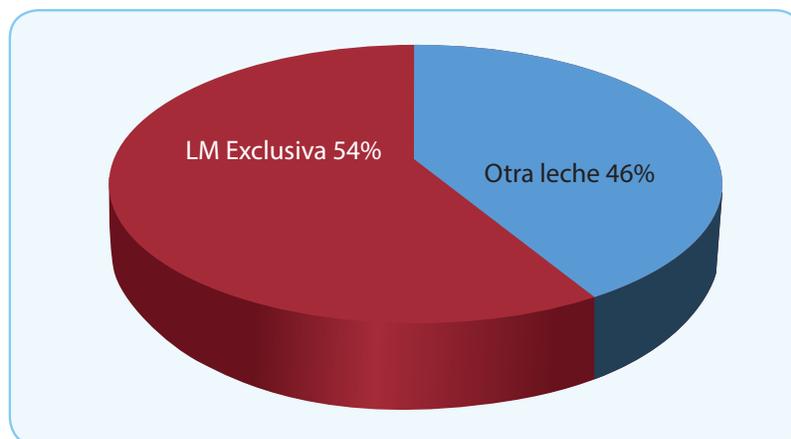
A. Información de las madres

De las 111 madres entrevistadas, se descartaron 17, por la edad de sus hijos. Del grupo de 94 madres, el promedio de edad de sus hijas e hijos fue de 2,3 meses, con un rango de 0 a 5 meses cumplidos. La distribución de las edades se presenta en la siguiente gráfica.



Gráfica 1. Distribución de edades de niños y niñas cuyas madres fueron entrevistadas.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
Guatemala, julio de 2016.

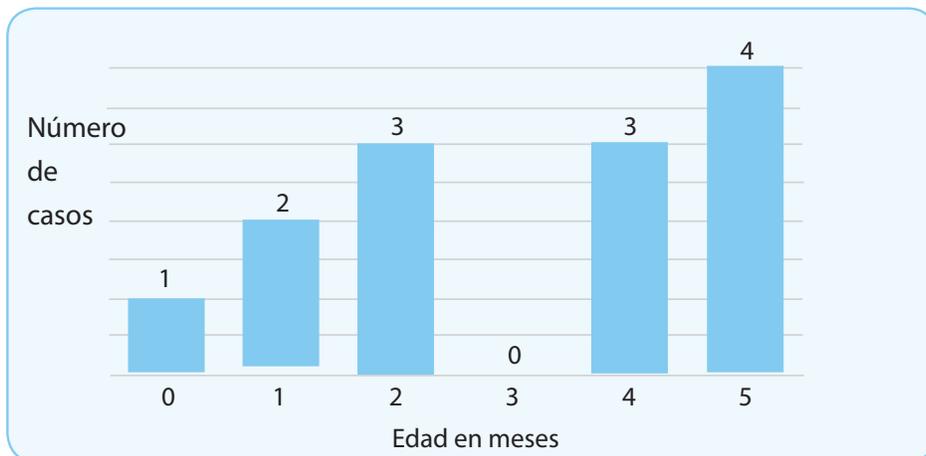
Al momento de la entrevista, el 54% de las madres indicó estar alimentando a sus bebés con lactancia materna exclusiva. El 46% restante, indicó estar brindando alguna fórmula, otro tipo de leche u otro alimento. Esto muestra la alta incorporación temprana de leches artificiales y alimentos complementarios.



Gráfica 2. Tipo de Alimentación Brindada por la Madre a menores de 6 meses.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
Guatemala, julio de 2016

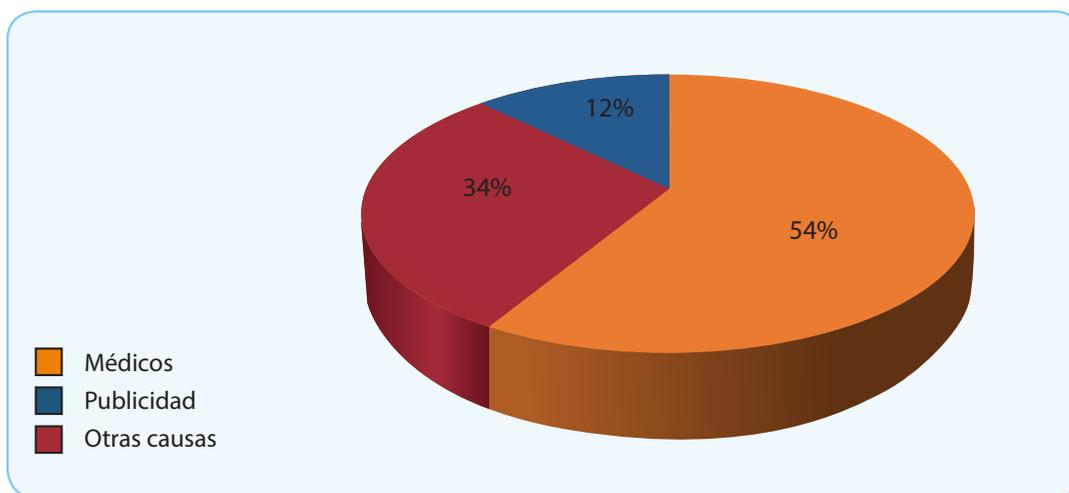


Más del 13% de las hijas e hijos lactantes de las madres entrevistadas estaban recibiendo alimentos complementarios, atoles o agua comercializada, a la edad promedio de tres meses con un rango de 0 a 5 meses.



Gráfica 3. Distribución de edades de las niñas y niños que reciben alimentos complementarios y agua. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Del grupo de mujeres que estaban dando otro tipo de leche, el 54% expresó estar haciéndolo por recomendación médica, un 12% influenciada por publicidad, y el restante 34% por otras causas (recomendación de familiares y amigos, experiencia anterior, y otros.).



Gráfica 4. Distribución de las madres de acuerdo a quién recomendó el uso de otras leches. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

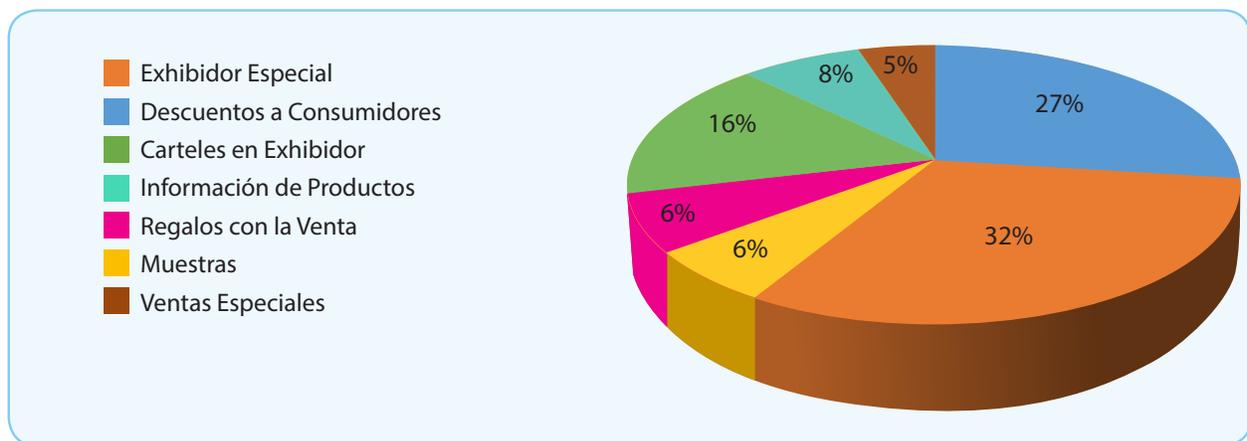


Eso sugiere que la principal causa por la que se suspende la lactancia materna exclusiva continúa siendo la indicación médica profesional, cuya influencia sobre la población es fuerte. Pero también es cierto que algunas de las madres reconocieron haber sido contactadas por representantes de compañías, como el caso de Mead Johnson y Nestlé, ambos en servicios de salud y con el fin de ofrecer información sobre sus productos o recomendar una fórmula en particular. También hubo un caso que manifestó haber sido contactada por la empresa Gerber a través de las redes sociales.

Finalmente, con relación a la entrega de muestras de productos, hubo madres que manifestaron haber recibido muestras de parte de las firmas Abbott, Nestlé, Wyeth y Mead Johnson. En todos estos hechos el escenario fue un servicio de salud. Exceptuando Enfamil de Mead Johnson, en que la muestra fue entregada por un visitador médico de la empresa, en el resto de los casos fue un trabajador de salud quien lo hizo.

B. Estrategia de promoción en puntos de venta

De los 71 comercios monitoreados, se detectó una gran variedad de técnicas o estrategias de promoción de SLM, las que se presentan en la siguiente gráfica.



Gráfica 5. Técnicas de promoción utilizadas por los comercios. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Las estrategias antes mencionadas se detallan en el siguiente cuadro por empresa, marca y lugar.

Cuadro 1. Estrategias de promoción utilizadas por las empresas fabricantes y distribuidoras de los sucedáneos de la leche materna, por lugar. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucédáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Estrategias de promoción	Empresa y marca	Lugar
Asesoría a empleados de farmacia y entrega de muestras	Abbott, Ensoy	Cobán
Entrega de muestras en clínicas	AGEFINSA, Nutrilón Aspen, S-23	Escuintla,
Entrega de calcomanías y calendarios en clínicas	Aspen, S-23	Escuintla,
Provisión de carteles para exhibidores especiales en puntos de venta (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 1)	Abbot, Similac 3 Mead Johnson, Enfagrow Premium Nestlé, Nan y Nido 1+	Cobán, Chiquimula, Quetzaltenango
Instalación de surtidores de agua con promoción de productos (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 2)	Mead Johnson, Enfagrow Premium	Cobán
Provisión de exhibidores especiales para sus fórmulas y productos (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 3)	Nestlé: Nan y Nido 1+ Mead Johnson: Enfamil y Enfagrow Abbot, Ensure, Pediasure y Similac CODICASA: productos First Essential, Pura: biberón isotérmico Hero: alimentos complementarios Baby y Happy Baby Lanfracol: Ensoy Niños	Cobán, Chiquimula, Escuintla, Amatitlán, Área Metropolitana, Quetzaltenango
Uso de panel gigante para promoción de biberones (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 4)	Docura: biberones Philips Avent: productos	Escuintla, Área Metropolitana
Uso de exhibidor con variedad de alternativas con cartel que dice; "FORMULAS NUTRICIONALES IGUALES (LECHES) SOLO QUE MENOR PRECIO" (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 5)	Nutrilón 1, 2 y 3 Bebelac 2 Hero Baby 1 y 2 Proteinol y Proteinol Crecimiento Nursoy Soya Pac y Soya sin Lactosa	Quetzaltenango
Promoción de propiedades saludables para el desarrollo mental (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 6)	Mead Johnson, Enfagrow Premium	Cobán



Estrategias de promoción	Empresa y marca	Lugar
Precios especiales, precios promocionales (Ejemplo: "paga 3-lleva 4) o descuentos para fórmulas o biberones y porta biberones (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 7)	Nestlé: Nan y Nido 1+ Nestlé: Cerelac y Nestum Scandia: agua Cristal Baby Avent de Philips: biberones NUK: First Essential (línea Gerber) Alimentos de Mamá: Bocaditos de Mamá Kimberly Clark: Evenflo Philips Avent: Biberón Pura Kiki: porta biberones Lanfracol: Ensoy Niños Mead Johnson: Enfamil y Enfagrow Abbot: Pediasure y Similac	Cobán, Chiquimula, Escuintla, Amatitlán, Área Metropolitana, Quetzaltenango
Regalo por compra de fórmula o biberón (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 8)	Nestlé: Nan 3 Optipro Nestlé: Nan 3 Crecimiento Dr. Brown: biberones	Área Metropolitana
Envío de promotores a farmacias para promocionar sus fórmulas	Mead Johnson: Enfagrow Nestlé: Nan y Nido	Quetzaltenango
Envío frecuente de promotores a centros comerciales para promoción de sus fórmulas	Mead Johnson: Enfamil y Enfagrow	Chiquimula
Exhibidores para sus fórmulas con precios especiales (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 9)	Lala: Nutri Lety	Área Metropolitana
Mezcla láctea con 2.2% de grasa ofrecido como SLM	Lala: Nutri Lety	Área Metropolitana
Empleo de la imagen de un bebé en etiqueta del producto. (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 10)	Scandia: agua Cristal Baby	Escuintla, Amatitlán
Etiquetas en diferentes idiomas pero no en español (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 11)	Pura: biberón isotérmico y otros productos	Área Metropolitana
Fórmulas especiales en góndola con otros alimentos infantiles (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 12)	Abbott: Pediasure	Área Metropolitana
Productos propuestos como alimento complementario sin indicar la edad de introducción o para emplearse desde los cuatro meses de edad (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 13)	Alimentos de Mamá: Bocaditos de Mamá Hero: alimentos complementarios Baby y Happy Baby	Área Metropolitana

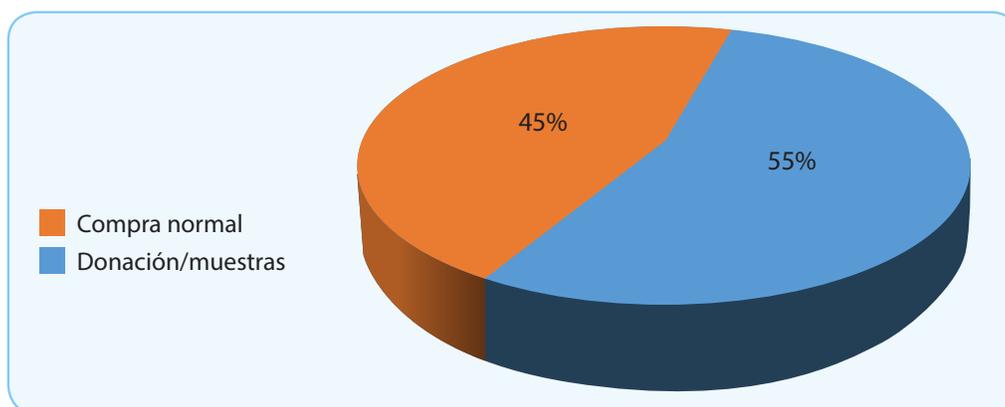


Estrategias de promoción	Empresa y marca	Lugar
Degustación de fórmulas realizada por promotores	Abbott: Pediasure	Quetzaltenango
Ventas vinculadas (cuando un producto depende de otro) en cadena de farmacias (Anexo 3, Cuadro 1, Imagen 14)	Nestlé: Nan y Nan 3 Crecimiento	Área Metropolitana, Quetzaltenango
Consultar a los clientes acerca de si sus hijos son intolerantes a la lactosa para promover sus fórmulas	Mead Johnson: Enfamil y Enfagrow	Quetzaltenango

C. Estrategias en Hospitales, Clínicas y con Trabajadores de Salud

1. Forma en que los servicios de salud obtienen los sucedáneos de la leche materna.

Del total de fórmulas que se manejan en los diversos establecimientos de salud, la forma de adquisición puede ser: por compra directa o por donación, no solicitada, de muestras. La proporción entre ambas formas se grafica a continuación:



Gráfica 6. Formas de adquisición de las fórmulas infantiles en los establecimientos monitoreados. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucesdános de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.



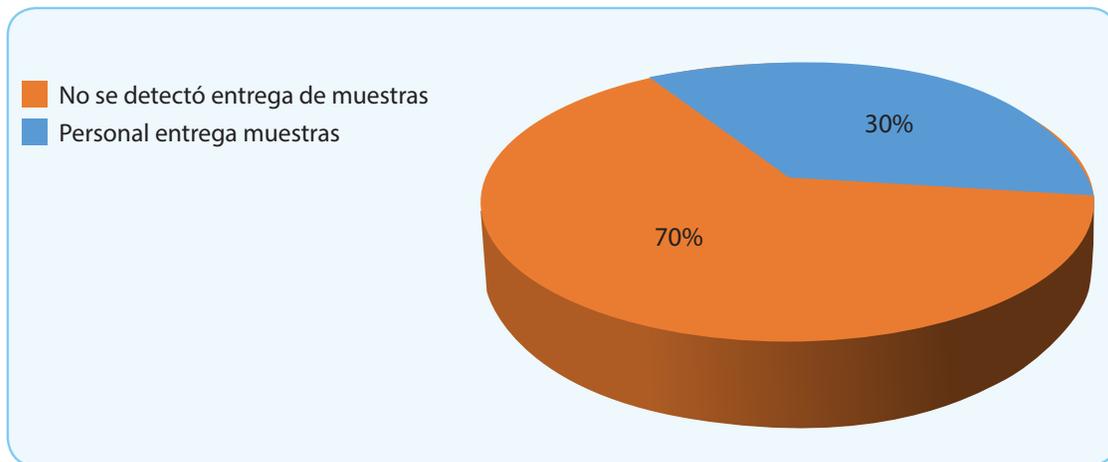
En el cuadro 2 se presenta en detalle las formas de obtención de los SLM por los servicios de salud.

Cuadro 2. Formas de obtención de los sucedáneos por los servicios de salud. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucédáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Formas de obtención de los sucedáneos por los servicios de salud que coexisten con la compra directa	Empresa y marca	Lugar
Reciben muestras	Nestlé	Centro de Salud Región 3, Chiquimula
Pediatras llevan al hospital las muestras que reciben en consultorios privados	Mead Johnson, Enfamil Aspen, Progress Gold Friso, Frisolac	Hospital de Chiquimula
Donación , no solicitada	Friso y Mead Johnson: fórmulas infantiles y de seguimiento. Nestlé: Nestum Mead Johnson: Comfort y Enfamil Nestlé: Nan Nutribio: Lailac Mead Johnson: Enfamil Prematuros Abbot: Similac Friso: Frisolac Nestlé: Nan, PreNan Nutricia: Bebelac Abbot: Isomil, Alimentum y Enfagrow	Hospital Roosevelt, Clínicas Privadas en Quetzaltenango, Hospital Materno-infantil La Floresta, Quetzaltenango, Hospital General San Juan de Dios, Guate. Hospital Nacional de Escuintla, Hospital de Cobán

2. Entrega de muestras de sucedáneos de la leche materna a madres.

En ocho (30%) de los 27 establecimientos monitoreados se detectó la entrega de muestras de SLM a las madres, siendo importante hacer notar que el personal de salud es quien las entrega. En el siguiente gráfico se presenta esta información:



Gráfica 7. Porcentaje de establecimientos donde se entregan muestras de SLM.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucédáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.



En el siguiente cuadro se detalla la información de la entrega de muestras a madres por empresa y marca.

Cuadro 3. Instituciones que entregan muestras a madres, por empresa y marca.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Instituciones que entregan muestras a madres	Personal que lo entrega	Empresa y marca
IGSS de Amatitlán	Personal del hospital	Nutricia: Bebelac
Hospital de Amatitlán	Personal del hospital	Nutricia: Bebelac 1 Nestlé: Cereales Nestum
Hospital Roosevelt ¹	Personal del hospital	Mead Johnson y Friso: Fórmula infantil y de seguimiento Nestlé: Cereales Nestum
Clínica privada de Quetzaltenango ²	Pediatras	Mead Johnson: Enfamil Abbott: Similac Wyeth: S26 Gold
Hospital de Quetzaltenango	Personal de Consulta Externa	Mead Johnson: Enfamil Fórmulas de Abbott: Similac Friso: varias fórmulas
Maternidad del IGSS, Guatemala	Personal del Hospital	Alimentos S.A.: Incaparina
Hospital Nacional de Escuintla	Personal del Hospital	Nestlé: Cereales Nestum
Centro de Salud de Chiquimula	Médicos	Nestlé: Friso y Nutriben

¹ Para niños de bajo peso, a huérfanos y a madres portadoras del VIH

² Representantes de las empresas visitan a los médicos y les dejan muestras para las madres

3. Productos promocionales exhibidos en los servicios de salud

Esta información se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. Servicios de salud públicos y privados que exhiben productos promocionales por empresa y marca. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Servicios de salud públicos y privados	Producto promocional exhibido y área	Empresa y marca
Centro de Salud Región 3, Chiquimula (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 1)	Tallímetro en sala de espera	NutriBen
Sanatorio Monte María, Guatemala	Cartel de biberón, tetina y esterilizador, en sala de espera.	Avent
Hospital San Pablo, Guatemala	Afiche con nombre y logo en sala de espera.	Abbott
Consultorio de Pediatría del IGGS de Amatitlán	Afiche.	Nestlé
Hospital de Amatitlán (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 2)	Calendario en oficina.	Nestlé
APROFAM, Escuintla	Tallímetro en Clínica Pediátrica.	Wyeth: Promil
Clínica Privada, Quetzaltenango	Material sobre alimentación complementaria.	Nestlé
Hospital de Quetzaltenango (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 3.)	Escritorio de clínica, calendario.	Nestlé
Centro de Salud de Cobán	Clínica pediátrica, afiche. Imagen	Nestlé
Establecimiento de salud de Chiquimula (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 4)	Reloj de pared	Enterex Kidz
Centros de Salud (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 5)	Afiches	Nestlé: Nestum
Establecimiento de salud de Amatitlán (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 6)	Calendario y Guía Nutricional Aspen	Wyeth y Aspen
Establecimiento de salud de Escuintla (Anexo 3, Cuadro 4, Imagen 7)	Calendario con imagen de bebé	Agua Scandia
Hospital San Pablo, Guatemala (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 8)	Afiche que vincula la imagen de un bebé con su "propuesta para alimentación mejor"	Abbott



Maternidad Cantonal Primero de Julio Clínica privada de Quetzaltenango (Anexo 3, Cuadro 2, Imagen 9)	Cuadernillo de “Evaluación Infantil a través de los Hitos del Desarrollo” destacando áreas donde supuestamente actúa la fórmula Neuro Complete Material con la leyenda “exclusivo para profesionales de salud”	Mead Johnson Nestlé
--	---	----------------------------

4. Estrategias dirigidas al personal de salud

a) Regalos al personal

Estos se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. Estrategias de promoción dirigidas al personal de salud, por empresa y marca.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Estrategias de promoción	Empresa y marca	Lugar
Obsequio de Calendarios con diseños infantiles y frases célebres	Nestlé	Hospital de Amatitlán
Obsequio de postres y otros regalos	Nestlé	Hospital Roosevelt
Obsequio de anotadores (blocks)	Nutricia: Nutrilón Premium	Clínica privada, Quetzaltenango
Dotación de “Expediente Clínico” (Anexo 3, Cuadro 3, Imagen 1)	Nestlé	Clínica privada, Quetzaltenango
Regalo de USB con publicidad de fórmula (Anexo 3, Cuadro 3, Imagen 2)	Nestlé: Nan Comfort	Clínica privada, Quetzaltenango
Regalo de estuche de porta lapicero y notas adhesivas (Anexo 3, Cuadro 3, Imagen 3)	Lailac	Clínica privada, Quetzaltenango
Regalo de marco para foto y panfleto	Abbott	Hospital Materno Infantil La Floresta, Quetzaltenango
Regalos de calendario y recetario	Nutricia: Nutrilón	Hospital de Escuintla



b) *Patrocinio a profesionales e instituciones*

Esta información se detalla en el cuadro a continuación.

Cuadro 6. Patrocinios brindados a profesionales e instituciones de salud.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
Guatemala, julio de 2016.

Clase de patrocinio	Empresa y marca	Lugar
Desayunos, almuerzos y cenas con charlas para pediatras y nutricionistas	Nestlé y Abbott	Hospital de Amatitlán
Cena - conferencia con el lema “Tranquilidad a la cuenta de tres: Nan Comfort” (Anexo 3, cuadro 4, imagen 1)	Nestlé: Nan Comfort	Clínica privada, Quetzaltenango
Cena para pediatras	Abbott: Similac	Hospital de Quetzaltenango
Entrenamiento a nutricionista para participar en curso de Terapia Nutricional Total Pediátrico	Abbott	Hospital de Quetzaltenango
Eventos de capacitación de personal	Nestlé	Hospital Nacional de Escuintla

D. Estrategias de promoción de SLM en etiquetas

1. Etiquetas de las fórmulas infantiles y fórmulas de seguimiento

En los Cuadros del 9 al 18 se detalla esta información por empresa y marca.



Cuadro 7. Estrategias de promoción en etiquetas de Abbott y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

ABBOTT		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
<p>Imagen de osito durmiendo. (Anexo 3, Cuadro 5, Sección C, Imagen 1) Destaca propiedades pretendidamente saludables como “EYE Q PLUS” e “INMUNIFY”, en inglés. Indicada para niños de 0 a 12 meses. No aclara el origen de la proteína láctea</p>	<p>Similac 1 Total Comfort</p>	<p>Art. 13 de la Ley y 5 y 12 del Reglamento</p>
<p>Imagen de osito durmiendo. (Anexo 3, Cuadro 5, Imagen 2) Fórmula sin lactosa. Indicada para niños de 0 a 12 meses y mayores</p>	<p>Similac Sensitive LF</p>	<p>Art. 12, inciso “a” del Reglamento</p>
<p>Imagen de osito sentado. (Anexo 3, Cuadro 5, Imagen 3) Indicada para niños a partir de los 6 meses. En la parte posterior del envase promueve toda la línea con el osito acostado, sentado y de pie</p>	<p>Similac 2</p>	<p>Art. 12, inciso “a” del Reglamento</p>
<p>Imagen de osito parado. (Anexo 3, Cuadro 5, Imagen 4) Se presenta como apta “para niños en crecimiento”. Comparte con las otras leches infantiles de la línea de la marca, el diseño de la etiqueta, incluyendo las pretendidas propiedades saludables “EYE Q PLUS” e “INMUNIFY”, “...claves para el desarrollo cerebral, visual, físico y del lenguaje” No incluye la leyenda acerca de la superioridad de la leche materna</p>	<p>Similac 3</p>	<p>Art. 13 de la Ley y los Art. 11 y 12 del Reglamento</p>
<p>Imagen de osito durmiendo. (Anexo 3, Cuadro 5, Imagen 5) Es una fórmula indicada desde el nacimiento. Incluye la leyenda “leche materna es el mejor alimento para el lactante” Recomendada por el mayor tiempo posible en lugar de usar la recomendación de la OMS, “hasta los dos años o más” Incluye supuestas propiedades saludables como: “protección de las células”, “huesos fuertes y dientes saludables”, “ayuda a la generación de anticuerpos”, entre otros. No incluye la leyenda acerca de la superioridad de la leche materna</p>	<p>Similac 1</p>	<p>Art. 13 de la Ley y los Art. 11 y 12 del Reglamento.</p>



Cuadro 8. Estrategias de promoción en etiquetas de Frisa: FrieslandCampina Pisa, S.A. y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucesdaneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Frisa: FrieslandCampina Pisa, S.A.		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Importada de Holanda En la parte posterior del envase lee "Los lactantes, además del consumo de la fórmula, también deben ser ablactados (destetado) a partir de una edad que sea apropiada para su crecimiento específico y necesidades de desarrollo según la orientación del profesional de salud (médico o nutricionista) y en cualquier caso a partir de los seis meses de edad" En las instrucciones de preparación incluye dibujo de un coche de paseo que no tiene relación con estas instrucciones. Destaca su contenido de PREBIÓTICO, DHA&ARA. (Anexo 3, Cuadro 6, Imagen 1)	Frisolac	Art. 13 de la Ley y el 12 del Reglamento
Destaca la frase "Nuevos comienzos" y el dibujo de un corazón grande y uno pequeño (Anexo 3, Cuadro 6, Imagen 2)	Frisolac Gold 1	Art. 12 del Reglamento
Resalta la imagen de los corazones, una grande y otro pequeño (Anexo 3, Cuadro 6, Imagen 3)	Frisolac Gold Comfort	
		Frisolac Gold Prematuros

Cuadro 9. Estrategias de promoción en etiquetas de Gerber y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucesdaneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Gerber		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Confusa indicación de uso En el frente, en la que la empresa usualmente coloca la edad de empleo de todos sus productos, lee: "Mi primer juguito" En el lateral, de difícil lectura, dice: "Paso 1: A partir de los 6 meses" (Anexo 3, Cuadro 7, Imagen 1)	Jugo de manzana	Art. 11 y 12 del Reglamento.
Se anuncia a partir de los 6 meses, también se le denomina "Paso 1"	Colado de Melocotón	



Cuadro 10. Estrategias de promoción en etiquetas de Hero y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Hero		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Fórmula importada de España Etiqueta en tres idiomas: español, francés e inglés. En la parte posterior del envase incluye: "sólo debe indicarse cuando la lactancia materna no sea posible o resulte insuficiente" (Anexo 3, Cuadro 8, Imagen 1)	Hero Baby Inicia 1	Art. 12 del Reglamento
Es un alimento complementario para ser utilizado a partir de los 4 meses de edad (Anexo 3, Cuadro 8, Imagen 2) Asocia en la etiqueta su Hero Baby Club para contacto directo con las familias	Hero Baby fruta	Art. 11 y 12 del Reglamento
Recomienda su uso (triturada) desde los 4 meses de edad. Indica uso del biberón (Anexo 3, Cuadro 8, Imagen 3)	Hero Baby mi primera galleta	Art. 11 y 12 del Reglamento

Cuadro 11. Estrategias de promoción en etiquetas de Mead Johnson y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Mead Johnson		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
La línea Enfamil Premium posee características comunes en todas sus variantes, que se vinculan con destacar una NUEVA IMAGEN Uso del logo "Neuro Complete" que define algunas propiedades supuestamente saludables del producto en las áreas cognitiva, motriz, de comunicación y social del lactante En el reverso del envase resalta: "...apoyando cuatro áreas clave que controla el cerebro: Cognitiva, Motriz, Comunicación y Social. Su fórmula Neurocomplete contiene nueronutrientes como DHA/ARA, Colina, Hierro y Cinc, clínicamente comprobados que favorecen el desarrollo mental" (Anexo 3, Cuadro 9, Imagen 1)	Enfamil 1, Enfamil 2, Enfamil A.R., Enfamil Sin Lactosa	Art. 12 del Reglamento.



“...contiene una mezcla de prebióticos que favorecen las defensas naturales de un bebé”	Enfamil Premiun 2	Art. 12 del Reglamento.
Presentada como “una fórmula especial diseñada para apoyar el tratamiento dietético del lactante con necesidad especial de proteína de la leche de vaca”. Resalta su contenido de probióticos y otros ingredientes: DHA, ARA, colina, hierro, proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales (Anexo 3, Cuadro 9, Imagen 2)	Nutramigen Premium con LGG	Art. 12, inciso “b” del Reglamento.

Cuadro 12. Estrategias de promoción en etiquetas de Nestlé y las violaciones a la Ley.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna
(Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87).
Guatemala, julio de 2016.

Nestlé		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Fórmula apta para utilizar en lactantes de 0 a 6 meses de edad Resalta su contenido de “proteína optimizada”, “vitaminas y minerales”, y “ácidos grasos de origen vegetal” (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 1)	Nestógeno 1	Art. 12, inciso “b” del Reglamento
Fórmula infantil de continuación a partir de los 6 meses Diseño similar al de Nestógeno 1 (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 2)	Nestógeno 2	Art. 12, inciso “b” del Reglamento
Fórmula indicada desde el nacimiento Uso del icono de Nestlé: pájaro madre alimentando a sus pequeños hijos Destaca el logo GENTLE START (suave inicio), resaltando sus ingredientes: DHA/ARA y OPTI-PRO. (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 3)	Nan Confort Digestivo 1	Art. 12, incisos “a” y “b” del Reglamento
Se indica desde los 6 a los 12 meses de edad La etiqueta tiene el mismo diseño de la Nan Confort 1. (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 4)	NAN Confort Digestivo 2	Art. 12, incisos “a” y “b” del Reglamento
Indicada para administrar al año de edad Destaca logo de problemas digestivos comunes tales como el cólico y el estreñimiento. (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 5)	Nan Crecimiento 3	



<p>Se presenta como “recomendada para reducir la posibilidad de alergias a la proteína de la leche de vaca...” Destaca que “... proporciona al bebé los nutrientes esenciales para apoyar un sano desarrollo físico y mental”. Recomienda en la tabla de dosificación, a partir del 6º mes, es decir al cumplir los 5 meses de edad (Anexo 3, Cuadro 10, Imagen 6) Indica que “a esta edad está frecuentemente recomendada la introducción paulatina de cereales y la introducción progresiva de verduras, frutas, carne y pescado” Nestlé indica el inicio de la alimentación complementaria a los 5 meses de edad, contrario a la Res. WHA 54.2- También resalta el contenido de DHA/ARA, Bifidus y Opti Pro Plus, debajo del logo “Protect Start” Uso del logo Nestlé</p>	<p>Nan H.A.</p>	<p>Art. 12 del Reglamento.</p>
---	-----------------	--------------------------------

Cuadro 13. Estrategias de promoción en etiquetas de Nutriben y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Nutribén		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
<p>Fórmulas indicadas para lactantes desde los 6 meses de vida Producidas por Nutribén de España. Diseños atractivos que violan la Ley. (Anexo 3, Cuadro 11, Imagen 1)</p>	<p>Nutribén continuación y Nutribén Hidrolizada 2</p>	<p>Art. 12 del Reglamento.</p>

Cuadro 14. Estrategias de promoción en etiquetas de Nutribio y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Nutribio		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
<p>Fórmulas importada de Francia, Indicadas para lactantes de 0 a 5 meses de vida. Diseños atractivos que violan la Ley En el reverso expresa: “Dar la fórmula infantil Equate representa un tiempo que ayuda a estrechar el vínculo madre-bebé” Resalta contenido de vitaminas y minerales, Omega 6 y Colina (Anexo 3, Cuadro 12, Imagen 1)</p>	<p>Equate 1</p>	<p>Art. 12, incisos “a” y “b” del Reglamento.</p>



Fórmulas importada de Francia, Diseños atractivos que violan la Ley En el reverso expresa: "Dar la fórmula infantil Equate representa un tiempo que ayuda a estrechar el vínculo madre-bebé" Resalta contenido de vitaminas y minerales y Omega 6 (Anexo 3, Cuadro 12, Imagen 2)	Equate 2	Art. 11 y Art. 12, inciso "b" del Reglamento.
Fórmula de seguimiento importada de Francia. Recuadro de "AVISO IMPORTANTE" que dice: "Lailac 2 puede suministrarse en casos que la lactancia materna sea insuficiente o no sea posible" (Anexo 3, Cuadro 12, Imagen 3)	Lailac 2	Art. 12, del Reglamento

Cuadro 15. Estrategias de promoción en etiquetas de Nutricia y las violaciones a la Ley.
IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Nutricia		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Fórmula indicada para prematuros y lactantes de bajo peso a nacer Afirma que "...favorece el crecimiento y desarrollo óptimos del cerebro y de la vista...". (Anexo 3, Cuadro 13, Imagen 1)	Nutrilón Premature Nenatal	Art. 12 del Reglamento
Fórmula recomendada a partir de los 6 meses de vida. Resalta su contenido de Prebióticos, vitaminas, AA/ARA y hierro Incluye la leyenda: "Investigación inspirada en la leche materna" Muestra la figura de un osito e invita al Club de Padres en la Web: www.nutriciaclub.com (Anexo 3, Cuadro 13, Imagen 2)	Nutrilón Premium 2	Art. 12, inciso "b" del Reglamento
Debajo de la leyenda "Aviso Importante", en tamaño menor a los 5 mm estipulados en el Reglamento, puede leerse el texto no exacto a lo indicado en la Ley: "En los primeros meses de vida, su bebé obtiene exclusivamente de la leche los nutrientes que necesita para crecer y desarrollarse. Es bueno saber que Bebelac 1 Complete Care es una fórmula infantil que contiene todos los nutrientes que su bebé necesita entre los 0 y los 6 meses." (Anexo 3, Cuadro 13, Imagen 3)	Bebelac 1 Complete Care	Art. 12 del Reglamento



Cuadro 16. Estrategias de promoción en etiquetas de Scandia y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Scandia		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Agua mineralizada que se indica como “ideal para preparar la mezcla de fórmula, jugos, o la papilla favorita de tu bebé.” Muestra la imagen de una madre y su niño pequeño (Anexo 3, Cuadro 14, Imagen 1)	Cristal Baby	Art. 12 del Reglamento.

Cuadro 17. Estrategias de promoción en etiquetas de Wyeth y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Wyeth		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Fórmula indicada para lactantes de 0 a 6 meses de vida. Afirma: “Desarrollo Mental y Visual”, “Crecimiento Físico”, “Digestión”, “Inmunidad”. (Anexo 3, Cuadro 15, Imagen 1)	S26 Gold 1	Art. 12 del Reglamento.
Se ofrece en un envase cuya etiqueta destaca el “Sistema de Biofactores” Wyeth. Resalta: “Desarrollo Mental y Visual”, “Crecimiento Físico”, “Digestión”, “Inmunidad”. (Anexo 3, Cuadro 15, Imagen 2)	Promil Gold 2	Art. 12 del Reglamento.

Cuadro 18. Estrategias de promoción en etiquetas de Happy Tot Super Foods y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Happy Tot Super Foods		
Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Alimento complementario a base de frutas Importado de Estados Unidos Etiqueta en idioma inglés Indicado desde los primeros meses de edad. (Anexo 3, Cuadro 16, Imagen 1)	Happy Tot Super Foods	Art. 12 del Reglamento

2. Etiquetas de biberones y tetinas

En el Cuadro 19 se detalla esta información.

Cuadro 19. Estrategias de promoción de etiquetas de biberones y tetinas por empresa y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Empresa	Estrategias de promoción en etiquetas	Marca	Violación a la ley:
Philips Avent (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 1)	Resalta que “reduce los cólicos” Muestra la imagen de un lactante pequeño	Biberón Classic+	Art. 13 de la Ley
Baby King (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 2)	Biberón importado de China. Muestra imagen de un niño pequeño	Baby King	Art. 12, inciso a) del Reglamento
NUK (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 3)	Biberón para ser usado en los primeros 6 meses de vida Dice estar diseñado “para simular la forma del pezón de la madre” Usa la figura de un bebé y un dibujo que compara la succión del pecho y del biberón	First Choice	Art. 13 de la Ley
	Otra presentación de biberones sentencia: “tan natural para el bebé” y “alimentación relajada como al amamantar”	First Choice	
	Chupetes diseñados “para simular la forma del pezón de la madre” y que proveen “un sano desarrollo de la mandíbula”	Baby Rose & Blue	
	Este modelo de chupete define su “forma natural”. Usa la figura de un lactante pequeño	Genuis	
Dr. Brown’s (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 4)	Ofrece 2 biberones por empaque. La mayoría del texto en inglés* En la parte posterior, un pequeño espacio en español habla del “sistema patentado de ventilación interna”	Dr. Brown’s	Art. 12 del Reglamento. Reglamento Técnico Centroamericano (RTCA) 67.01.07.10 Sección 9.2.1 y RTCA 67.01.60:10 Sección 3.24 y 4.4



WaKid's (Anexo 2, Cuadro 17, Imagen 5)	Texto en inglés.* Muestra imagen de un bebé	WaKid's	Art. 12, inciso a) del Reglamento. Reglamento Técnico Centroamericano 67.01.07.10 Sección 9.2.1 RTCA 67.01.60:10 Sección 3.24 y 4.4
Boo (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 6)	Resalta: "Chupete de silicón." Muestra imagen de un bebé	Boo	Art. 12 del Reglamento
Nüby (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 7)	Para utilizar a partir de los tres meses de edad	Cucharita Hot Safe	Art. 2, inciso e) de la Ley
Pura (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 8)	En idioma inglés* Usa la imagen de un niño lactante pequeño	Pura "Kiki"	Art. 12 del Reglamento
Gerber (Nestlé) (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 9)	Biberón decorado Declara: "ayuda a reducir cólicos"	First Essentials	Art. 13 de la Ley
	Cucharita que se indica desde los cuatro meses de edad	First Essentials	Art. 13 de la Ley
	El diseño Boys & Girls con atractivos dibujos	First Essentials	Art. 13 de la Ley
Evenflo (Anexo 3, Cuadro 17, Imagen 10)	Biberón, declara: "ayuda a reducir cólicos". Muestra un osito grabado en el propio biberón	Evenflo	Art. 13 de la Ley

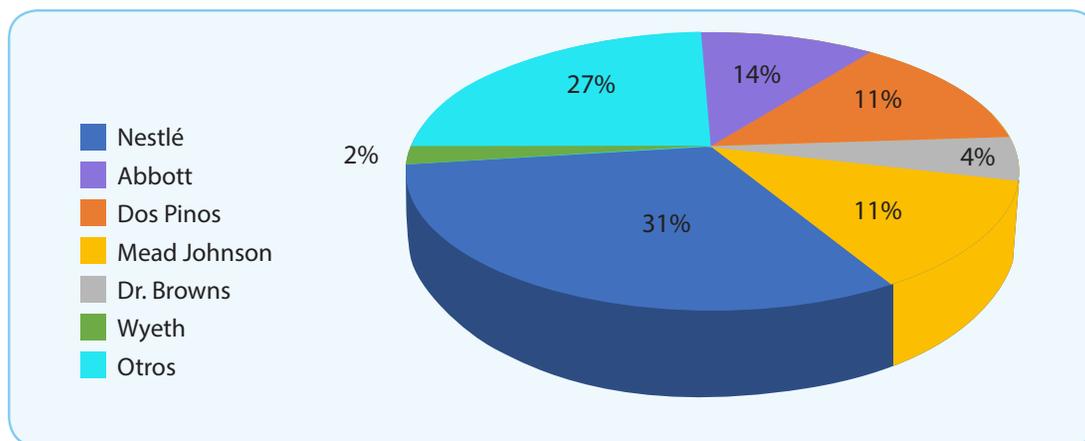
*Incumplimiento del Reglamento Técnico Centroamericano (11,12).

E. Material de promoción/publicidad

El Código y la ley guatemalteca son claros respecto de la prohibición de todo tipo de publicidad referida a SLM, sin embargo, las compañías argumentan que la publicidad dirigida a profesionales de salud es válida. De ese modo se han hallado numerosos ejemplos de violaciones a la ley en materiales que lejos de ser científicos, promocionan productos o líneas nutricionales de las empresas.

Al mismo tiempo aparecen nuevas modalidades que se potencian a través de las redes sociales.

Se analizaron 55 materiales de publicidad. En la siguiente gráfica se presenta detalle de las marcas.



Gráfica 8. Distribución de materiales de publicidad por empresa.

IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.



1. Internet y redes sociales

Esta información se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 20. Estrategias de promoción en internet y redes sociales y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Empresa	Estrategias de promoción en internet y redes sociales	URL	Violación a la ley:
Bebé Juguetón (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 1)	Promociona biberones y tetinas vía mail, en página de Internet y en Facebook “La tienda más completa de artículos para bebé” Club bebé Catálogo para fechas especiales Grandes ofertas y regalos	https://www.google.com.gt/ consultado: el 20 de septiembre 2,016	Artículo 5, 6, 7 del Reglamento
Nestlé Comienzo Sano (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 2)	Falta a la verdad al decir que “la Organización Mundial de la Salud recomienda lactancia exclusiva hasta los 6 meses de vida y se continúe la lactancia materna el mayor tiempo posible ” Los bebés al crecer a ritmos diferentes , los profesionales de la salud deberán guiar a las madres el tiempo apropiado en que su bebé debería comenzar a recibir alimentos complementarios ”	https://www.comienzosano.nestle.com/ (Para Centroamérica)	
Nestlé (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 3)	Nestum promociona sus productos sin información exacta de edad de inicio. Invita a un videochat sobre desarrollo psicomotor de los bebés	Facebook	
	Club Nestlé bebé Regalos de bienvenida	https://www.nestle-bebe.es/club-nestle-bebe	
Pekes Milk Guatemala (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 4)	Promociona la venta de fórmulas infantiles, incluyendo ofertas especiales como descuentos y envíos a domicilio, sin costo	Facebook	
Farmacias Cruz Verde (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 5)	Promociona fórmula Enfamil	http://www.cruz-verde.com.gt/	
Biberones OMI (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 6)	Mensajes publicitarios de Biberones	Facebook	
Dr. Brown’s (Anexo 3, Cuadro 18, Imagen 7)	Promoción de sus productos con premios canjeables en Kinder Guatemala	Facebook	

2. Materiales promocionales localizados en establecimientos de salud

En el siguiente cuadro se presenta esta información.

Cuadro 21. Material promocional en establecimientos de salud y las violaciones a la Ley. IV Monitoreo de Cumplimiento de la Ley de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna (Decreto No. 66-83) y su Reglamento (Acuerdo Gubernativo No. 841-87). Guatemala, julio de 2016.

Empresa	Material promocional	Marca	Violación a la ley:
Nestlé	Panel promocional que resalta las necesidades nutricionales de los bebés En letras muy pequeñas y desproporcionadas al resto señala: ✓ la edad recomendada de 6 meses ✓ El mensaje sobre la leche materna (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 1)	Nestum	Artículos 3 y 4 de la Ley
	Folleto. Confunde la lógica 1-2-3 donde el paso 2 se indica desde los 6 meses y por ende, el paso 1 debe ser anterior (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 2)	Nestum y Nestlé	
	Afiche que habla sobre la lactancia materna pero grafica el efecto de una “nutrición adecuada e inadecuada” Debajo se lee: “cuando la lactancia materna no sea posible, consulta a tu médico para que te recomiende una nutrición adecuada”. (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 3)	Nestlé	
Wyeth Nutrition	Publicidad para el público en general. (Anexo 3, Cuadro 19, imagen 4)	Toda la línea de productos	
Nutrilón	Stickers (calcomanías) con osito para premiar a los niños y niñas que se portan bien. (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 5)	Nutrilón 3	Artículo 3 de la Ley
Aspen	Guía nutricional Aspen Imagen de un pequeño lactante Promociona la línea de fórmulas infantiles (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 6)	Aspen	Artículos 3 y 6 de la Ley
Bebé Juguetón	Afiche de Bono 14 Promociona biberones Publicidad dirigida al público en general (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 7)	Avent	Artículo 5 de la Ley
Abbott	Afiche promocional con imagen de un lactante pequeño Usa el mensaje: “Una propuesta para una alimentación mejor” (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 8)	Abbott	Artículos 3 y 6 de la Ley
Mead Johnson	Cuadernillo de “Evaluación Infantil a través de los Hitos del Desarrollo” Destaca las áreas sobre las cuales actúa su fórmula Promociona su línea de fórmulas infantiles. (Anexo 3, Cuadro 19, Imagen 9)	Neuro Complete	Artículos 3 y 6 de la Ley

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las conclusiones de la serie de The Lancet sobre la lactancia materna son que ésta hace que el mundo sea más sano, más inteligente y tenga más igualdad.⁵ Con la universalización de la práctica de la lactancia materna, se podrían evitar las muertes de 823,000 niños y 20,000 madres cada año, junto con el ahorro de US \$ 300 mil millones.

Hace más de un siglo que se han reconocido los beneficios de la lactancia materna, pero a pesar de las pruebas contundentes de su poder transformador, su práctica es poco incentivada y, en los últimos años, su práctica en el país ha descendido.

La comercialización agresiva e inadecuada de los sucedáneos y otros productos que compiten con la leche materna, por fabricantes y distribuidores, continúa minando los esfuerzos por mejorar las tasas de lactancia natural.

El Código Internacional de Comercialización de los Sucédáneos de la Leche Materna y sus resoluciones posteriores tienen por objeto proteger al público y a los proveedores de servicios de salud de las estrategias inadecuadas de comercialización utilizadas por las empresas fabricantes de estos productos.

En Guatemala, la vigilancia de la aplicación del Código Internacional se hace a través del mecanismo oficial, es decir, vigilando la aplicación de la Ley de Comercialización de los sucedáneos de la leche materna y su Reglamento, lo que es fundamental para detectar su incumplimiento, notificarlo al órgano pertinente y hacer posible que se eviten las acciones que no cumplan con las medidas nacionales correspondientes.

En el país se han incorporado la mayoría de las disposiciones del Código en el Decreto Ley Número 66-83 y se han realizado tres monitoreos previos de la aplicación de la ley a nivel nacional, evidenciado que los mecanismos disponibles para el control del cumplimiento de la normativa nacional han sido insuficientes para la aplicación de la ley, la supervisión es ineficaz y, generalmente, no hay sanciones para las empresas que la violan.

En los resultados de este IV monitoreo de 2016 se encontró que, en contravención directa de la Ley, algunos representantes de empresas fabricantes de SLM promueven sus productos directamente con las mujeres embarazadas y las madres, lo que debilita su confianza en la lactancia materna. Ejemplo de esto se encuentran en los hallazgos de la búsqueda en Internet donde se identifica a las empresas que actualmente ofrecen regalos y otros beneficios a las que se unen a sus clubes de madres e hijos.

La Res. AMS 54.2 de 2001, establece por práctica óptima de alimentación infantil, la lactancia



materna exclusiva hasta los seis meses y continuada, con la incorporación de alimentos complementarios inocuos y apropiados, hasta los dos años o más. De esta definición de valor universal, se desprende que el inciso “e” del Artículo 2º Definiciones del Decreto Ley 66-83 debe leerse: “Preparaciones para lactantes. Todo sucedáneo de la leche materna preparado industrialmente de conformidad con las normas alimentarias aplicables, para satisfacer las necesidades nutricionales normales del lactante hasta la edad de seis meses y adaptado a sus características fisiológicas”.

En este monitoreo se encontró que muchas empresas cambian lo establecido por la AMS, al hacer referencia a continuar la lactancia materna “el mayor tiempo posible”, atribuyendo la frase a la OMS. La AMS, tampoco dice nada respecto del crecimiento a ritmos diferentes y menos aún, poner en duda el momento oportuno de introducción de alimentos complementarios. Las empresas que fabrican SLM eluden la prohibición de la publicidad de la fórmula infantil mediante la promoción de leches de continuación, que no son nutricionalmente necesarias, sobre las que las empresas hacen afirmaciones exageradas. Además, hacen uso de la ambigüedad al recomendar la introducción de algunos sucedáneos como “pasos” o “etapas”, sin especificar claramente la edad de introducción.

Esta misma resolución AMS, identifica como amenaza las diversas formas de comunicación electrónica, pero ni el Código ni las resoluciones posteriores han abordado específicamente este tema. Sin embargo, el Artículo 5 del Reglamento de la Ley nacional, se puede aplicar para prohibir la publicidad a través del internet, las redes sociales y las aplicaciones de teléfono móvil. La publicidad no está definida en el Código ni en la Ley nacional pero, utilizando el significado del diccionario común, la publicidad puede interpretarse como cualquier método que directa o indirectamente estimule a una persona a comprar un producto.

Las empresas fabricantes y distribuidoras de SLM tratan de influir sobre los profesionales de la salud a través del patrocinio indebido de conferencias de salud, la publicidad de sus productos (por ejemplo al ofrecer incentivos por promover sus productos), esto se incrementa cuando existen deficiencias en la ética profesional y la aplicación y el seguimiento de la Ley y su Reglamento.

Se ha aislado la lactancia materna dentro de la agenda de nutrición o alimentación del lactante y del niño pequeño en lugar de verse como parte de un enfoque clave de salud pública que puede ayudar a prevenir las enfermedades transmisibles y no transmisibles, reducir la mortalidad infantil y disminuir las inequidades y por lo tanto, el impacto que esto tiene no sólo sobre los individuos sino también sobre el país.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. Conclusiones

1. De las madres entrevistadas (n=94) un 54% continúan siendo influenciadas por los profesionales de la salud para tomar la decisión de abandonar la lactancia materna exclusiva.
2. El 30% de las madres entrevistadas reportó la entrega de muestras de SLM, en comercios.
3. Las etiquetas llamativas, descuentos a consumidores, exhibidor especial, regalos con la venta, carteles en exhibidor, información sobre productos, ventas especiales, textos que idealizan el uso de los SLM y expresiones que inducen a error o a la creencia sobre las cualidades de dichos productos en relación a la leche materna son estrategias de publicidad de los SLM, para influir directa o indirectamente en la incorporación de alimentos diferentes de la leche materna. El 34% de las madres entrevistadas refirió el consumo de estos productos por influencia de la publicidad.
4. En los comercios visitados fue frecuente encontrar personal de comercialización de las empresas que asesoran al público acerca de sus productos; lo cual no es permitido por el artículo 5 de la Ley.
5. En un 8% de los 72 comercios monitoreados, las compañías distribuidoras de SLM continúan entregando muestras de sus productos en puntos de venta, incluyendo alimentos complementarios y leches indicadas desde el año de vida. Esta situación también se observó en el 30% de los 27 establecimientos de salud monitoreados, generalmente, mediado por los médicos y otros trabajadores de los servicios de salud.
6. Todas las estrategias de comercialización prohibidas por el Decreto Ley 66-83 fueron identificadas en este monitoreo.
7. Persiste la publicidad de SLM en los 72 comercios y 27 establecimientos públicos y privados del sistema de salud, monitoreados, lo que está prohibido según lo especifica el Artículo 5 de la Ley.
8. Ha surgido la publicidad de “agua especial para bebés” para crear la necesidad de compra, violentando la Ley y su Reglamento.
9. Las compras de SLM en hospitales y clínicas se realiza en general por los canales normales de administración, sin embargo, se detectaron muchos casos de donaciones por parte de varias compañías, que no fueron solicitadas, pero sí aceptadas por las autoridades de los servicios, violando el Artículo 12 de la Ley y Artículo 9 del Reglamento.



10. Las empresas fabricantes y distribuidoras de SLM entregan regalos personales a los profesionales de salud, en los servicios. Estos van desde lapiceros hasta USB pasando por toda una gama de elementos que publicitan productos prohibidos, comprendidos en la Ley nacional.
11. Los establecimientos de salud las empresas fabricantes y distribuidoras de SLM los han convertido en receptores de elementos de trabajo promocionales de estos productos, tales como tallímetros, relojes, historias clínicas, entre otros.
12. Las empresas fabricantes y distribuidoras de SLM promueven el patrocinio de eventos científicos y gremiales, jornadas, cenas y aún hospedaje en lujosos hoteles a los profesionales de la salud como estrategia eficaz para posicionar estos productos.
13. Se observó que persisten las alianzas público-privadas con conflicto de intereses, en detrimento de la lactancia materna.
14. Las etiquetas de fórmulas infantiles abusan en destacar propiedades pretendidamente saludables que idealizan o causan confusión sobre sus propiedades a pesar de que esto está prohibido en la Ley nacional y en la resolución AMS 58.32 de 2005 y en la 63.23 de 2010. En general cada compañía ha creado un logo que identifica su línea y en el que se resalta fundamentalmente el agregado de nutrientes y otras sustancias para inducir la creencia sobre cualidades de dichos productos en relación a la leche materna, lo que está prohibido según el Artículo 13 de la Ley.
15. En cuanto a los ingredientes utilizados, composición y análisis de las fórmulas lácteas, continúa la práctica de no aclarar que la procedencia de la proteína es de origen animal.
16. Los diseños de las etiquetas se esmeran en ser llamativas al público y casi invariablemente poseen figuras que remiten a la niñez, la maternidad y la crianza, como estrategia para idealizar su uso.
17. Persisten en las etiquetas y la publicidad, las frases desalentadoras de la lactancia materna como: “cuando la lactancia materna es insuficiente o no es posible”.
18. Existen en el mercado una variedad de alimentos complementarios y productos cuyas etiquetas están escritas en un idioma distinto al español.
19. Todas las marcas de alimentos complementarios utilizan la estrategia de no definir de manera exacta la edad de inicio. Así, “primera etapa” o “primer paso” son formas elusivas de indicar la edad de introducción del producto, lo que podría causar confusión e inducir a su uso a una edad inadecuada.
20. En la publicidad de los biberones y tetinas se les han atribuido propiedades tales como ser “anti cólico”, haciéndolos atractivos para las madres, que tiende a idealizar el producto y causa confusión sobre las propiedades del mismo.

- 
21. Se observó el aumento de vallas publicitarias de fórmulas para niños mayores de dos años, así como la promoción de propiedades saludables en la etiqueta.
 22. Los materiales impresos de SLM que se distribuyen en hospitales, clínicas y comercios, contienen múltiples infracciones a la Ley.
 23. El uso de la tecnología se ha expandido como la nueva forma de publicidad de los SLM a través de redes sociales, internet, aplicaciones para teléfono móvil. Facebook es hoy la más utilizada, donde los clubes para madres merecen una especial atención para que conozcan la Ley y su Reglamento.
 24. En este monitoreo se encontró que el 54% de las madres practican lactancia materna exclusiva, llamando la atención su coincidencia con los datos reportados en la ENSMI 2014- 2015 (53.2%).

B. Recomendaciones

Conscientes de que el Artículo 14 de la Ley de comercialización de los sucedáneos de la leche materna y los Artículos 14 y 15 de su Reglamento, establecen claramente que compete al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, por medio de sus dependencias administrativas, técnico-normativas y ejecutivas, establecer las disposiciones o acciones para su cumplimiento, se plantean las siguientes recomendaciones:

1. Difundir los resultados del IV Monitoreo de la Ley y su Reglamento.
2. Elaborar un plan de acción para la vigilancia del cumplimiento de la Ley nacional.
3. Desarrollar una estrategia de educación, información y capacitación sobre Ley de comercialización de los sucedáneos de la leche materna y dirigida a profesionales y trabajadores de salud.
4. Que el ente regulador correspondiente, implemente un control riguroso para la aprobación del etiquetado de SLM o alimentos infantiles industrializados que cumpla con la Ley nacional.
5. Que se desarrollen los procesos administrativos y sancionatorios a las empresas fabricantes y distribuidoras de SLM así como a los trabajadores de salud que contravengan las disposiciones del Decreto-Ley 66-83 y su Reglamento.
6. En cuanto a los donativos de fabricantes o distribuidores de SLM, vigilar el cumplimiento del Artículo 4 de la Ley y 9 del Reglamento.
7. La Asamblea Mundial de la Salud (AMS) es el órgano decisorio supremo de la Organización Mundial de la Salud (OMS), integrada por los altos funcionarios de salud de los 194 Estados Miembros, en la que se aprueban asuntos técnicos y sanitarios, mediante resoluciones. Guatemala, como miembro de la AMS ha aprobado



resoluciones posteriores a la adopción del Código, especialmente la relacionada con la alimentación del lactante y del niño menor de 3 años (WHA69/7 Add.1, 13 de mayo de 2016), por lo que es necesario identificar estrategias ad hoc para su adopción y cumplimiento.

8. Cumplir el Artículo 3º de la Ley y 5º, 6º y 7º del Reglamento en cuanto al material informativo elaborado o editado por fabricantes y distribuidores de SLM, relacionado con la alimentación del lactante y del niño menor de dos años, dirigido a diferentes audiencias.
9. Diseñar e implementar una estrategia de comunicación por diversos medios dirigida a los trabajadores de salud, a las industrias fabricantes y distribuidoras y a los comerciantes de los SLM y población en general, para difundir los contenidos de los instrumentos legales del país, y hacer conciencia de las responsabilidades de cada uno en relación a la promoción, protección y apoyo de la lactancia materna.
10. Identificar estrategias que contribuyan a evitar los conflictos de interés que lleva a muchos a incumplir con la ley y faltar a la ética inherente al ejercicio profesional, debido a la confianza que las familias depositan en el personal de los servicios de salud para el cuidado de sus hijas e hijos.
11. Desarrollar la normativa para la regulación de los biberones y tetinas (mamonos), dada la alta incidencia de enfermedades infectocontagiosas en la infancia y en algunos casos por la presencia de bisfenol en estos productos.
12. Crear alianzas dentro del MSPAS y con otras instancias afines, para coordinar y delimitar funciones que permitan la vigilancia y cumplimiento de la Ley y su Reglamento.
13. Previa a autorizar el registro sanitario de los suplementos alimenticios, que Regulación y Control de Alimentos vele porque se especifique claramente el rango de edad para el que está indicado ya que se promueven para toda la familia y son colocados junto con las preparaciones para lactantes y productos de origen lácteo.
14. Adaptar los instrumentos de monitoreo del código para que todos los aspectos de la Ley Nacional estén incluidos y oficializarlos.
15. Incluir el tema de lactancia materna, el Código, la Ley nacional y su Reglamento en el currículum de pre y post grado de las escuelas formadoras de recursos humanos en salud y ciencias afines.
16. Promover la generación de evidencia científica a nivel nacional en temas relacionados con la lactancia materna, la vigilancia y el cumplimiento de la Ley nacional, su Reglamento y del Código además de las resoluciones de la Asamblea Mundial de la Salud (AMS), sobre alimentación del lactante y del niño pequeño.

IX. BIBLIOGRAFÍA

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. UNICEF, IBFAN-ICDC, CEFEMINA-IBFAN LAC. Herramienta Monitoreo del Código. Revisada, actualizada y adaptada al español. 2015
2. IBFAN-CONAPLAM. INICIATIVA MUNDIAL SOBRE TENDENCIAS DE LA LACTANCIA MATERNA WBTi. Guatemala, octubre 2015
3. Declaración de Innocenti. Florencia, Italia; 22 de noviembre de 2005
4. Organización Panamericana de la Salud. 30 años del Código en América Latina: Un recorrido sobre diversas experiencias de aplicación del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna en la Región entre 1981 y 2011. Washington D.C.: OPS; 2011.
5. Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá. Primera serie de la Revista The Lancet sobre lactancia materna, Guatemala: INCAP; 2016. 34.
6. 10 Datos sobre Lactancia Materna. Disponible en: <http://www.who.int/features/factfiles/breastfeeding/es/>
7. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)-Instituto Nacional de Estadística (INE)-Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (Segeplán). VI Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil. ENSMI 2014-2015. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)-Instituto Nacional de Estadística (INE)-Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (Segeplán). Guatemala; noviembre 2015.
8. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Organización Panamericana de la Salud, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Promoción y Apoyo a la Lactancia Materna en un Servicio de Salud Amigo de la Lactancia Materna, Manual del Participante, Curso de 20 Horas para el Personal de Salud. Guatemala: 2ª Edición; 2015.
9. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancias, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Red Internacional de Grupos Pro Alimentación Infantil. Investigación sobre el Monitoreo y Cumplimiento de la Ley de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna y su Reglamento en Guatemala. Guatemala; 2005.
10. LEY DE COMERCIALIZACION DE LOS SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y SU REGLAMENTO. Disponible en: http://mspaspas.gob.gt/salud/web/images/stories/DGRVCS/comun/Indice_de_alimentos/Decretos/D TO66_83.pdf
11. Reglamento Técnico Centroamericano de 2010, RTCA 67.01.07:10 (2010).
12. Reglamento Técnico Centroamericano, RTCA 67.01.60:10 (2010).



ANEXO 1

A. Equipo de Apoyo

- Dr. Fernando Valone, Consultor Ministerio de Salud Argentina
- Licda. Maira Ruano, Consultora Nutrición OPS Guatemala
- Dra. Vilma Chávezde Pop, IBFAN Guatemala

B. Equipos de Monitoreo

Monitoreo Alta Verapaz

- Jorge Sánchez, PROSAN/MSPAS
- Kimberly Rodas, Profesional voluntaria
- Naivy Coc, Profesional voluntaria
- Licda. Wendy Ramírez, DIACO/MINECO

Monitoreo Amatitlán y Escuintla

- Licda. Ana María Jiménez, PROSAN/MSPAS
- Licda. Ivette Quintana, IBFAN
- Licda. Adelis Velásquez, Promoción y Desarrollo de Hospitales/MSPAS
- Lic. Elvis Marroquín, DIACO/MINECO

Monitoreo Área Metropolitana

- Licda. Nancy Almengor, PROSAN/MSPAS
- Licda. María Antonieta González, INCAP
- Licda. Cecilia Mérida, Cruz Roja
- Licda. Silvia Rodríguez, Promoción y Desarrollo de Hospitales/MSPAS
- Licda. Ody Cuevas, DIACO/MINECO
- Licda. Susana Aguilar, OPS/OMS Guatemala.
- Licda. Ana Irene Corado, INCAP

Monitoreo Chiquimula

- Luis Chen, PROSAN/MSPAS
- Licda. María José Guerra, Promoción y Desarrollo de Hospitales/MSPAS
- Juan Pablo Garrido, IBFAN
- Herbert Ordoñez, DIACO/MINECO

Monitoreo Quetzaltenango

- Licda. Lourdes Fajardo, PROSAN/MSPAS
- Lic. Marco Antonio Ruano, DIACO/MINECO
- Lic. Freddy Ardón, IBFAN
- Licda. Ana Beatriz Juárez, Promoción y Desarrollo de Hospitales/MSPAS
- Licda. Leslie Cutzal, DRCA/MSPAS
- Lic. Edgar Ortega, DRCA/MSPAS



ANEXO 2
Artículos de la Ley y su Reglamento utilizados para el análisis de los datos

Cuadro 1. Artículos de la Ley y su Reglamento, utilizados para analizar la información proporcionada por la madre

Ley 66-83	Elementos a evaluar
Artículo 5	Si los fabricantes y distribuidores de los productos a que se refiere la ley, facilitan, directa o indirectamente, a las mujeres embarazadas o a las madres, muestras de los productos comprendidos en las disposiciones de la ley y de artículos o utensilios que puedan fomentar la utilización de sucedáneos de la leche materna.
Artículo 7	Si el personal de comercialización de las empresas tuvo contacto directo o indirecto, a título profesional, con mujeres embarazadas o madres de lactantes o niños de corta edad.
Acuerdo Gubernativo 841-87	Elementos a evaluar
Artículo 8	Si el personal de comercialización de los Sucedáneos de la leche materna o sus similares, tuvo relación directa de carácter profesional con gestantes o madres de niños menores de dos años.

Cuadro 2. Artículos de la Ley y su Reglamento, utilizados para analizar la información obtenida en los puntos de venta.

Ley 66-83	Elementos a evaluar
Artículo 5	<ul style="list-style-type: none"> • Si los fabricantes y distribuidores de los productos a que se refiere la ley: Facilitan, directa o indirectamente, a las mujeres embarazadas o a las madres, muestras de los productos comprendidos en las disposiciones de la ley y de artículos o utensilios que puedan fomentar la utilización de SLM. • Hacen publicidad destinada al público en general, de los productos referidos a la Ley.
Artículo 7	<ul style="list-style-type: none"> • Si el personal de comercialización de las empresas tiene contacto directo o indirecto, a título profesional, con mujeres embarazadas o madres de lactantes o niños de corta edad. • Si en las instalaciones del sistema de atención de salud se permite el empleo de representantes de servicios profesionales, de enfermeras de maternidad o personal análogo, facilitado o remunerado por los fabricantes o los distribuidores de los productos a que se refiere esta ley.
Artículo 10	Si los fabricantes y distribuidores promueven los productos comprendidos en las disposiciones de la ley, incentivos financieros o materiales al personal de los servicios de salud.



Acuerdo Gubernativo 841-87	Elementos a evaluar
<p>Artículo 8</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si el personal de comercialización de los SLM o sus similares, tiene relación directa de carácter profesional con gestantes o madres de niños menores de dos años. • Si los fabricantes o distribuidores hacen donativos de equipos o material informativo o educativo referente a los productos objeto de este Reglamento, con autorización escrita del MSPAS.

Cuadro 3. Artículos de la Ley y su Reglamento, utilizados para analizar la información obtenida en hospitales, clínicas y por trabajadores de salud.

Ley 66-83	Elementos a evaluar
<p>Artículo 6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si las instalaciones del hospital, sanatorio o clínica, están siendo utilizadas para la promoción de preparaciones para lactantes u otros productos a los que se refiere esta ley. • Si la información facilitada para los fabricantes y los distribuidores a los profesionales de salud, se limita a datos científicos y objetivos y si no lleva implícita ni suscita la creencia de que la alimentación con biberón es equivalente o superior a la lactancia natural. Dicha información debe incluir también los datos especificados en el Artículo 3.
<p>Artículo 7</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si el personal de comercialización de las empresas tiene contacto directo o indirecto, a título personal o profesional, con mujeres embarazadas o madres de lactantes o niños de corta edad. • Si en las instalaciones del sistema de atención de salud se permite el empleo de representantes de servicios profesionales, de enfermeras de maternidad o personal análogo, facilitado o remunerado por los fabricantes o los distribuidores de los productos a que se refiere esta ley.
<p>Artículo 8</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si únicamente el personal de los centros de atención de salud es el autorizado para hacer demostraciones sobre alimentación con preparaciones para lactantes, fabricadas industrialmente o elaboradas en casa. • Si estas demostraciones únicamente se dirigen a las madres o a los miembros de las familias que necesiten utilizarlas. • Si la información facilitada incluye una explicación clara de los riesgos que puede acarrear la utilización incorrecta de dichas preparaciones.
<p>Artículo 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si los agentes de salud, instituciones o dependencias de servicios de atención de salud y personal de estas, estimulan y protegen la lactancia natural. • Si el personal de salud que se ocupa particularmente de la nutrición de la madre y del lactante, está familiarizado con las obligaciones que les incumben en virtud de la Ley.



Artículo 10	Si los fabricantes y distribuidores promueven los productos comprendidos en las disposiciones de la ley y si brindan incentivos financieros o materiales al personal de los servicios de salud.
Artículo 11	<ul style="list-style-type: none"> • Si los fabricantes y distribuidores de los productos relacionados en la presente ley, declaran a la institución o dependencia a la que pertenezca el empleado o funcionario respectivo, toda contribución hecha a favor de éste, con el fin exclusivo de financiar becas, viajes de estudio, subvenciones para investigación, gastos de asistencia a conferencias profesionales y demás actividades de esa índole. • Si el empleado o funcionario, previo a gozar de dicho beneficio, cuenta con la autorización extendida por la autoridad superior jerárquica del servicio a que pertenezca, y la aprobación en su caso, del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social o del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS). • Si el personal de salud de instituciones o servicios privados, cuenta con la aprobación de la Asociación Pediátrica de Guatemala, para aspirar a estos beneficios, previa solicitud de dicha Asociación a los fabricantes o distribuidores.
Acuerdo Gubernativo 841-87	Elementos a evaluar
Artículo 8	<ul style="list-style-type: none"> • Si el personal de comercialización de los Sucedáneos de la leche materna o sus similares, tiene relación directa de carácter profesional con gestantes o madres de niños menores de dos años. • Si los fabricantes o distribuidores hacen donativos de equipos o material informativo o educativo referente a los productos objeto de este Reglamento, con autorización escrita del MSPAS.
Artículo 9	Si los servicios de salud cuentan con la autorización del MSPAS previo a recibir donativos o para comprar a precios más bajos de los del mercado, las preparaciones para lactantes o de otros productos comprendidos en las disposiciones vinculadas con atención de lactantes y niños menores de dos años.
Artículo 10	Si los establecimientos del sistema de atención de salud Pública o privada en el país, permiten el empleo de personal facilitado o remunerado por los fabricantes o distribuidores de los productos comprendidos en este Reglamento.

Cuadro 4. Artículos de la Ley y su Reglamento, utilizados para el análisis de la información de las etiquetas de los productos.

Ley 66-83	Elementos a evaluar
Artículo 13	Si las etiquetas de los recipientes o envases de los SLM, no se utilizan las expresiones prohibidas: “leche humanizada”, “leche maternizada”, “equivalente de la leche materna” o cualquier otra expresión que induzca a error o a la creencia sobre las cualidades de dichos productos en relación a la leche materna.
Acuerdo Gubernativo 841-87	Elementos a evaluar
Artículo 11	Si las etiquetas o rótulos de los SLM contienen la siguiente información: a) Una declaración de la superioridad de la alimentación al pecho, objetivada en la leyenda “La Leche Materna es el Mejor Alimento para el Lactante” impresa en tipo de color visible y letras de altura no menor de 5 mm; b) Los ingredientes utilizados en orden cuantitativo de contenido; c) Composición y análisis del producto; d) Condiciones requeridas para su almacenamiento; e) Número de serie y fecha límite para consumo del producto; f) Instrucciones para la preparación y medidas higiénicas a seguir, además de la edad del niño para quien está indicado su uso.
Artículo 12	Si el rótulo o etiqueta de las presentaciones de los SLM o alimentos infantiles industrializados no contienen: <ul style="list-style-type: none"> - Información que pueda estimular el uso del biberón. - Mensajes como los siguientes: a) Imágenes de niños lactantes u otras que puedan idealizar el empleo del biberón; b) Leyendas, dibujos o ilustraciones que directa o indirectamente tiendan a crear la convicción de que el alimento sustituto es equivalente o superior a la leche materna.



Cuadro 5. Artículos de la Ley y su Reglamento, utilizados para analizar la información de los materiales de promoción/publicidad de los productos.

Ley 66-83	Elementos a evaluar
<p>Artículo 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si los materiales informativos y educativos, impresos, auditivos o visuales, relacionados con la alimentación de los lactantes y destinados a las mujeres embarazadas y a las madres de lactantes y niños de corta edad, incluyen datos claramente presentados sobre: a) Ventajas y superioridad de la lactancia natural; b) Nutrición materna y preparación para la lactancia natural y mantenimiento de ésta; c) Efectos negativos que ejerce sobre la lactancia natural la introducción parcial de la alimentación con biberón; d) Dificultad de revertir la decisión de suspender la lactancia natural; y e) Uso correcto, cuando así convenga, de preparaciones para lactantes. • Si los materiales que contienen información relativa al empleo de preparaciones para lactantes, señalan claramente los riesgos que presentan para la salud, los alimentos o los métodos de alimentación inadecuados y los riesgos que presentan para la salud el uso innecesario o incorrecto de preparaciones para lactantes y otros SLM. • Si estos materiales utilizan imágenes o textos que puedan idealizar el uso de SLM.
<p>Artículo 6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si las instalaciones del hospital, sanatorio o clínica, están siendo utilizadas para la promoción de preparaciones para lactantes u otros productos a los que se refiere esta Ley. • Si la información facilitada por los fabricantes y los distribuidores a los profesionales de salud, se limita a datos científicos y objetivos y si no lleva implícita ni suscita la creencia de que la alimentación con biberón es equivalente o superior a la lactancia natural. Dicha información debe incluir también los datos especificados en el Artículo 3.
Acuerdo Gubernativo 841-87	Elementos a evaluar
<p>Artículo 5</p>	<p>Si el material informativo, publicitario didáctico o cualquier otro destinado a la difusión de la alimentación del lactante, del niño menor de dos años así como de gestantes o madres de niños menores de dos años cumple lo siguiente: a) Indicar que la leche materna es el mejor alimento para los niños menores de dos años de edad; b) No llevar fotos, figuras, sonidos o mensajes de niños menores de dos años de edad u otras imágenes que idealicen el producto o causen confusión sobre las propiedades del mismo; c) No llevar o presentar imágenes de profesionales de las ciencias de la salud o cualquier otro signo convencional que sugiera que estos productos son recomendados por la autoridad de salud; d) Incluir información sobre la importancia de las prácticas de higiene en la preparación del producto, así como la importancia de la higiene de la persona responsable de la preparación de los mismos.</p>



Artículo 6	Si el material informativo elaborado o editado sobre alimentación del lactante y del niño menor de dos años, destinado a las gestantes, madres de lactantes o de niños menores de dos años, para ser utilizado en el territorio nacional, cumple con el requisito previo de ser revisado y autorizado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
Artículo 7	Si el material que contiene información acerca del empleo de preparaciones para lactantes, sustitutos de la leche materna, señala el riesgo que implica para la salud del niño, el uso innecesario, inadecuado e indiscriminado de dichas preparaciones.



ANEXO 3 Evidencia fotográfica

Cuadro 1. Estrategias de promoción utilizadas por las empresas fabricantes y distribuidores



Imagen 1.
Provisión de carteles para exhibidores especiales en puntos de venta



Imagen 2.
Instalación de surtidores de agua en farmacia con promoción de productos

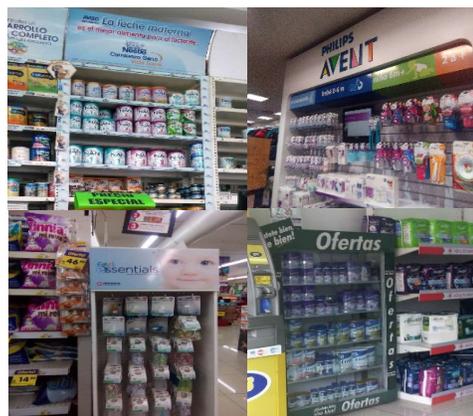


Imagen 3.
Provisión de exhibidores especiales para sus fórmulas y productos



Imagen 4.
Uso de panel gigante para promoción de biberones



<p align="center">Imagen 5.</p> <p align="center">Uso de exhibidor con variedad de alternativas con cartel que dice; "FORMULAS NUTRICIONALES IGUALES (LECHES) SOLO QUE A MENOR PRECIO"</p>	<p align="center">Imagen 6.</p> <p align="center">Promoción de propiedades saludables para el desarrollo mental</p>
<p align="center">Imagen 7.</p> <p align="center">Precios especiales, precios promocionales (Ejemplo: "paga 3-lleva 4) o descuentos para fórmulas o biberones y porta biberones</p>	<p align="center">Imagen 8.</p> <p align="center">Regalo por compra de fórmula o biberón</p>



Imagen 9.
Exhibidores para sus fórmulas con precios especiales



Imagen 10.
Empleo de la imagen de un bebé en etiqueta del producto.



Imagen 11.
Etiquetas en diferentes idiomas pero no en español



Imagen 12.
Fórmulas especiales en góndola con otros alimentos infantiles



Imagen 13.
Productos propuestos como alimento complementario sin indicar la edad de introducción o para emplearse desde los cuatro meses de edad



Imagen 14.
Ventas vinculadas (cuando un producto depende de otro) en cadena de farmacias



Cuadro 2. Productos promocionales exhibidos en los servicios de salud



Imagen 1.
Tallímetro en sala de espera



Imagen 2.
Calendario en oficina

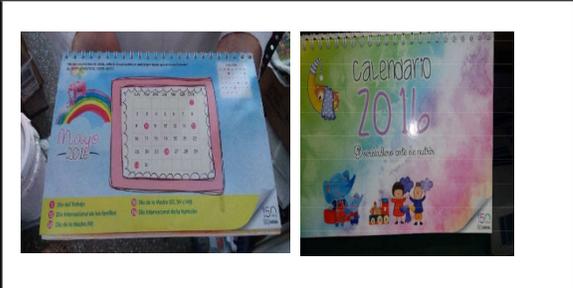


Imagen 3.
Calendario en escritorio



Imagen 4.
Reloj de pared



Imagen 5.
Afiches



Imagen 6.
Calendario y guía nutricional Aspen



Imagen 7.
Calendario con imagen de bebé (Agua Scandia)



Imagen 8.
Afiche que vincula la imagen de un bebé con su "propuesta para alimentación mejor"

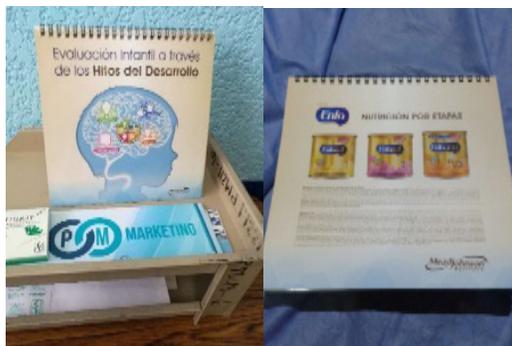


Imagen 9.
Cuadernillo de “Evaluación Infantil a través de los Hitos del Desarrollo”

Cuadro 3. Evidencia fotográfica de las estrategias dirigidas al personal de salud: Regalos

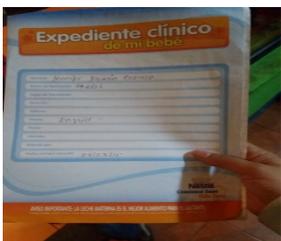


Imagen 1.
Dotación de expediente clínico



Imagen 2.
Regalo de USB con publicidad de fórmula



Imagen 3.
Porta lapicero y notas adhesivas



Cuadro 4. Evidencia fotográfica del patrocinio a profesionales e instituciones de salud.



Imagen 1

Cena - conferencia con el lema "Tranquilidad a la cuenta de tres: Nan Confort"

Cuadro 5. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiqueta de Abbot



Imagen 1.

Osito durmiendo, destaca propiedades



Imagen 2.

Osito durmiendo, fórmula sin lactosa



Imagen 3.

Osito sentado



Imagen 4.

Osito parado



Imagen 5.

Osito durmiendo, fórmula indicada desde el nacimiento.



Cuadro 6. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Friso: Friesland Campina Pisa S.A.



Imagen 1
Destaca el contenido



Imagen 2
Destaca frase



Imagen 3
Resalta los corazones

Cuadro 7. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas de Gerber.



Imagen 1
Indicación confusa a cerca del uso.

Cuadro 8. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas de Hero



Imagen 1.
Fórmula importada de España



Imagen 2.
Alimento complementario utilizado a los cuatro meses



Imagen 3.
Recomienda su uso (triturada) desde los cuatro meses



Cuadro 9. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas de Mead Johnson	
	
<p>Imagen 1 Esta línea posee características comunes. Uso de logo neuro complete</p>	<p>Imagen 2 Presentada como fórmula especial.</p>



Cuadro 10. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Nestlé

<p>Imagen 1 Resalta contenido de proteína optimizada</p>	<p>Imagen 2 Diseño similar.</p>
<p>Imagen 3 Destaca logo Gentle Start</p>	<p>Imagen 4 La etiqueta tiene el mismo diseño de Nan confort 1</p>
<p>Imagen 5 Indica administrarla al año de edad.</p>	<p>Imagen 6 Recomendada para reducir posibilidad de alergias.</p>



Cuadro 11. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Nutribén



Imagen 1.

Diseños atractivos que violan la ley.

Cuadro 12. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Nutribio



Imagen 1.

Importada de Francia. En el reverso expresa: "Dar la fórmula infantil Equate representa un tiempo que ayuda a estrechar el vínculo madre-bebé"



Imagen 2.

Diseño atractivo que viola la ley.



Imagen 3.

Recuadro de "AVISO IMPORTANTE" que dice: "Lailac 2 puede suministrarse en casos que la lactancia materna sea insuficiente o no sea posible".

Cuadro 13. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Nutricia



Imagen 1.

Fórmula indicada para prematuros y lactantes/ Resalta contenido de prebióticos, vitaminas, AA/ARA y hierro



Imagen 2.

Fórmula recomendada a partir de los seis meses de edad.



Imagen 3.

Debajo de la leyenda "Aviso Importante", en tamaño menor a los 5 mm estipulados en el Reglamento



Cuadro 14. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Scandia



Imagen 1
Agua indicada como ideal para preparar mezcla de fórmula, jugos.

Cuadro 15. Estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Wyeth



Imagen 1.
Afirma: “Desarrollo Mental y Visual”,
“Crecimiento Físico”, “Digestión”,
“Inmunidad”.



Imagen 2.
Se ofrece en un envase cuya etiqueta
destaca el “Sistema de Biofactores”



Cuadro 16. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción de SLM en etiquetas. Happy tot super Foods



Imagen 1.
Alimento complementario a base de frutas

Cuadro 17. Evidencia fotográfica de estrategias de promoción de etiquetas de biberones y tetinas



Imagen 1.
Resalta que “reduce los cólicos”



Imagen 2.
Muestra imagen de un niño pequeño



Imagen 3.
Biberones para ser usados en los primeros 6 meses,
chupetes simulando forma del pezón.

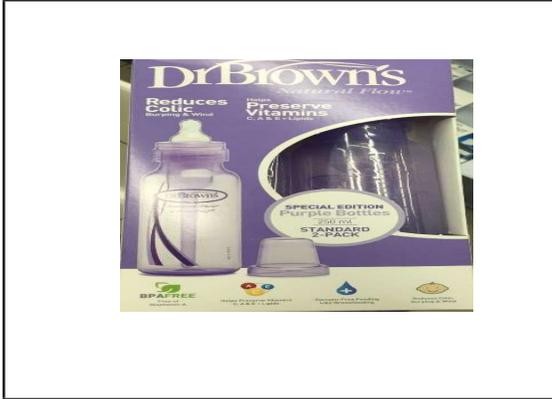


Imagen 4.
Biberones, texto en inglés



Imagen 5.
Texto en inglés



Imagen 6.
" Resalta Chupete de silicón"

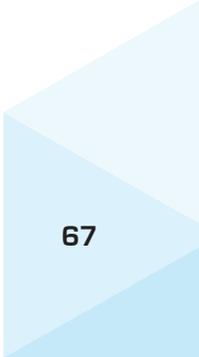




Imagen 7.
Para utilizar a partir de los tres meses de edad.



Imagen 8.
En idioma inglés



Imagen 9.
Biberon decorado, cucharita indicada desde los cuatro meses, diseños atractivos



Imagen 10.
Biberón, declara: "ayuda a reducir cólicos".



Cuadro 18. Evidencia fotográfica de las estrategias de promoción en internet y redes sociales

 <p>BIBERONES Y ACCESORIOS</p> <p>SET DE REGALO LACTANCIA</p> <p>incluye 3 biberones de 6 oz, 6 tubos de 50 ml, 20 tetinas para alimentar leche materna y 2 adaptadores.</p> <p>medela</p> <p>grandes ofertas BONO 14</p> <p>50% de descuento</p> <p>Bebé Juguetón</p> <p>ya llegó medela a bebéjuguetón</p>	 <p>AVISO IMPORTANTE</p> <p>La lactancia materna es la mejor opción para la niña o el niño. La leche materna es el alimento ideal para el sano crecimiento y desarrollo de los lactantes niños y niñas: pechoños y fortalece las defensas del cuerpo humano para prevenir la diarrea y otras enfermedades. Colados OERBERG® y Cereales infantiles NESTUM® a partir de los 6 meses. Cereales infantiles con leche CERELAC® a partir de los 12 meses. Leche de crecimiento NAN® 3 de 1 a 3 años de edad. Marcas Registradas usadas bajo licencia de su titular, Société des Produits Nestlé S.A., 1830 Vevvey Suiza.</p> <p>NOTA IMPORTANTE: La Organización Mundial de la Salud recomienda lactancia exclusiva hasta los 6 meses de vida y se continúa la lactancia materna el mayor tiempo posible. Los bebés al crecer a ritmos diferentes, los profesionales de la salud deberán guiar a las madres el tiempo apropiado en que su bebé debería comenzar a recibir alimentos complementarios.</p> <p>2012 NESTLÉ Todos los derechos reservados</p> <p>© MARCAS REGISTRADAS PROPIEDAD DE SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. 1830 VEVEY SUIZA.</p> <p><input type="checkbox"/> He leído este aviso</p> <p>Al continuar con la visita en la página, aceptas el uso de cookies. Las mismas nos permiten mejorar la experiencia de este sitio y ofrecerte servicios y contenidos adaptados a tus intereses.</p> <p>EL SECTOR DE NEGOCIO NO OCULTAR LA INFORMACIÓN</p>
<p>Imagen 1. Promoción biberones y tetinas</p>	<p>Imagen 2. Falta a la verdad</p>



Para que los niños pequeños puedan obtener los nutrientes que necesitan para su crecimiento y desarrollo, las comidas deben ofrecer nutrientes esenciales en una porción pequeña y deben servirse con frecuencia durante el día, normalmente tres comidas equilibradas y de dos a tres tentempiés nutritivos entre comidas durante el día. Tu niño de 12 meses de edad necesita alimentos de cada grupo alimenticio todos los días.

A continuación, encontrarás sugerencias de porciones para cada grupo alimenticio.

Grupos alimenticios	Consumo diario*	Ejemplos de porciones
Lácteos	470 ml	De 120 ml a 240 ml
		<p>Cada uno de estos ejemplos aporta aprox. 14 g de grmos equivalentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1/2 rebanada de pan integral • 1/4 de bagal de trigo entero

* visita en la página, describe el uso de unidades. Las raciones son porciones reales la suavidad de este sitio y ofrecen descripciones y contenido relacionado a sus intereses.

DESAYUNITO DELICIOSO
18 de julio a las 9:30

¿Un desayuno para tu peque que lo dejará listo para tener un día lleno de energía? ¿Con qué combinas nuestros cereales mamita?

Me gusta Comentar Compartir

¡Pronto será nuestro videochat sobre el desarrollo psicomotor de tu bebé!
18 de julio a las 10:05

¿Qué día lo prefieres mamita?

Me gusta Comentar Compartir

Apúntate* y consigue tu regalo de bienvenida

Club Nido Bebé

Imagen 3.
Promociona productos sin información exacta. Club regalos de bienvenida

Pekes Milk Guatemala
28 de junio a las 22:46

¡Pekes Milk Guatemala, pensamos en los más pequeñitos de casa. Muchas veces nuestros bebés están muy incómodos de su barriguita! Es porque necesitan alimentación especial!!!!
Entregamos a domicilio SIEMPRE.. WhatsApp 30145995 o Inbox!!!!

Enfamil Confort! OFERTON!!!!

900 GRAMOS a Q 230
1800 GRAMOS a Q 430
En Farmacias los 900 GRAMOS Q 317

Me gusta Comentar Compartir

Pekes Milk Guatemala con Bebes y Niños Online

¡Pekes Milk Guatemala!!! En todas las farmacias de todo el país...
¡Atención a la atención de pedidos INVIERTA DE LUNES A 10:00 AM!!!

Protegerse es que mi amor siempre te acompañe

Me gusta Comentar Compartir

Pekes Milk Guatemala
Tienda de alimentos - Nutricionista

Inicio Información Fotos Opciones Más

Imagen 4.
Promociona venta de fórmulas infantiles



Imagen 5.
Promoción fórmula Enfamil

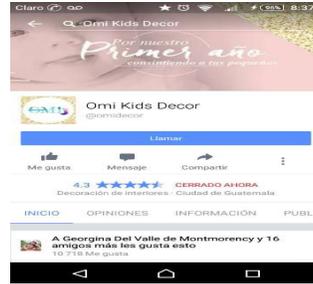


Imagen 6.
Mensajes publicitarios de biberones



Imagen 7.
Promoción de productos con premios

Cuadro 19. Evidencia fotográfica de material promocional en establecimientos de salud



Imagen 1.
Panel promocional



Imagen 2.
Folleto



Imagen 3.
Afiche



Imagen 4.
Publicidad pública en general,
guía nutricional



Imagen 5.
Stickers



Imagen 6.
Guía nutricional



Imagen 7.
Afiche de bono 14



Imagen 8.
Afiche promocional

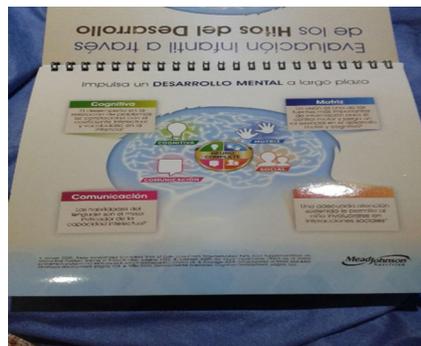


Imagen 9.
Cuadernillo de evaluación Infantil





Gobierno de la República de
GUATEMALA
Ministerio de Salud Pública
y Asistencia Social