



ESTUDIO PARA ESTIMAR LA
PREVALENCIA DE
VIOLACIONES AL CODIGO
INTERNACIONAL DE
COMERCIALIZACION DE
SUCEDANEOS DE LECHE
MATERNA EN DOS
CIUDADES DE ECUADOR.

MSP/OPS /UNICEF

**Jennifer Bertha
Rocío Caicedo B.
FUNBBASIC/IBFAN**



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

CONTENIDO

I.	ANTECEDENTES.....	7
II.	INTRODUCCION	9
III.	OBJETIVO GENERAL	11
III.1	OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
IV.	METODOLOGIA.....	12
IV.1	MUESTREO	12
IV.2	CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS.....	13
IV.3	MUESTREO DE CADA SEGMENTO.....	13
III.4.	DESCRIPCION DE CADA SEGMENTO DE LA MUESTRA.....	14
PERSONAL DE SALUD.....		14
MADRES.....		14
PUNTOS DE VENTA: FARMACIAS, SUPERMERCADOS Y FARMACIAS DE CADENA .		15
IV.4	DESCRIPCION DE FORMULARIOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	16
Formulario 1: Mujeres madres de niños menores de 24 meses.....		16
Formulario 2: Evaluación de los establecimientos de salud		17
Formulario 3: Lista de verificación para las Tiendas y Farmacias.		17
Formulario 3Bis: Lista de los productos disponibles en el punto de venta:		17
Formulario 4: Lista de comprobación para etiquetas e insertos		17
Formulario 5: Examen teórico de las etiquetas de los productos.....		18
IV.5	CONSIDERACIONES ETICAS	18
IV.6	CAPACITACIÓN DEL EQUIPO DE CAMPO	18
IV.	TRABAJO DE CAMPO.....	20



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

IV.1	Análisis de los datos.....	23
V.	cronograma de actividades	25
V.1	Actividades de Planificación	25
V.2	trabajo de CAMPO	25
V.3	análisis de datos.....	25
VI.	RESULTADOS.....	26
VI.1	ESTABLECIMIENTOS DE SALUD	27
VI.2	ENTREVISTAS A PROFESIONALES DE SALUD	28
VI.3	ENTREVISTAS A MADRES	35
A.	SOBRE EL USO DE SUCEDÁNEOS	40
B.	PROMOCIÓN.....	44
C.	GRUPOS SOCIALES Y EVENTOS.....	47
D.	MUESTRAS GRATUITAS, CUPONES Y REGALOS.....	47
VI.4	PUNTOS DE VENTA: SUPERMERCADOS, FARMACIAS Y FARMACIAS DE CADENA 49	
VI.5	INFORMACION SOBRE ETIQUETAS	50
E.	DECLARACIONES DE POSIBLES VIOLACIONES EN LAS ETIQUETAS.....	51
F.	ETIQUETAS DE FORMULAS LACTEAS INICIO, CONTINUACION Y CRECIMIENTO 53	
G.	ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS.....	55
H.	BIBERONES, TETINAS, CHUPONES.....	55
VII.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
VII.1	Recomendación del Código vs Situación Nacional.....	57
VII.2	Situación de LAS REGULACIONES nacionales FRENTE AL CODIGO INTERNACIONAL DE SUCEDANEOS DE LECHE MATERNA.....	67



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

VIII.	CONCLUSIONES.....	75
IX.	RECOMENDACIONES PROGRAMATICAS Y DE POLITICA.....	77
X.	FONDOS DE LA INVESTIGACION	79
XI.	AGRADECIMIENTOS.....	80
XII.	Bibliografía.....	81
XIII.	ANEXOS.....	83
XIII.1	ANEXO 1	83
XIII.2	Anexo 2.....	83
XIII.3	Anexo 3.....	84
XIII.4	Anexo 4.....	84
XIII.5	Anexo 5.....	86



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de actividades- Semana 1 en Quito	21
Tabla 2. Cronograma de Actividades - Semana 2 en Quito	22
Tabla 3. Cronograma de Actividades - Semana 1 en Guayaquil.....	22
Tabla 4. Actividades de Planificación	25
Tabla 5. Trabajo de campo	25
Tabla 6. Análisis de datos	25
Tabla 7. Descripción de la muestra	26
Tabla 8. Establecimientos de Guayaquil.....	27
Tabla 9. Establecimientos de Quito	28
Tabla 10. Contacto de las Empresas con los establecimientos de salud	29
Tabla 11. ¿Para qué se comunicó la empresa con el establecimiento de salud o su personal?	32
Tabla 12. Resumen de las encuestas realizadas a Profesionales de Salud	33
Tabla 13. Cantidad de material promocional encontrado en los establecimientos de salud.....	34
Tabla 14. Tipo de institución donde nacieron los niños de las madres encuestadas	37
Tabla 15. Edades de los niños de las madres encuestadas	37
Tabla 16. Resumen de la muestra de madres	38
Tabla 17. Resumen de indicadores de madres de niños menores de 24 meses	39
Tabla 18. . Recomendaciones de alimentación infantil con productos lácteos y no lácteos para niños menores de 24 meses	43
Tabla 19. Tipo de promoción o mensajes de sucedáneos de la leche materna que madres reportaron en establecimientos de salud	44



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Tabla 20. Resumen de resultados de promociones en medios de comunicación	46
Tabla 21. Grupos sociales y eventos como medio de publicidad reportada por las madres	47
Tabla 22. Recibió muestra, cupón o regalo de sucedáneos de leche materna para niños menores de <24 m	48
Tabla 23. Lista de Verificación de Puntos de Venta	50
Tabla 24. Posibles violaciones de las etiquetas	51
Tabla 25. Análisis del etiquetado	53
Tabla 26. Lista de establecimientos reemplazantes	86

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empresas que se contactaron con profesionales de salud	30
Gráfico 2. Como contactaron las empresas a los Profesionales de salud	31
Gráfico 3. Cuantas veces contactaron durante los últimos 6 meses las empresas a los profesionales de salud	31
Gráfico 4. Profesionales de salud que han recibido capacitación en temas de lactancia y código	34
Gráfico 5. Rango de Edades de las madres Encuestadas	35
Gráfico 6. Grado de instrucción de las madres	36
Gráfico 7. Comparación de Madres a quienes se les recomendó uso de Sucédáneos vs. No recomendación	40
Gráfico 8. Edades de los niños a cuyas madres si se le recomendó el uso de sucedáneos	41
Gráfico 9. Tipo de Establecimiento donde se recomendó el Sucédáneo de Leche Materna	41
Gráfico 10. Madres que observaron Promociones en los Establecimientos de Salud ...	44



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

I. ANTECEDENTES

La lactancia materna es la forma más idónea para alimentar a los niños desde su nacimiento. La práctica de la lactancia materna y sus beneficios tienen una amplia base de evidencia científica que han demostrado ser la intervención más efectiva para mejorar la supervivencia y salud de la niñez. (1) (2) (3)

Un recién nacido alimentado con leche materna y/o leche humana reduce los riesgos de infección y alergias causadas por el uso de alimentos alternativos de reemplazo parcial o total de la leche materna, como son fórmulas infantiles, leche fluida, preparaciones de cereales, entre otras.

En el año 2000, durante la Quincuagésima cuarta Asamblea Mundial de la Salud (AMS) luego de una vasta revisión de la literatura científica sobre las prácticas de alimentación infantil, en el seno de la AMS se recomendó que la duración óptima de la lactancia materna exclusiva, se debía aumentar de 4 a 6 meses, como una recomendación mundial de salud pública. (4) Recomendación que dilucido que la leche humana garantiza en este periodo la alimentación y nutrición idónea para todos los niños, determinando de igual forma junto a otros cuidados de salud, el mejor crecimiento.

Entre los beneficios que trae consigo esta práctica desde el nacimiento y a lo largo de los primeros años, se encuentra la reducción de un 16% de la mortalidad neonatal, en aquellos recién nacidos a quienes se les alimenta con leche materna desde el primer día de nacimiento. La evidente y significativa reducción de infecciones y la mejora en los niveles de IQ (Coeficiente intelectual), la cual es constatada mediante la evaluación del desarrollo cognitivo. (5) (6) (7)

La lactancia materna se convierte en un medio esencial para la seguridad alimentaria de todo recién nacido, la cual es aún más importante en países en desarrollo y en regiones que deben enfrentar situaciones de desastres naturales y crisis económicas. (8)

Además de los efectos citados, la lactancia materna provee beneficios a largo plazo para la salud de los niños, como menor incidencia de diabetes tipo 2 (9) y la disminución del riesgo de sobrepeso y obesidad. (10)

El amamantamiento representa además de un factor nutritivo saludable, la creación de un vínculo afectivo importante generado por el “contacto” y la interacción que tiene un niño/a con sus padres. (11)

Toda esta evidencia acumulada sobre la protección, seguridad alimentaria y vínculo que otorga esta forma de alimentación para los niños y sus madres, son razones para que se promueva, apoye y proteja la lactancia materna, como una política pública en favor del óptimo crecimiento y desarrollo de nuestros niños.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

En Ecuador, las últimas cifras respecto de la práctica de la Lactancia Materna provienen de la encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT 2011-2013) (12) la que demuestra en cuanto a la tasa de lactancia materna exclusiva, que menos de la mitad de los niños de 0 a 5 meses, 43.8%, son alimentados con leche materna. Los niños del quintil 1 son los que más recibieron leche materna en forma exclusiva hasta los 6 meses, a diferencia de los niños que se ubican en el quintil 4 y 5; los niños indígenas en mayor proporción que los otros niños; los niños del área rural más que los niños del área urbana, los niños de madres con menor educación en relación con las mejor educadas. En cuanto a la lactancia materna continua 18.9% de los niños de 20 a 23 meses de edad reciben lactancia materna hasta los 2 años. (12)

En el marco de estos antecedentes, el Plan Nacional de desarrollo, propone entre sus metas mejorar la tasa de lactancia materna exclusiva, incrementándola a un 63% hasta el 2017. Este es un reto muy importante, para el cual uno de los temas primordiales a abordar es la vigilancia del cumplimiento del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna y sus resoluciones posteriores por parte de todas las empresas y fabricantes de sucedáneos de leche materna en el país, cuya intensa promoción empaña la iniciativa de promoción de la lactancia materna, realizada desde el Ministerio de Salud y su red de servicios, de forma puntual.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

II. INTRODUCCION

La Asamblea Mundial de la Salud No 34.22, celebrada en el mes de mayo de 1981, adopta el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, como "un requerimiento mínimo" para promover la lactancia materna y la nutrición segura de los lactantes. (13)

El Código no es obligatorio, como lo es un Tratado o una Convención, sin embargo es un compromiso ético que los distintos gobiernos deberían implementar para regular la comercialización de los sucedáneos de la leche materna. (13) Su objetivo es contribuir a proporcionar a los lactantes una nutrición segura y eficiente, protegiendo y promoviendo la lactancia materna y asegurando el uso correcto de los sucedáneos de la leche materna, cuando estos sean necesarios, sobre la base de una información adecuada y mediante métodos apropiados de comercialización y distribución (13)

A pesar de que las recomendaciones de la Asamblea Mundial de la Salud no son generalmente obligatorias, ellas tienen "un peso moral y político, pues constituyen el juicio sobre los temas de salud de una colectividad de miembros en el máximo cuerpo internacional en el campo de la salud.". (14)

Las provisiones del Código Internacional y sus resoluciones posteriores han sido incorporadas en acuerdos internacionales, (15) un ejemplo de ello, es la Declaración de Innocenti en la que se incluye muchas directrices del Código, las cuales también están reconocidas en gran medida por los gobiernos y en las obligaciones de la Convención de los Derechos del Niño (16).

La Organización Mundial de la Salud ha realizado un llamado a que los países, implementen las medidas recomendadas por el Código a través de cuerpos legales, normativas y otras estrategias que reduzcan y eviten la influencia comercial y la intensa promoción de sucedáneos de leche materna. Sin embargo la ley ecuatoriana de Fomento, apoyo y protección a la Lactancia Materna y su reglamento, vigente en el país desde 1995 y 1999, respectivamente, adopto muy pocas de las provisiones del CICSLM dentro de su articulado, además encargó poner en práctica y aplicar estas medidas al Consejo Nacional de Lactancia Materna (CONALMA), creado bajo esa misma ley, consejo que desde el año de su creación 1995, ha funcionado de manera limitada, debilitándose aún más la toma de acciones respecto de infracciones al CICSLM.

Resulta por demás evidente que más de 30 años de promoción sistemática de estos productos han afectado ostensiblemente la valoración que desde las madres, padres, familias, personal de salud y sociedad en general tienen respecto de la lactancia no solo como una forma de alimentación, sino como un comportamiento humano, parte natural de nuestra especie y que a la fecha es sustituible por cualquier producto comercializado con ese fin.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Varios esfuerzos desde el Ministerio de Salud han buscado impulsar en Ecuador la Política Nacional de Lactancia Materna, actualizada en el 2009 por el Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Inclusión Económica y Social y el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social como corresponsables de la protección y promoción de la práctica de la lactancia materna, contribuyendo a garantizar el ejercicio efectivo del derecho de niñas y niños a la lactancia materna, como el medio más idóneo para asegurar una adecuada nutrición y favorecer su normal crecimiento desarrollo. Esta política se enfocó en los siguientes aspectos: 1. Fomentar la práctica de la lactancia materna involucrando a mujeres, hombres, familias y comunidad, 2. Fortalecer la capacidad de los servicios de salud para asegurar la practica adecuada de la lactancia materna 3. Impulsar la aplicación del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (17).

En el año 2010, gracias al proyecto de cooperación entre la Coordinación Nacional de Nutrición del MSP, la Universidad Internacional del Ecuador y la Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria (FUNBBASIC), una organización no gubernamental, dedicada a la protección de la lactancia materna y a la defensa del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, se realizó una investigación sobre el cumplimiento del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna el que incluyo varias ciudades del país. Este estudio demostró la inminente y frecuente violación del CICSML que realizan las empresas comercializadoras de sucedáneos de Leche Materna con los efectos en las tasas de lactancia materna exclusiva y continua, las cuales no han mejorado en el tiempo. (18)

Con la finalidad de evaluar nuevamente el estado del Código en Ecuador y sus posibles infracciones, se realiza este informe del nuevo estudio de investigación sobre el cumplimiento del CICSML en el país, el que se espera se convierta en un punto inicial para la toma de decisiones claves que permitan vigilar su cumplimiento.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

III. OBJETIVO GENERAL

El objetivo del presente estudio es estimar el cumplimiento de las provisiones del Código, resoluciones subsecuentes y medidas nacionales, y medir la escala de sus violaciones, si tales son encontradas, en establecimientos de salud de las ciudades de Quito y Guayaquil.

III.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Detectar violaciones de las medidas nacionales y / o del Código.
- ✓ Evaluar el grado de cumplimiento de las disposiciones del Código, las resoluciones subsiguientes pertinentes de la AMS y, en su caso, las medidas nacionales.
- ✓ Poner en evidencia a los fabricantes y distribuidores como responsables de sus trasgresiones de la(s) medida(s) nacional(es) y / o del Código.
- ✓ Evaluar la prevalencia de interacciones entre profesionales de la salud y representantes de empresas que venden productos relevantes.
- ✓ Evaluar la cantidad y el contenido de los materiales promocionales de las empresas que venden productos relevantes que se encuentran en las instalaciones sanitarias.
- ✓ Evaluar el alcance de las promociones relacionadas con los productos cubiertos bajo el ámbito de aplicación visto en los comercializadores minoristas.
- ✓ Evaluar el cumplimiento de las etiquetas de los productos con el Código, las resoluciones subsiguientes de la WHA y las medidas nacionales pertinentes.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

IV. METODOLOGIA

IV.1 MUESTREO

El muestreo para el estudio se realizó considerando los dos polos de desarrollo metropolitano del país, las ciudades de Quito y Guayaquil, y siguiendo las recomendaciones del protocolo para esta investigación, elaborado por la Organización Mundial de la Salud.

Se seleccionaron 33 establecimientos de salud provenientes de las 2 ciudades escogidas.

Se consideró luego de esta selección los siguientes grupos muestrales, a partir del establecimiento de salud seleccionado:

- En cada uno de los 33 establecimientos de salud donde se seleccionó y encuestó a 10 madres y 2 profesionales de salud.
- Se escogieron a 33 farmacias cercanas a cada uno de los establecimientos de salud.
- 11 Farmacias o supermercados de cadena.

La muestra de los establecimientos de salud, fue encargada al Instituto Nacional de Salud Pública e Investigación (INSPI). El proceso consistió en utilizar el listado de los establecimientos de salud privados y públicos de las dos ciudades señaladas, los cuales cumplieron con los criterios de inclusión, -abajo señalados- y se seleccionaron de forma aleatoria 33 registros.

Para efectuar los cálculos y selección de muestra, se utilizó el software Epidat versión 4.2 el cual es un sistema libre programado en java para análisis epidemiológico y estadístico.

El justificativo para proponer una muestra de 33 establecimientos es que, si la población no sigue una distribución normal, pero la $n > 30$, aplicando el llamado Teorema central del límite, la distribución muestral de medias se aproximará también a la normal.

Según el Net Code Protocol, este tamaño de muestreo de 330 (10 madres por establecimiento) es el necesario para detectar una prevalencia de 10% de exposición de madres a promociones, con un intervalo de confianza de 95%, un margen de error de 5% y un efecto de diseño de 2.0.

En este caso, el proceso consistió en utilizar el listado de los 292 establecimientos que cumplen el criterio de inclusión y seleccionar de forma aleatoria 33 registros.



IV.2 CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Para la selección de establecimientos de salud, se aplicaron los siguientes criterios de inclusión:

- Centros de primer nivel excluyendo los puestos de salud y las unidades móviles
- Centros de segundo nivel excluyendo los hospitales móviles y unidades móviles
- Hospitales de especialidades de Tercer nivel
- Los establecimientos deben atender por lo menos a 10 madres de niños pequeños (referidas como madres de niños menores de 24 meses) por día, en al menos 2 días a la semana.

Con los criterios enunciados, se realizó un estudio transversal en 33 establecimientos de salud públicos y privados en las áreas urbanas de Quito y Guayaquil.

IV.3 MUESTREO DE CADA SEGMENTO

Se aplicó varias etapas de muestreo por conglomerados para seleccionar 4 tipos de muestras, como se observa en la figura No. 1

Figura No. 1

ETAPAS DEL MUESTREO			
2 AREAS (Ciudades)	1 Ciudad		
33 ESTABLECIMIENTOS	11 - 22 ESTABLECIMIENTOS	1 ESTABLECIMIENTO	
330 MADRES	165 MADRES	10 MADRES	
66 TRABAJADORES DE SALUD	33 TRABAJADORES DE SALUD	2 TRABAJADORES DE SALUD	



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- **Muestra de establecimientos:** Se recogió información mediante una observación estructurada de las áreas de atención de cada establecimiento y se documentó si ocurriese una violación, mediante un archivo fotográfico. Un total de 33 establecimientos de salud fueron incluidos.
- **Muestra de profesionales:** Se aplicó una encuesta a dos trabajadores de salud trabajando en cada establecimiento de salud, sobre el cumplimiento del código. Un total de 66 profesionales de la salud fueron entrevistados.
- **Muestra de madres:** Se recogió información de madres de niños menores de 24 meses, que acudieron al establecimiento de salud, hasta 6 meses previos a la fecha de la encuesta, mediante la aplicación de un formulario dirigido a este segmento. Un total de 330 mujeres madres de menores de 24 meses fueron entrevistadas.
- **Muestra de puntos de venta:** Se recolectó información en puntos de venta (supermercados, farmacias, farmacias y supermercados de cadena) y se buscó la existencia de promociones y publicidad de sucedáneos de leche materna incluyendo a fórmulas infantiles, biberones, chupones y otros productos categorizados como sucedáneos de leche materna, sean o no adecuados para ese fin. Un total de 44 puntos de venta fueron visitados.

III.4. DESCRIPCION DE CADA SEGMENTO DE LA MUESTRA

A continuación, se describirá cada segmento de la muestra.

PERSONAL DE SALUD

En cada establecimiento de salud se entrevistó a 2 profesionales de salud, el director o gerente y un profesional de asistencia directa a pacientes/usuarios. El formulario midió la prevalencia de las promociones realizadas por las compañías y/o distribuidores de fórmulas infantiles, biberones y tetinas para el personal de salud.

En el mismo formulario, otro grupo de variables investigó la existencia de materiales promocionales en el establecimiento de salud.

MADRES

En este segmento de la muestra se seleccionaron 10 madres por cada establecimiento de salud, 5 de ellas con hijos menores de 6 meses y 5 con hijos en edad comprendida entre 6 y 23 meses. Las madres fueron reclutadas en los establecimientos de salud o en las viviendas de las áreas de cobertura del establecimiento, en caso de no completar la muestra durante la visita al servicio.

Se buscó una muestra con un número igual de madres con niños de las dos categorías:

- 165 madres con niños menores de 6 meses



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- 165 madres con niños de edades comprendidas entre los 6 y los 23 meses.

El formulario aplicado a las madres midió la frecuencia de las distintas experiencias de promoción a las que fueron expuestas las madres, de acuerdo a su propia información.

PUNTOS DE VENTA: FARMACIAS, SUPERMERCADOS Y FARMACIAS DE CADENA

Se eligieron un total de 44 puntos de venta entre farmacias, supermercados o farmacias de cadena, de estos se escogieron a conveniencia, 11 puntos de venta grandes o representativos de farmacias o supermercado de cadena, 6 en Quito y 5 en Guayaquil. Los 33 restantes, se seleccionaron uno cercano a cada uno de los establecimientos de salud elegidos.

Una de las estrategias que se utilizó para definir e identificar los puntos de venta fue preguntar a las madres en los establecimientos de salud, dónde usualmente ellas compraban leche en polvo o fórmula láctea o biberones, esto con el objeto de visitar el punto de venta en donde esa comunidad suele comprar. Se preguntó a un paciente/madre por clínica.

En los puntos de venta se aplicaron los formularios 3, 3Bis, 4 y 5. El formulario 3 verificó el tipo de establecimiento visitado y las promociones encontradas. El formulario 3bis permitió el levantamiento de los productos disponibles en el punto de venta. El formulario 4 corresponde a la lista de comprobación de las etiquetas de los productos. Finalmente, el formulario 5 recogió información del contenido teórico de las etiquetas

La estrategia metodológica, fue ir al punto de venta y hacer un listado de los productos disponibles, la lista fue incrementándose conforme se visitó a cada punto de venta. Luego de culminar la primera etapa de del trabajo de campo en Quito, se utilizó la lista consolidada, para continuar con los puntos de venta en la ciudad de Guayaquil.

PUBLICIDAD/PROMOCION

Se valoró la publicidad y promoción de sucedáneos de la leche materna, fórmulas infantiles, biberones y chupones de entretención y otros productos lácteos, alimentos y bebidas, que puedan ser utilizados como sustituto de la leche materna en los establecimientos de salud y puntos de venta de las ciudades en donde se realizó el estudio.

A través de captura fotográfica se documentó la presencia y el tipo de información de publicidad/promoción tales como: trípticos, carteles, gráficas de crecimiento, anuncios o señalizaciones o materiales del profesional de salud o equipo del establecimiento de salud.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

COMPROBACIÓN Y EXAMEN TEÓRICO DE ETIQUETAS

En la visita a los puntos de venta de Quito y Guayaquil y con el fin de realizar una evaluación del contenido de la información presentada en la etiqueta, se realizó una captura fotográfica de todas las carillas de la etiqueta de los productos sucedáneos de leche materna disponibles, de modo que fuera posible analizar la información contenida en las etiquetas a fin de identificar posibles incumplimientos al Código.

IV.4 DESCRIPCIÓN DE FORMULARIOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Formulario 1: Mujeres madres de niños menores de 24 meses

El formulario 1, indaga información edad (madre y bebé), escolaridad y alfabetismo de la madre, datos de identificación geográfica, número de hijos menores de 24 meses; selección de uno de estos niños.

Información y asesoramiento: en los últimos 6 meses, alguien le ha sugerido la utilización de leche de fórmula o cualquier otro alimento para menores de 24 meses diferente a la leche materna; si es el caso, cuál producto, quién lo ha hecho, en qué establecimiento (si se trata de un profesional de salud); y si ha sido de alguna marca o compañía en particular. Si el bebé es menor de 6 meses o durante ese período de vida del niño, alguien le dijo que empezara a alimentar al bebé con otros alimentos y bebidas diferentes a la leche; quien lo recomendó; y el producto era de alguna empresa o marca específica.

Promoción: en los últimos 6 meses, escuchó o vio alguna promoción/mensaje de leche de fórmula y otras bebidas o alimentos para menores de 24 meses, biberones o chupones en el establecimiento de salud al que acude; si es el caso, qué empresa/marca se promovió, y qué tipo de producto era. En los últimos 6 meses escuchó o vio una promoción de estos productos o mensaje en TV, radio, revista, tiendas, farmacias, cartelera y redes sociales y de qué marca/empresa era.

Grupos sociales y eventos: En los 6 últimos meses, participó en algún grupo social en línea para madres y otros cuidadores de lactantes y niños pequeños, como clubes de bebés o grupos de padres; ha participado en algún evento o actividad en línea, como concursos de fotografías y ventas promocionales en plataformas de comercio electrónico.

Cupones: En los últimos 6 meses recibió un cupón de algún producto lácteo para bebés o biberones para niños de 0 a 23 meses; si es el caso, para qué producto, quién se lo dio, en dónde lo recibió y de qué empresa/marca era.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Regalos: En los últimos 6 meses recibió un regalo de alguien que no sea familiar o amigo, (productos como: babero, pañal, juguete, biberones, chupones, otro); si es así, quién (haciendo hincapié en profesionales de salud, farmacéutico/ dueño de la tienda, representante de alguna compañía); en dónde se lo obsequió y de qué empresa/marca era.

Formulario 2: Evaluación de los establecimientos de salud

Indagó: localización geográfica, nombre y tipo del establecimiento de salud, el cargo, formación profesional y tiempo de trabajar en ese establecimiento.

Visitas: en los últimos 6 meses algún personal de una compañía de fórmulas lácteas para bebés realizó una visita al establecimiento; cómo se comunicó con ese establecimiento o su personal para asistir allí, para qué (para distribuir insumos a madres y cuidadores, entregar producto y promociones al establecimiento, buscar contactos, hacer ofertas, etc.) cuál empresa y cuántas veces.

Formulario 3: Lista de verificación para las Tiendas y Farmacias.

Previa aprobación verbal del dueño o encargado del lugar, para realizar la observación. El formulario recabó la localización geográfica y nombre del establecimiento, tipo de negocio (grande, pequeño, tiendas de la esquina, casas de venta; debidamente definidos) y se realizó una observación detallada reportando lo siguiente:

Observación del tipo de promoción: cupones, estampillas, descuentos, ventas especiales, paquetes promocionales con regalo incluido, muestrarios, vitrinas promocionales, carteles, estantes, etiquetas señalizadoras o de resalto, lanzamientos de productos, folletos, volantes, regalos, algún representante de la empresa que se encuentre en el lugar. La empresa/marca que corresponde y se tomará fotografías o se obtendrá una copia (folletos, etc.).

Formulario 3Bis: Lista de los productos disponibles en el punto de venta:

Este formulario reportó la localización geográfica y nombre del establecimiento, tipo de negocio (grande, pequeño, tiendas de la esquina, casas de venta; debidamente definidos) y capturó el nombre del producto (leche, papilla, etc.), nombre comercial, nombre de la empresa, y se tomaron imágenes (número de imágenes tomadas del producto), y si el producto contiene intervalo de edades indicado/etapa.

Formulario 4: Lista de comprobación para etiquetas e insertos

Se aplicó un formulario para cada artículo, con la siguiente información: localización geográfica y nombre del establecimiento, tipo de negocio (grande, pequeño, tiendas de la esquina, casas de venta; debidamente definidos), de qué tipo de producto es la



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

etiqueta (fórmula infantil, alimento o bebida para menores de 6 meses y/o niños de 6 a 24 meses, biberón, chupón, otro); tipo de envase (lata, caja, cristal, paquete, etc.); si se muestra la marca, la compañía.

Formulario 5: Examen teórico de las etiquetas de los productos

Este formulario analizó los productos, y marcas en cuyas etiquetas se encuentren declaraciones de posibles violaciones al Código: la etiqueta estuvo firmemente adherida al envase (caja o contenedor), el idioma utilizado en la etiqueta es propio del país donde se vende, la etiqueta contenía declaraciones de propiedades nutritivas o saludables del producto, la edad de introducción recomendada para su uso es la apropiada, incluyó alguna invitación a comunicarse con la empresa (directa o indirectamente), contenía dispositivos de promoción para activar las ventas de los productos pertinentes de la empresa, el producto incluyó una lista de los ingredientes, la composición nutricional del producto, instrucciones de almacenamiento, fecha de caducidad y consumo preferente. Para alimentos complementarios: estos contenían instrucciones de que el producto no debe darse a menores de 6 meses, contenían texto o imágenes que indican que el producto debe darse a menores de 6 meses. Sugiere usar biberón con este producto; y contenía imágenes o textos que idealizan el uso de los biberones y los chupones.

IV.5 CONSIDERACIONES ETICAS

El protocolo del estudio de investigación fue aprobado por el Comité de Bioética de la Universidad San Francisco de Quito. Para la aplicación de los formularios de recolección de información se solicitó previamente la aprobación del consentimiento informado y se indicó sobre la privacidad de información, en el caso de madres y de los trabajadores de salud.

Este estudio formar parte de estudios similares utilizando como base el protocolo para el efecto, elaborado por la Organización Mundial de la Salud. Este trabajo protege la confidencialidad de la información almacenándola en forma de código alfa-numérico, sin el nombre o los datos personales de los participantes para que éstos no puedan ser identificados.

IV.6 CAPACITACIÓN DEL EQUIPO DE CAMPO

Durante cuatro días, se llevó a cabo la capacitación del personal supervisores y equipo de campo a cargo del estudio. Se abordó la temática acerca del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, sus resoluciones posteriores y también la revisión de los diferentes formularios ha aplicar en la investigación.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Durante esa semana se dispuso de un día para la aplicación y validación de los formularios en servicios de salud de la ciudad de Quito. Con el apoyo de los encuestadores, supervisores y el investigador principal, se realizó la adaptación de herramientas (formularios) acordes a términos idiomáticos locales, y expresándolas en una forma más coloquial que evite cualquier error en la comprensión de las preguntas.

Durante el levantamiento de información, se realizó ejercicios de aplicación y llenado de formularios, se tomó en consideración el tiempo de levantamiento de la encuesta, obtención de la información, resguardo y envío de la información, logística en campo y no respuestas.

Por otro lado, para el caso de este estudio y como los participantes potenciales del mismo son personas, se aseguró que el contacto y su abordaje, este de acuerdo a los lineamientos internacionales sobre la ética en investigación científica.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

IV. TRABAJO DE CAMPO

Previo a iniciar el trabajo de campo, el Ministerio de Salud Pública, a través de la Dirección Nacional de Primer Nivel de Atención en salud, emitió un comunicado oficial dirigido, a todos los establecimientos de salud (públicos y privadas) seleccionadas a fin de que poner en su conocimiento el desarrollo de la investigación y solicitar la colaboración para dar las facilidades para la aplicación de las encuestas del estudio.

El trabajo de campo fue realizado por dos supervisoras y 10 encuestadores -estudiantes y profesionales graduados de la carrera de Nutrición de la Universidad Católica del Ecuador en coordinación con docentes de esa institución.

El grupo A2 hizo el levantamiento de información de establecimientos en Quito y el grupo A1, lo hizo en ambas ciudades.

El trabajo de campo se desarrolló entre el 12 y el 27 de septiembre de 2016. En establecimientos donde el volumen de madres con hijos menores de 24 meses no fue suficiente para completar la muestra, fue necesario visitar los domicilios cercanos de madres con hijos menores de 24 meses para completarla.

A continuación, se detalla el cronograma de las visitas a los establecimientos de salud de cada ciudad.

La primera semana en Quito se trabajó con los dos grupos (A1, A2) y se inició con los establecimientos de salud en dirección sur-norte de la ciudad. El cronograma se desarrolló de la siguiente manera:

Día	Establecimiento de Salud	Cant.	Grupo	Comp.	Observaciones
12	Pueblo Unido	6	A1		
13	Transito	7	A1		
13	Hierba Buena 2	10	A1		
13	Chimbacalle	12	A1	√	
13	Transito	5	A2		
13	La Magdalena	12	A2	√	
13	C.E.M Inglaterra	7	A1		
13	Nueva Clínica Internacional	0	A1		No se obtuvo autorización
14	Puengasí 2	6	A1		
14	Cochapamba Sur	12	A1	√	
14	Santa Clara del Norte	7	A1		
14	CEMEI Santa Clara	0	A1		Se determina que no es un establecimiento apropiado
14	Jardín del Valle/Paluco	12	A2	√	



Día	Establecimiento de Salud	Cant.	Grupo	Comp.	Observaciones
14	C.E.M Inglaterra	0	A1		No hubo nuevos pacientes
14	Nueva Clínica Internacional	0	A1		No se obtuvo autorización
15	El Placer	12	A1	√	
15	Clínica de Esp. Med. SS	0	A1		Se determina que no es un establecimiento apropiado
15	Hierba Buena 2	2	A1	√	
15	Pueblo Unido	6	A1	√	
15	Puegansí 2	6	A1	√	
15	Santa Clara del Norte	5	A1	√	
15	C.E.M Inglaterra	1	A1	√	
15	Clínica el Batán	7	A2		
15	Hosp. Pablo Arturo Suarez	12	A2	√	
16	Hotel Carrión La Estancia	0	A2		Se determina que no es un establecimiento apropiado
16	Carcelén Bajo	12	A2	√	
16	C.A.A El Batán	12	A1	√	
16	Santa Clara de Millán	12	A1	√	
16	Clínica el Batán	5	A2	√	
16	Clínica Dmarliz	0	A2		Se determina que no es un establecimiento apropiado
16	Club de Leones	3	A2		

Tabla 1. Cronograma de actividades- Semana 1 en Quito

La segunda semana el grupo A2 continuó con los establecimientos restantes de la ciudad de Quito.

A continuación, el cronograma de la segunda semana de la ciudad de Quito

Fecha	Establecimiento	#de Encuestas.
19/09	Club de Leones	7
19/09	Fundación Ayuda Familiar	12
19/09	Hospital Andrade Marín	12
20/09	Hospital Enrique Garcés	12
21/09	C.E.M Inglaterra	3
21/09	Club de Leones	1
22/09	C.E.M Inglaterra	1
22/09	Club de Leones	1



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

22/09	Mena del Hierro	12
--------------	-----------------	----

Tabla 2. Cronograma de Actividades - Semana 2 en Quito

El grupo A1 durante la segunda semana, cumplió en la ciudad de Guayaquil con la siguiente agenda de actividades:

Fecha	Establecimiento	Número de Encuestas
19/09	La Floresta	12
19/09	Guasmo Oeste Manglar	12
19/09	Centro de Salud #8	12
19/09	Hospital Alcívar	2
19/09	Trinitaria 3	12
20/09	Bastión Popular 2	12
20/09	Las Orquídeas	12
20/09	Centro de Salud San José	12
20/09	Hospital Alcívar	6
20/09	Hospital Universitario	12
21/09	Juan Montalvo	12
21/09	Trinitaria	12
21/09	Hospital Alcívar	4

Tabla 3. Cronograma de Actividades - Semana 1 en Guayaquil

Una vez concluida cada jornada del trabajo de campo se realizó una revisión pormenorizada de los formularios para completar o corregir la información recolectada, de ser pertinente.

Para el caso de los puntos de venta, el Ministerio de Salud, a través de la Dirección de Promoción de la Salud, solicitó a la Agencia Nacional de Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) que acompañe la visita a los puntos de venta. Bajo esta coordinación dos técnicos de ARCSA en la ciudad de Quito y uno en la ciudad de Guayaquil acompañaron la visita a los puntos de venta. Esta visita se cumplió en primer lugar con los puntos de venta cercanos a los establecimientos de salud, y continuó con las visitas de los supermercados y farmacias de cadena.

En el caso de los establecimientos de salud que por diversas razones fue necesario cambiar, al final de cada fase del estudio se regresó a completar con los puntos de venta cercanos a los establecimientos reemplazantes.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

IV.1 ANALISIS DE LOS DATOS

Una vez culminado el trabajo de campo, se digitaron los datos en bases diseñadas en el paquete informático Access las cuales fueron proporcionadas por el Instituto Nacional de Salud Pública de México (INSP).

Las máscaras electrónicas preparadas en el programa Microsoft® Access® contienen formatos idénticos a los formularios impresos, y generaron una base de datos de cada uno de los formularios aplicados en el estudio. Cada encuesta fue registrada con un número identificador proporcionado automáticamente por el programa Access, minimizando los potenciales errores.

Para el análisis, el programa Access posee una herramienta llamada *Búsquedas*, la cual se utilizó para filtrar la información específica para cada pregunta de los formularios aplicados. Con cada pregunta se creó una *búsqueda* diferente, y con los grupos de preguntas por formulario se crearon 6 archivos, los formularios, se adjuntan en el Anexo 3.

1. 1_MADRES.accdb
2. 2_ESTABLECIMIENTOS.accdb
3. 3_LISTA_VERIFICACION.accdb
4. 3_B_LISTA-PRODUCTOS.accdb
5. 4_LISTA_ETIQUETAS.accdb
6. 5_LISTA_PUBLICIDAD.accdb

A continuación, se detalla las características de cada archivo de Access.

1_ESTABLECIMIENTOS.accdb

Este archivo almacena la información recogida de las entrevistas a los profesionales de salud.

La tabla principal denominada F2_ESTAB_CARATULA contiene los 66 registros correspondientes a las 66 entrevistas de las cuales se derivan las otras tablas de análisis.

Se crearon 26 búsquedas para el análisis de los datos.

2_MADRES.accdb

Este archivo almacena la información recogida en las entrevistas a madres.

En este se crearon 60 búsquedas. La tabla principal llamada F1_MADRES_CARATULA contiene un total de 330 registros correspondientes a las 330 entrevistas a madres, de ella se derivan las otras tablas con información relacionada a la tabla principal.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

3_LISTA_VERIFICACION.accdb

Este archivo contiene la información de las visitas a las farmacias y las promociones que se encontraban disponibles en ese momento. La tabla principal denominada F3_VERIFICACION_CARATULA contiene 44 registros correspondiente a las 44 farmacias visitadas. Incluye 7 búsquedas para el análisis de los datos.

3_B_LISTA-PRODUCTOS.accdb

La tabla principal llama F3_PRODUCTOS_CARATULA la cual contiene 44 registros, uno por cada farmacia, los 125 productos encontrados se vincularon con la farmacia donde se encontraron por primera vez.

Contiene 2 búsquedas, en las que se analiza cada producto individualmente.

4_LISTA_ETIQUETAS.accdb

Este archivo se desarrolla en una base de datos denominada 4_LISTA_ETIQUETAS.accdb la cual esta compuesta por tablas en las que se crean los registros respectivos a la lista de productos de la base de datos 3_B_LISA-PRODUCTOS , haciendo un análisis de la etiqueta. Este archivo contiene 124 registros ya que uno de los registros en la base 3B estuvo duplicado.

5_LISTA_PUBLICIDAD.accdb

La base de datos 5 hace un análisis más profundo de las etiquetas y también existe un registro por cada producto encontrado en la base de datos 3B.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

V. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

V.1 ACTIVIDADES DE PLANIFICACIÓN

Actividad	Fechas (2016)	Responsable/s
Curso de capacitación para el estudio de investigación en CICSLM	22/08 a 26/08	Encuestadores, Supervisoras, personal de MSP, personal de ARCSA, Directora de Proyecto, personal de OPS
Validación de los formularios	23/08 a 24/08	Supervisoras
Solicitud de aprobación del protocolo de la investigación a la USFQ para consentimiento informado	24/08	Supervisoras
Aprobación del consentimiento informado USFQ	8/09	USFQ
Reunión preparatoria del trabajo de campo	9/09	Encuestadores, Supervisoras y Directora de Proyecto
Redacción del Protocolo del Proyecto	9/09 a 16/10	Supervisoras y Directora de Proyecto
Entrega de Protocolo de Proyecto	17/10	Directora de Proyecto

Tabla 4. Actividades de Planificación

V.2 TRABAJO DE CAMPO

Actividad	Fechas (2016)	Responsable
Levantamiento de información Quito	12/09 a 23/09	Encuestadores Grupos A1 y A2
Levantamiento de información Guayaquil	19/09 a 22/09	Encuestadores Grupo A1

Tabla 5. Trabajo de campo

V.3 ANÁLISIS DE DATOS

Actividad	Fechas (2016)	Responsable
Digitación de información en mascarás electrónicas	23/09 a 30/09	Encuestadores, supervisoras
Organización y Limpieza de Bases de Datos	19/09 a 22/09	Supervisora/Coordinadora de Trabajo de campo

Tabla 6. Análisis de datos

VI. RESULTADOS

El levantamiento de información para este estudio se llevó a cabo del 12 al 23 de septiembre de 2016 en 2 ciudades metropolitanas del país, Quito y Guayaquil. Se visitaron 33 establecimientos de salud entre servicios públicos y privados. Se verificaron 44 puntos de venta (n=28 en Quito y n=16 en Guayaquil); se contactaron a 330 madres de hijos <24 meses de edad (de las cuales 166 eran madres de niños < 6 meses y 164 eran madres de niños mayores de 6 meses) (Tabla 7. Descripción de la muestra).

Descripción de la muestra

	Quito	Guayaquil	Total
Establecimientos salud			
Pública	18	10	28
Privada	4	1	5
Puntos de Venta	n=28	n=16	44
Supermercado	10.71%	12.50%	11.36%
Farmacias	78.57%	68.75%	75.00%
Farmacias de cadena	10.71%	18.75%	13.64%
Personal de salud (%)	(n=44)	(n=22)	(n=66)
Médico	54.55%	77.27%	62.12%
Enfermera	22.73%	9.09%	18.18%
Obstetriz	9.09%	4.55%	7.58%
Otro (ej. director, administrador, etc)	13.64%	9.09%	12.12%
Madres de niños <24 m (%)	(n=220)	(n=110)	
< 6 meses	50.45%	50.00%	50.30%
>= 6 meses	49.55%	50.00%	49.70%

Tabla 7. Descripción de la muestra

Con el listado de establecimientos de salud seleccionados proporcionados por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSPI) se visitaron en su mayoría servicios médicos del primer nivel de atención. En general, el mayor porcentaje de la población de madres incluidas en el estudio tenía un nivel educativo secundario y universitaria 58%. A continuación, se describen los resultados de este estudio por secciones.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

VI.1 ESTABLECIMIENTOS DE SALUD

Los establecimientos de salud incluidos en esta investigación fueron un total de 33, de los cuales 28 fueron servicios públicos y 5 privados, correspondiendo a un 85% y 15% respectivamente, como se observa en la información de la Tabla 8 y la Tabla 9.¹

ESTABLECIMIENTOS SELECCIONADOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

	PUB/PRI	NIVEL DE ATENCION	TIPO DE INSTITUCIÓN	NOMBRE
1	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	TRINITARIA 3
2	PUBLICO	SEGUNDO NIVEL	HOSPITAL GENERAL HG	HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO
3	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	JUAN MONTALVO
4	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	LAS ORQUIDEAS
5	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	CENTRO DE SALUD N. 8
6	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	GUASMO OESTE MANGLAR
7	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	FLORESTA
8	PRIVADO	SEGUNDO NIVEL	CLINICA PRIVADA CL-P	CLÍNICA ALCIVAR
9	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	SAN JOSE
10	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	BASTION POPULAR 2
11	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	TRINITARIA

Tabla 8. Establecimientos de Guayaquil

¹ Esta proporción se vio afectada dado que 4 de los 9 establecimientos privados seleccionados originalmente, fueron reemplazados por establecimientos públicos. La proporción original fue de 73% públicos y 27% privados.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

ESTABLECIMIENTOS SELECCIONADOS DE LA CIUDAD DE QUITO

	PUB/PRI	NIVEL DE ATENCION	TIPO DE INSTITUCIÓN	NOMBRE
1	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	COCHAPAMBA SUR
2	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	PUENGASI 2
3	PRIVADO	SEGUNDO NIVEL	CLINICA PRIVADA CL-P	CLINICA DE ESPECIALIDADES MEDICAS INGLATERRA S. A
4	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	HIERBA BUENA 2
5	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	PUEBLO UNIDO
6	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	SANTA CLARA DEL NORTE
7	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	LA MAGDALENA
8	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	CHIMBACALLE
9	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	EL PLACER
10	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	PROMOCION FAMILIAR
11	PRIVADO	SEGUNDO NIVEL	CLINICA PRIVADA CL-P	FUNDACION AYUDA FAMILIAR COMUNITARIA AFAC
12	PUBLICO	SEGUNDO NIVEL	HOSPITAL GENERAL HG	HOSPITAL GENERAL PABLO ARTURO SUAREZ
13	PUBLICO	SEGUNDO NIVEL	CENTRO DE AT. AM.	C.A.A. EL BATAN
14	PRIVADO	SEGUNDO NIVEL	CLINICA PRIVADA CL-P	CLINICA EL BATAN
15	PRIVADO	SEGUNDO NIVEL	CLINICA PRIVADA CL-P	CLUB DE LEONES QUITO LUZ DE AMERICA CARCELEN
16	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	EL TRANSITO
17	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	CARCELEN BAJO
18	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	SANTA CLARA DE SAN MILLAN
19	PUBLICO	TERCER NIVEL	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES HES	HOSPITAL CARLOS ANDRADE MARIN
20	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	JARDIN DEL VALLE
21	PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	MENA DEL HIERRO
22	PUBLICO	SEGUNDO NIVEL	HOSPITAL GENERAL HG	HOSPITAL GENERAL ENRIQUE GARCES

Tabla 9. Establecimientos de Quito

Del listado original de establecimientos de salud, fue necesario cambiar a 7 por varias razones, señaladas en el Anexo 4.

VI.2 ENTREVISTAS A PROFESIONALES DE SALUD

El estudio incluyó a 66 profesionales de la salud de los 33 establecimientos que fueron parte de la investigación, de ellos, 85% pertenecían al sector público, correspondientes a 56 profesionales y 15% al sector privado, con un total de 10.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Los médicos fueron los profesionales que en mayor número respondieron a la entrevista, con un 62%, el resto de profesionales tuvieron la participación que se observa en la Tabla 7.

Respecto del contacto de las empresas fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el Código, los profesionales entrevistados respondieron que un 20 % fueron contactados por lo menos por una empresa en los últimos 6 meses, este contacto fue realizado en un 91% mediante visitas al establecimiento de salud y un 9% por vía telefónica.

Contacto en los últimos 6 meses de empresas productoras de sucedáneos con establecimientos de salud (n=13)

	Público	Privado
Empresa		
Abbott	3	2
Mead Johnson	2	1
Nestle	4	4
Nutricia	2	0
Wyeth	0	0
No reportaron empresa	1	4
Medio de contacto		
Teléfono	2	0
Correo electrónico	0	0
Visita directa al establecimiento	10	12
Número de comunicaciones (últimos 6 meses)		
Uno	6	0
Dos	2	0
Tres	1	0
Cuatro	1	0
Cinco o mas	1	10
No sabe	1	2

Tabla 10. Contacto de las Empresas con los establecimientos de salud

Entre las empresas que contactaron los establecimientos, se encuentran las siguientes:

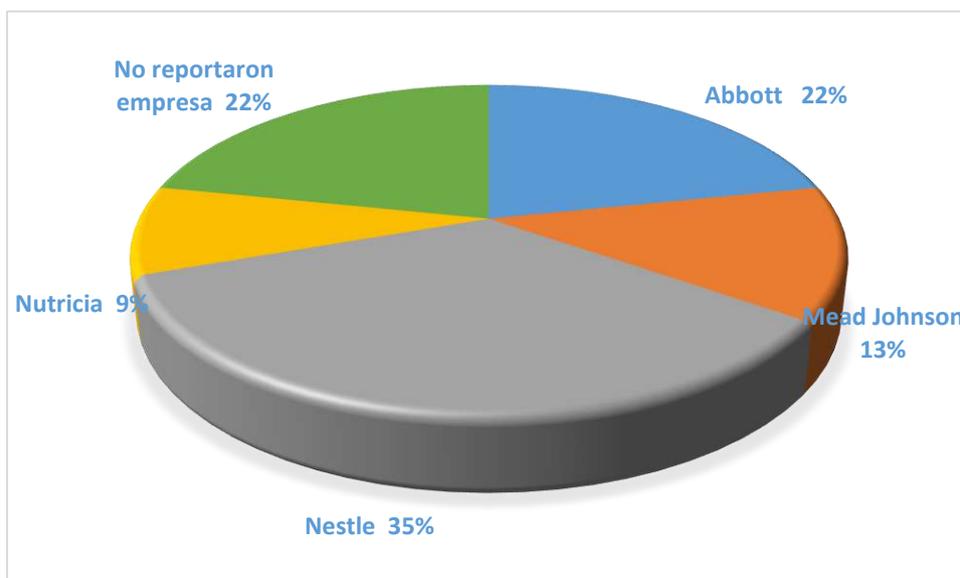


Gráfico 1. Empresas que se contactaron con profesionales de salud

Este resultado, demuestra que el contacto con los profesionales de salud, es un mecanismo de promoción altamente utilizado por la industria de alimentos, esto a pesar de la prohibición de la visita médica a los establecimientos de salud, medida que intentó ser un freno a esta vinculación.

Los medios de comunicación y la frecuencia con la que se contactaron durante los últimos 6 meses se refleja en los siguientes gráficos. Gráfico 2 y Gráfico 3.

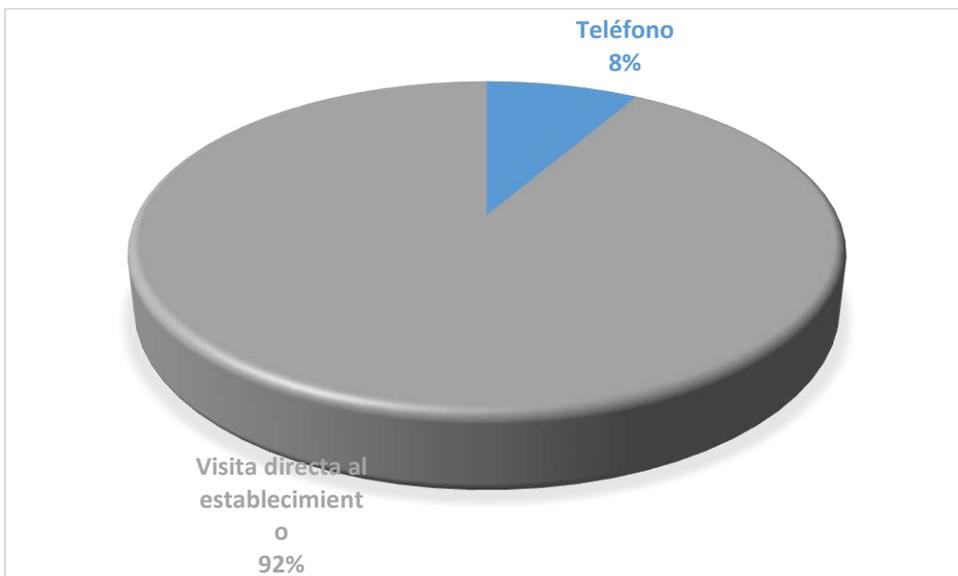


Gráfico 2. Como contactaron las empresas a los Profesionales de salud

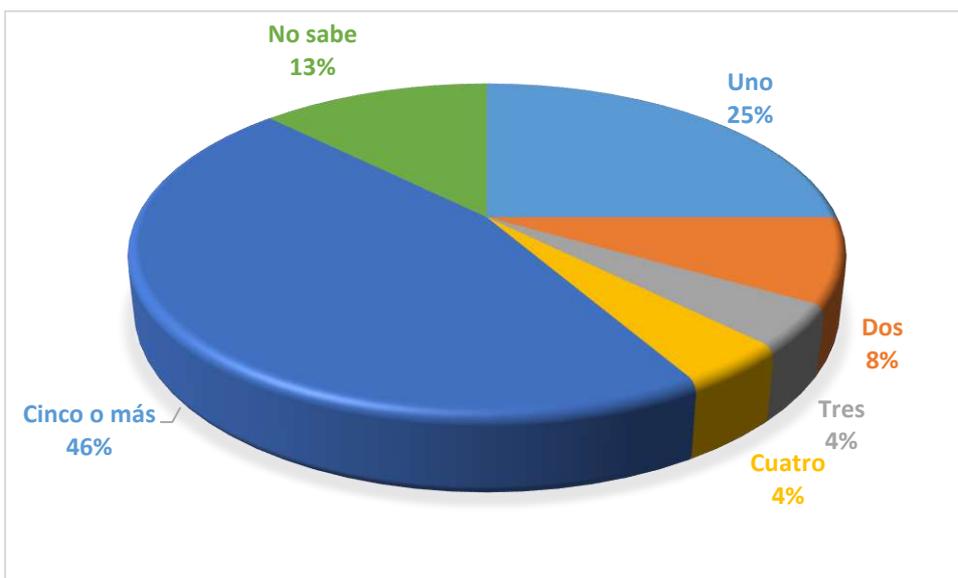


Gráfico 3. Cuantas veces contactaron durante los últimos 6 meses las empresas a los profesionales de salud

Durante los contactos que la empresa fabricante o distribuidor de los productos bajo el código logró con los profesionales de salud, se solicitó se indique cuáles fueron los propósitos de este acercamiento.

En la Tabla 11, se detallan los objetivos del contacto con los profesionales de la salud.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

Tipo de Promoción	Empresa			
	Nestlé	Abbott	Mead Johnson	Nutricia
Distribuyeron a madres material promocional o informativo	√			
Distribuyeron a madres sucedáneos de Leche materna	√			√
Entregaron material promocional o informativo al Personal de Salud	√	√	√	√
Entregaron regalos a personal de salud	√			
Realizaron exposiciones y otras actividades en el establecimiento	√	√	√	
Contactaron directamente al personal de Salud	√			
Ofrecieron suministros gratuitos de sucedáneos		√	√	√
Ofrecieron donaciones de equipos	√	√	√	√
Invitaron o apoyaron la asistencia a eventos fuera del establecimiento	√	√	√	√
Otras actividades: Entrego Pañaleras	√			
Entrego Baberos				√

Tabla 11. ¿Para qué se comunicó la empresa con el establecimiento de salud o su personal?

De la Tabla 11, se desprende que la empresa Nestlé utilizó todos los mecanismos para promover sus productos, seguidos por las empresas Nutricia, Abbott y Mead Johnson.

Los objetivos de la comunicación utilizados por las empresas fueron la entrega de material informativo/promocional al personal de salud, la oferta de donación de equipos e invitar o apoyar la asistencia a eventos. Todas estas formas de promoción que inician el establecimiento de un "Conflicto de interés", debido a su incidencia en el juicio profesional, el que se ve afectado menoscabando el apoyo a la lactancia y al momento de prescribir una fórmula infantil.

La entrega de productos a las madres es una práctica prohibida por el Código, y es aún una práctica entre las empresas Nestlé y Nutricia. De igual categoría resultan ser: la entrega de material promocional a madres, entregar regalos a personal de salud, realización de exposiciones en establecimientos de salud, todas son violaciones explícitas en el CICSLM.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Resumen de las encuestas realizadas a Profesionales de Salud

	Publico	Privado	Total
	84.85%	15.15%	100%
Lugar de estudio			
Quito	64.29%	80.00%	66.67%
Guayaquil	35.71%	20.00%	33.33%
Tipo establecimiento salud			
Centro de salud	85.71%	0.00%	72.73%
Clínica	0.00%	80.00%	12.12%
Hospital	14.29%	20.00%	15.15%
Formación			
Médico	58.93%	80.00%	62.12%
Enfermera	21.43%	0.00%	18.18%
Partera (o) / Obstetrix	8.93%	0.00%	7.58%
Otro*	10.71%	20.00%	12.12%
Tiempo laboral (Promedio en años)	7.02	11.8	7.74
Conocimientos			
Código Internacional de comercialización de sucedáneos de leche materna	48.21%	50.00%	48.48%
Medidas nacionales sobre el Código	55.36%	30.00%	51.52%
Capacitación más reciente			
Lactancia materna y alimentación infantil	82.14%	70.00%	80.30%
Código Internacional de comercialización de sucedáneos de leche materna	32.14%	40.00%	33.33%
Medidas nacionales referentes al Código	30.36%	10.00%	27.27%

Tabla 12. Resumen de las encuestas realizadas a Profesionales de Salud

Conocimientos y Capacitación de Lactancia, CICSLM y Medidas Nacionales

Respecto de los conocimientos en lactancia materna y sobre el CICSLM y las medidas nacionales que permiten su aplicación, un 80% de los profesionales de salud mencionaron haber sido capacitados en lactancia materna y un 33% y 27% en CICSLM y en medidas nacionales relacionadas respectivamente.

Se observa una debilidad por parte de los profesionales de la salud en el manejo del Código de Sucédáneos y sus resoluciones posteriores; un tercio de los profesionales de salud entrevistados conoce sobre el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de Leche Materna (CICSLM).

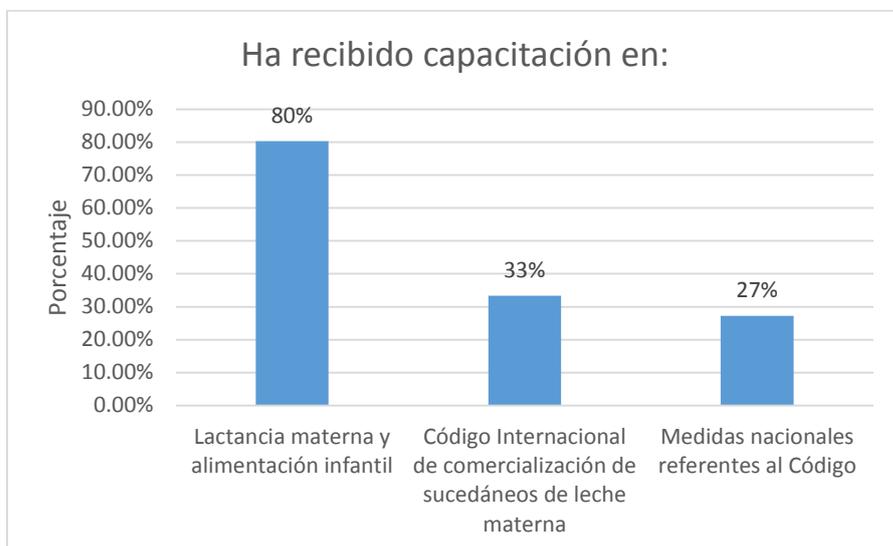


Gráfico 4. Profesionales de salud que han recibido capacitación en temas de lactancia y código

Materiales Promocionales Observados en Establecimientos de Salud

En las visitas de observación a los establecimientos de salud, en 8 de los 33 se encontró material promocional de productos bajo el CICSLM, es decir un 24%.

Materiales Promocionales Encontrados En Establecimientos De Salud

Existe una amplia variedad de artículos promocionales encontrados en los establecimientos de salud, (Tabla 13) como tallímetros, protectores para las balanzas, logos de las empresas, muestras de productos, cenefas decorativas, entre otros, las cuales se pueden observar en las siguientes fotografías.

Establecimiento de Salud	Cantidad
Hospital Carlos Andrade Marín	14
C.A.A El Batán	9
Centro de Salud San José	1
Club de Leones	2
Clínica El Batán	4
Fundación de Ayuda Familiar Comunitaria	1
Hospital Alcívar	2
Centro de Salud de La Magdalena	3

Tabla 13. Cantidad de material promocional encontrado en los establecimientos de salud



Imagen 1. Ejemplos de violaciones en los establecimientos de salud

VI.3 ENTREVISTAS A MADRES

Las madres encuestadas, tienen una edad promedio de 27 años, con edades comprendidas entre los 15 y 45 años. Las menores de 19 años, representan un 11% del total. Según el grado de instrucción materno, menos del 1% de las madres fueron analfabetas, cerca del 40% habían alcanzado el título de bachiller y 18% obtuvieron un título universitario, como se observa en el Gráfico 6.

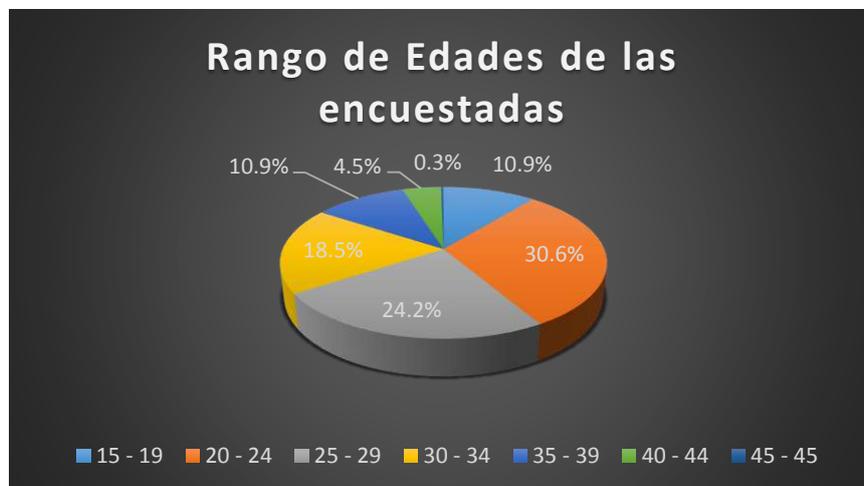


Gráfico 5. Rango de Edades de las madres Encuestadas

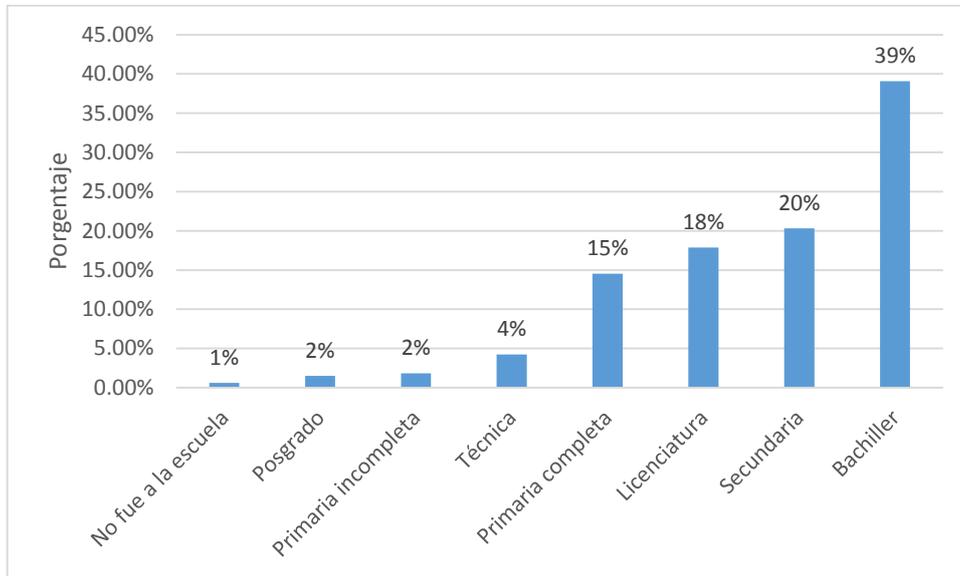


Gráfico 6. Grado de instrucción de las madres

¿Dónde fue el parto?

El 99% de los partos fueron atendidos en un establecimiento de salud y un 79% aproximadamente, fueron atendidos en el sector público.

Establecimiento	Madres (n)	%
Hospital público	235	71.21
Hospital privado	38	11.52
Centro de salud pública	24	7.27
Consultorio privado	16	4.85
Clínica privada	15	4.55
Casa	2	0.61
Total	330	100.00

Tabla 14. Tipo de institución donde nacieron los niños de las madres encuestadas

¿Cuáles son las edades de sus hijos menores de 24 meses?

De los niños, 166 fueron menores de 6 meses y 164 mayores de 6 meses, con un total de 330.

Meses	Frecuencia	%
0 – 2	83	25,2
3 – 5	83	25,2
6 – 8	27	8,2
9 – 11	39	11,8
12 – 14	36	10,9
15 – 17	26	7,9
18 – 20	21	6,4
21 – 23	14	4,2
24 – 24	1	0,3
Total	330	100

Tabla 15. Edades de los niños de las madres encuestadas

Uno de los niños del grupo de menores de 6 meses le faltaban 2 días para cumplir los 6 meses y fue originalmente contabilizado en el grupo de los niños mayores de 6 meses.

Resumen de la descripción de la muestra de madres

	Público	%	Privado	%	Total=n
	280	84.85%	50	15.15%	330
Lugar de estudio					
Guayaquil	100	35.71%	10	20.00%	33.33%
Quito	180	64.29%	40	80.00%	66.67%
Tipo de establecimiento					
Centro de Salud	240	85.71%	0		72.73%
Clínica	0		40	80.00%	12.12%
Hospital	40	14.29%	10	20.00%	15.15%
Número de hijos <24m					
1	279	99.64%	49	98.00%	99.39%
2	1	0.36%	1	2.00%	0.61%
3	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
Edad de la madre	27.66		27.025		27.12
Edad niño seleccionado (meses)⁸	8.41		7.03		8.20
< 6 meses	141	50.36%	25	50.00%	50.30%
>= 6 meses	139	49.64%	25	50.00%	49.70%
Escolaridad					
No fue a la escuela	1	0.36%	1	2.00%	0.61%
Primaria incompleta	6	2.14%	0	0.00%	1.82%
Primaria completa	47	16.79%	1	2.00%	14.55%
Secundaria	62	22.14%	5	10.00%	20.30%
Bachiller	108	38.57%	21	42.00%	39.09%
Técnica	8	2.86%	6	12.00%	4.24%
Licenciatura	46	16.43%	13	26.00%	17.88%
Posgrado	2	0.71%	3	6.00%	1.52%
No responde	0	0.00%	0	0.00%	0.00%

Tabla 16. Resumen de la muestra de madres

Se le hizo a las madres una serie de preguntas de las cuales si la respuesta era positiva se indagaba más al respecto. Un resumen de las preguntas principales se observa en la Tabla 17.

Resumen de indicadores. Porcentaje de madres de niños menores de 24 meses que reportaron haber recibido recomendaciones sobre uso de sucedáneos, muestras gratuitas, regalos y cupones

INDICADOR	Sector	n	%	95% IC		Valor P Sig. (bilateral)
				Límite inferior	Límite superior	
9. En los seis últimos meses, ¿alguien le dijo que debería alimentar a (NOMBRE) con algún producto lácteo diferente a la leche materna?	Público	280	46.79	40.91	52.67	0.145
	Privado	50	58.00	43.83	72.17	
	Total	330				
14. SI EL NIÑO ES <=6 meses: ¿Alguien le dijo que comenzara a alimentar a (NOMBRE) con otros alimentos o bebidas antes de que tuviera los 6 meses? SI EL NIÑO ES =6 meses: ¿Alguien le dijo que comenzara a alimentar a (NOMBRE) con otros alimentos o bebidas antes de que tuviera los 6 meses?	Público	280	30.00	24.60	35.40	0.399
	Privado	50	36.00	22.22	49.78	
	Total	330				
19. ¿En los últimos 6 meses, ha oído o visto algún (TIPO DE PROMOCIÓN/MENSAJE) en el establecimiento de salud acerca de algún producto lácteo para bebés o biberones para niños de 0 a 23 meses o de empresas que venden estos productos?	Público	280	0.71	-0.28	1.71	0.000
	Privado	50	14.00	4.04	23.96	
	Total	330				
24. ¿En los últimos 6 meses, ha oído o visto una promoción o mensaje en (FUENTE DE PROMOCIÓN/MENSAJE) de empresas que venden algún producto lácteo para niños de 0 a 23 meses de edad?	Público	280	32.14	26.64	37.65	0.389
	Privado	50	26.00	13.41	38.59	
	Total	330				
33. ¿En los últimos 6 meses ha recibido alguna vez muestras gratuitas de algún producto lácteo para bebés o biberones para niños de 0 a 23 meses?	Público	280	8.57	5.27	11.87	0.041
	Privado	50	18.00	6.97	29.03	
	Total	330				
38. ¿En los últimos 6 meses, ha recibido alguna vez cupones de algún producto lácteo para bebés o biberones para niños de 0 a 23 meses?	Público	280	11.79	7.99	15.59	0.113
	Privado	50	20.00	8.52	31.48	
	Total	330				
43. ¿En los últimos seis meses, alguna vez ha recibido un regalo de alguien diferente a un miembro de la familia o un amigo?	Público	280	16.79	12.38	21.19	0.374
	Privado	50	22.00	10.11	33.89	
	Total	330				

Tabla 17. Resumen de indicadores de madres de niños menores de 24 meses

A. SOBRE EL USO DE SUCEDÁNEOS

9. En los últimos seis meses, ¿alguien le dijo que debería alimentar a su hijo con algún producto lácteo diferente a la leche materna?

A la madre se le preguntó si en los 6 meses anteriores a la encuesta, le habían recomendado alimentar a su hijo o hija menor de 6 meses con algún producto lácteo diferente a la leche materna, y ella mencionó que sí, en un 48,4%, como se observa en el Gráfico 7.



Gráfico 7. Comparación de Madres a quienes se les recomendó uso de Sucedáneos vs. No recomendación

Del 48% de madres de niños a los que se les recomendó el uso de sucedáneos, el 54% fueron niños mayores de 6 meses, como se observa en el Gráfico 8.



Gráfico 8. Edades de los niños a cuyas madres si se le recomendó el uso de sucedáneos

Los tipos de productos recomendados fueron en primer lugar las fórmulas de inicio (Tabla 18). De las 160 madres que recibieron la recomendación, algunas recibieron más de una recomendación, proviniendo principalmente de un profesional médico, seguido de familiares, como esposo, parientes o amigos de la madre. En un 59%, la recomendación de uso de una fórmula láctea derivó de establecimientos del sector privado y un 40% del sector público, según se observa en el Gráfico 9.

12. En que establecimiento le hicieron la recomendación

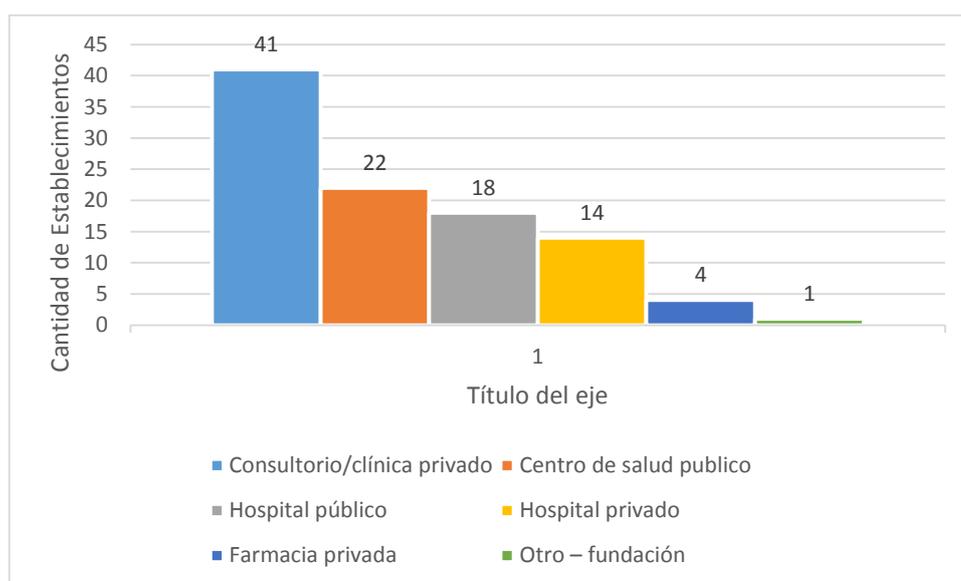


Gráfico 9. Tipo de Establecimiento donde se recomendó el Sucedáneo de Leche Materna



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Las madres están más familiarizadas con la marca del producto y no recuerdan o no conocen la empresa que las produce. Respecto de la empresa, solo un 22% la conoce frente a 90% que conoce la marca del producto.

De igual manera como se solicitó a la madre responder respecto de la introducción de productos lácteos antes de los 6 meses de edad, se preguntó si se le recomendó el inicio de alimentos complementarios antes de esa edad, y las respuestas se muestran en la Tabla 18.

Al 33% de los niños menores de 24 meses, cuando tuvieron menos de 6 meses, se les recomendó introducir otros alimentos diferentes a la leche materna. Esta recomendación fue en un 93% de alimentos naturales, solo a un 7% se le recomendó iniciar un alimento complementario industrializado.

Recomendaciones de alimentación infantil con productos lácteos y no lácteos para niños menores de 24 meses

	Recomendación de producto lácteo diferente a leche materna en los últimos 6 meses								Recomendación alimento/bebida antes 6 meses o en los primeros seis meses si su hijo(a) era ≥6 meses							
	Edad del niño (a) (meses)								Edad del niño (a) (meses)							
	0 a 5 (n=76)		6 a 11 (n=45)		12 a 23 (n=68)		Total (n=189)		0 a 5 (n=44)		6 a 11 (n=25)		12 a 24 (n=42)		Total (n=111)	
Tipo de producto lácteo																
Fórmula de inicio (desde 0 a 6 meses)	57	75.00%	21	46.67%	20	29.41%	98	51.85%	N/A		N/A		N/A		N/A	
Formula de continuación (a partir de los 6 meses)	3	3.95%	13	28.89%	16	23.53%	32	16.93%								
Fórmula de crecimiento (+ 12 meses)	2	2.63%	6	13.33%	17	25.00%	25	13.23%								
Cualquier combinación de las anteriores para niños pequeños (menores de 24 meses)	12	15.79%	5	11.11%	14	20.59%	31	16.40%								
Otras leches (intervalo de edades no especificado/desconocido)	2	2.63%	0	0.00%	1	1.47%	3	1.59%								
Producto recomendado																
Alimento complementario industrializado	N/A		N/A		N/A		N/A		4	9.09%	0	0.00%	4	9.52%	8	7.21%
Otro alimento industrializado									0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Alimento natural									40	90.91%	25	100.00%	38	90.48%	103	92.79%
Persona que recomendó																
Profesional de la salud médico	54	71.05%	35	72.92%	51	75.00%	140	72.92%	18	40.91%	14	56.00%	27	64.29%	59	53.15%
Enfermera	1	1.32%	0	0.00%	3	4.41%	4	2.08%	1	2.27%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.90%
Nutriólogo/a	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	4.00%	0	0.00%	1	0.90%
Pareja/pariente/amigo	17	22.37%	11	22.92%	11	16.18%	39	20.31%	22	50.00%	9	36.00%	15	35.71%	46	41.44%
Empleados de tienda/farmacia	1	1.32%	1	2.08%	1	1.47%	3	1.56%	1	2.27%	1	4.00%	0	0.00%	2	1.80%
Rep. De una empresa	0	0.00%	0	0.00%	1	1.47%	1	0.52%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
No se acuerda	2	2.63%	0	0.00%	1	1.47%	3	1.56%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otro (especificar)	1	1.32%	1	2.08%	0	0.00%	2	1.04%	2	4.55%	0	0.00%	0	0.00%	2	1.80%
Establecimiento donde recomiendan																
Centro de Salud	9	13.85%	10	27.03%	14	24.56%	33	20.75%	4	9.09%	3	12.00%	1	2.38%	8	7.21%
Consultorio privado	19	29.23%	14	37.84%	26	45.61%	59	37.11%	6	13.64%	4	16.00%	18	42.86%	28	25.23%
Hospital público	18	27.69%	4	10.81%	6	10.53%	28	17.61%	6	13.64%	5	20.00%	6	14.29%	17	15.32%
Hospital privado	11	16.92%	3	8.11%	8	14.04%	22	13.84%	4	9.09%	1	4.00%	0	0.00%	5	4.50%
En la farmacia de clínica/hospital	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	2	4.76%	2	1.80%
En la farmacia privada	2	3.08%	2	5.41%	2	3.51%	6	3.77%	2	4.55%	2	8.00%	0	0.00%	4	3.60%
No Aplica		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%	22	50.00%	8	32.00%	13	30.95%	43	38.74%
Otro (Especifique)	6	9.23%	4	10.81%	1	1.75%	11	6.92%	0	0.00%	2	8.00%	2	4.76%	4	3.60%
Empresa(
ABBOTT	0	0.00%	0	0.00%	1	1.47%	1	0.53%	N/A		N/A		N/A		N/A	
NESTLE	5	6.58%	2	4.44%	9	13.24%	16	8.47%								
MEAD JOHNSON	3	3.95%	1	2.22%	0	0.00%	4	2.12%								
NUTRICIA	1	1.32%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.53%								
WYETH	1	1.32%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.53%								
Otros	0	0.00%	1	2.22%	4	5.88%	5	2.65%								
No recuerda	66	86.84%	41	91.11%	54	79.41%	161	85.19%								

Tabla 18. . Recomendaciones de alimentación infantil con productos lácteos y no lácteos para niños menores de 24 meses

B. PROMOCIÓN

En relación a promociones de los productos, un 3% de madres, mencionaron haberlas visto en los establecimientos de salud. Las clases de promociones observadas fueron principalmente carteles y folletos.

Las empresas que realizaban estas promociones fueron: Abbott, Nestlé y Mead Johnson, con sus productos, Similac, Nido, Enfagrow y Enfamil Premium respectivamente.



Gráfico 10. Madres que observaron Promociones en los Establecimientos de Salud

Tipo de promoción o mensajes de sucedáneos de la leche materna que madres de niños < 24 meses reportaron haber visto en los últimos 6 meses en Establecimientos de salud

Tipo Promoción/mensaje en establecimiento salud	Cartel	%	Volante/ Folleto	%	Otros mensajes promocionales	%	Logotipos	%
	n=9, -3%	3 33.33%	4 44.44%		1 11.11%		1 11.11%	
Tipo de producto								
Fórmula de inicio (<6 meses)	1	33.33%	1	25.00%	0	0.00%	0	0.00%
Formula de continuación (> 6 meses)	1	33.33%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Fórmula de continuación (>12 meses)	1	33.33%	1	25.00%	1	100.00%	0	0.00%
Cualquier combinación de las anteriores para niños pequeños (menores de 24 meses)	0	0.00%	1	25.00%	0	0.00%	1	100.00%
Biberones y tetinas	0	0.00%	1	25.00%	0	0.00%	0	0.00%
Empresa de la publicidad								
Abbott	1	33.33%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Mead Johnson	1	33.33%	1	25.00%	1	100.00%	1	100.00%
Nestlé	1	33.33%	1	25.00%	0	0.00%	0	0.00%
Wyeth	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
No recuerda	0	0.00%	2	50.00%	0	0.00%	0	0.00%

Tabla 19. Tipo de promoción o mensajes de sucedáneos de la leche materna que madres reportaron en establecimientos de salud



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

24. ¿En los últimos seis meses, ha oído o visto una promoción o mensaje de empresas que venden algún producto lácteo para niños de 0 a 23 meses de edad?

Un 79,7% de las madres entrevistadas vieron promociones de los productos. El principal medio comunicación en el cual vieron la promoción fue la televisión con un 60%; un 28% dijeron haber visto promociones en las farmacias y se observa el crecimiento de las promociones en redes sociales como medio de comunicación con un tercer lugar igual, que el alcanzado a través de revistas.

Promociones vistas en medios de comunicación por las madres.

Tipo medio comunicación	TV	%	Radio	%	Revista	%	Tienda/ Far.	%	Cartelera	%	Redes sociales	%	Internet	%
569	346	60.81%	3	0.53%	27	4.75%	158	27.77%	3	0.53%	27	4.75%	5	0.88%
Tipo de producto														
Fórmula de inicio (<6 meses)	43	12.43%	0	0.00%	2	7.41%	19	12.03%	1	33.33%	2	7.41%	0	0.00%
Formula de continuación (> 6 meses)	32	9.25%	1	33.33%	1	3.70%	8	5.06%	0	0.00%	2	7.41%	0	0.00%
Fórmula de crecimiento (>12 meses)	77	22.25%	0	0.00%	0	0.00%	27	17.09%	1	33.33%	3	11.11%	0	0.00%
Cualquier combinación de las anteriores para niños pequeños (menores de 24 meses)	146	42.20%	2	66.67%	24	88.89%	71	44.94%	1	33.33%	15	55.56%	2	40.00%
Otras leches (intervalo de edades no especificado/desconocido)	28	8.09%	0	0.00%	0	0.00%	12	7.59%	0	0.00%	4	14.81%	1	20.00%
Biberones y tetinas	6	1.73%	0	0.00%	0	0.00%	14	8.86%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Producto no especificado	14	4.05%	0	0.00%	0	0.00%	7	4.43%	0	0.00%	1	3.70%	2	40.00%
Empresa de la publicidad														
Abbott	38	10.98%	0	0.00%	1	3.70%	12	7.59%	0	0.00%	1	3.70%	0	0.00%
Mead Johnson	46	13.29%	0	0.00%	3	11.11%	18	11.39%	0	0.00%	1	3.70%	1	20.00%
Nestlé	121	34.97%	2	66.67%	12	44.44%	54	34.18%	3	100.00%	13	48.15%	2	40.00%
Wyeth	40	11.56%	1	33.33%	4	14.81%	18	11.39%	0	0.00%	2	7.41%	0	0.00%
Pigeon	1	0.29%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.63%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Bohorquez	2	0.58%	0	0.00%	0	0.00%	5	3.16%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Phillips	1	0.29%	0	0.00%	0	0.00%	3	1.90%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Nutricia	11	3.18%	0	0.00%	0	0.00%	5	3.16%	0	0.00%	1	3.70%	0	0.00%
No recuerda	83	23.99%	0	0.00%	7	25.93%	42	26.58%	0	0.00%	9	33.33%	2	40.00%
Otras	3	0.87%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

Tabla 20. Resumen de resultados de promociones en medios de comunicación

C. GRUPOS SOCIALES Y EVENTOS

La participación de las madres en eventos, grupos sociales vía internet o de forma presencial fue de 61 madres, (18.4%). Un limitado número de estos eventos fueron patrocinados por empresas como refleja la tabla 21.

Grupos sociales y eventos como medio de publicidad reportada por las madres

	Grupo social en línea		Evento o actividad en línea		Grupo social Presencial		Evento o actividad programada	
Participación	31	9.39%	11	3.33%	18	5.45%	20	6.06%
Patrocinó empresa productora de sucedáneos (Si)	8	25.81%	6	54.55%	3	16.67%	8	40.00%
Empresa								
Baby Center	1	12.50%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Bebé Mundo	4	50.00%	4	66.67%	0	0.00%	1	12.50%
Nestlé	3	37.50%	1	16.67%	1	33.33%	2	25.00%
Avent	0	0.00%	1	16.67%	0	0.00%	0	0.00%
Wyeth	0	0.00%	0	0.00%	1	33.33%	0	0.00%
Abbott	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	12.50%
Mead Johnson	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	12.50%
No Sabe	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	1	33.33%	3	37.50%

Tabla 21. Grupos sociales y eventos como medio de publicidad reportada por las madres

D. MUESTRAS GRATUITAS, CUPONES Y REGALOS

En relación a la entrega de muestras gratuitas de productos a las madres, 10% de ellas recibieron muestras, la mayor parte fueron una combinación de muestras de fórmulas infantiles de inicio, continuación y las denominadas de crecimiento.

Las muestras fueron entregadas en 38% por profesionales médicos, seguidos por representantes de las compañías de fórmulas infantiles 29% y empleados de farmacias 26%. Sorprendentemente el 18% de las muestras se entregaron en servicios de salud pública. Los productos más entregados fueron de la empresa Nestlé con un 29% como se puede observar en la Tabla 22.

Otra forma de promoción utilizada por los fabricantes y comercializadores de los productos bajo el código, es la entrega de cupones. Entre las madres entrevistadas, un 13% los recibieron. Los cupones incluían los siguientes productos: fórmulas de inicio, de continuación, de crecimiento, biberones y tetinas, o una combinación de ellos. La distribución se realizó en su mayor parte a través de farmacias.

Madres de niños menores de <24 m recibieron: muestra, cupón o regalo de sucedáneos de leche materna

	Muestra (n=33)	%	Cupón (n=43)	%	Regalo (n=56)	%
Tipo de producto	33		43			
Fórmula de inicio	17	51.52%	9	20.93%	N/A	
Formula de continuación (a partir de los 6 meses)	4	12.12%	2	4.65%		
Fórmula de crecimiento (a partir de los 12 meses)	4	12.12%	10	23.26%		
Cualquier combinación de las anteriores para niños pequeños (menores de 24 meses)	8	24.24%	13	30.23%		
Otras leches (intervalo de edades no especificado/desconocido)	0	0.00%	0	0.00%		
Combinación de productos (Promoción Cruzada)	0	0.00%	1	2.33%		
Biberones y tetinas	0	0.00%	10	23.26%		
Tipo de regalo						
Accesorios para bebé	N/A		N/A		49	
Biberón/Chupón					16	
PAÑALES					14	
Otros productos					1	
Persona que lo entregó						
Profesional de la salud médico	13	38.24%	1	2.22%	10	12.50%
Enfermera	1	2.94%	0	0.00%	5	6.25%
Nutriólogo/a	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Pareja/pariente/amigo	1	2.94%	3	6.67%	0	0.00%
Empleados de tienda/farmacia	9	26.47%	35	77.78%	23	28.75%
Rep. De una empresa	10	29.41%	6	13.33%	27	33.75%
Otro (especificar)	0	0.00%	0	0.00%	13	16.25%
No se acuerda	0	0.00%	0	0.00%	2	2.50%
Establecimiento donde se entregó						
Centro de Salud	6	22.22%	0	0.00%	3	5.26%
Consultorio privado	5	18.52%	1	2.50%	1	1.75%
Hospital público	5	18.52%	1	2.50%	20	35.09%
Hospital privado	2	7.41%	0	0.00%	6	10.53%
Farmacia/tienda privada	9	33.33%	36	90.00%	26	45.61%
Farmacia de clínica/hospital	0	0.00%	1	2.50%	0	0.00%
Casa	0	0.00%	1	2.50%	0	0.00%
Evento de la Comunidad	0	0.00%	0	0.00%	1	1.75%
No Aplica	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
No recuerda	0	0.00%	0	0.00%	3	5.26%
Otro	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Empresa						
Abbott Nutrition	2	5.88%	6	13.33%	N/A	
Mead Johnson	6	17.65%	4	8.89%		
Nestlé	10	29.41%	8	17.78%		
Wyeth	5	14.71%	5	11.11%		
Avent	0	0.00%	2	4.44%		
Nutricia	0	0.00%	1	2.22%		
Otros	0	0.00%	2	4.44%		
No recuerda	11	32.35%	17	37.78%		

Tabla 22. Recibió muestra, cupón o regalo de sucedáneos de leche materna para niños menores de <24 m



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

VI.4 PUNTOS DE VENTA: SUPERMERCADOS, FARMACIAS Y FARMACIAS DE CADENA

En los establecimientos comerciales, se encontraron varios tipos de promociones relacionadas con los productos bajo el CICSLM, entre ellas las que con más frecuencia se observaron fueron las ofertas de precio con diferentes modalidades como descuentos del precio de venta al público, ventas especiales con descuentos, seguida de compra con regalos. Treinta de los 44 puntos de venta, 68%, tenían algún tipo de promoción de sucedáneos de leche materna.

La verificación en el punto de venta mostró que las promociones más comunes fueron aquellas relacionadas con el precio del producto, seguido por los regalos y paquetes promocionales. En la Tabla 23 se observa el tipo de producto que se ofertaba. Se documentó que las fórmulas de continuación como las más frecuentemente promocionadas, en más del 60% de los puntos de venta visitados. Las empresas manufactureras con mayor presencia promocional en los puntos de venta inspeccionados fueron Nestlé en alimentos e industrias Plásticas Josa entre las fabricantes de biberones.

Lista de Verificación de Puntos de Venta

	Supermercados (n=5)	Farmacia de Cadena (n=6)	Farmacias (n=4)	Total (n=44)
Tipo de promoción				
Promoción relacionada con el precio	5	6	16	27
Muestrario	0	0	0	0
Materiales de información	0	1	1	2
Regalos	3	4	13	20
Paquetes promocionales	3	4	7	14
Tipo de producto				
Fórmula de continuación (a partir 6 meses)	0	0	0	0
Fórmula de crecimiento (+ 12 meses)	6	18	20	44
Cualquier combinación de las anteriores para niños pequeños (menores de 24 meses)	0	0	5	5
Otras leches (edad no especificad)	0	0	0	0
Alimentos complementarios para <6 m	0	0	0	0
Alimentos complementarios para mayores de 6 meses	1	0	0	1
Biberones	4	1	14	19
Empresa				
ABBOTT	0	1	1	2
DERELAMAR	0	0	1	1
INDUSTRIAS PLASTICAS JOSA	4	0	11	15
LA SIBILA	0	1	1	2

MEAD JOHNSON	0	0	2	2
Nestlé	7	9	9	25
NUTRICIA	0	5	5	10
ORDESA	0	0	1	1
Varios/otros	0	2	7	9
WYETH	0	1	1	2

Tabla 23. Lista de Verificación de Puntos de Venta



Imagen 2. Ejemplos de Violaciones en las farmacias

VI.5 INFORMACION SOBRE ETIQUETAS

En la visita a los puntos de venta, se encontraron 124 productos dentro del alcance del código. De estos, con la información contenida en la etiqueta, se determinó que un 52% eran fórmulas infantiles, 20% biberones, 12% tetinas, 12% a alimentos o bebidas para lactantes y 2% chupones o entretenedores. Un 6% de los productos encontrados carecían de marca y/o el nombre del fabricante.

En los puntos de venta se documentó a través de un registro fotográfico los contenidos de las etiquetas de todos los productos encontrados, luego de su análisis se verificó que contienen la siguiente información:



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

E. DECLARACIONES DE POSIBLES VIOLACIONES EN LAS ETIQUETAS

	Fórmulas Infantiles		Otros productos bajo el CICSLM		Todas las categorías de Productos Bajo el CICSLM	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
Idioma apropiado	100%			11%		
Declaraciones de propiedades saludables y nutritivas						54%
Edad de uso	100%					
invitan al consumidor a comunicarse con la empresa directa o indirectamente, por ejemplo, maneras de asistir a actividades o a unirse a grupos sociales patrocinados/organizados por la empresa						17%
En la etiqueta no se encontraron mensajes alusivos a promoción de los productos					100%	
La etiqueta menciona: los ingredientes usados en su preparación, la composición del producto, las condiciones de almacenamiento, el número de lote, la fecha de expiración del producto y es una información fácil de leer.					100%	

Tabla 24. Posibles violaciones de las etiquetas

En el caso de los biberones o tetinas es común encontrar declaraciones como “Alimentación Natural” y en el caso de las fórmulas y otros alimentos es muy frecuente encontrar declaraciones como “Nutritivo”, “Fortificado con...”, “Sistema de Biofactores”



Imagen 3. Fotos de algunos de los productos



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

F. ETIQUETAS DE FORMULAS LACTEAS INICIO, CONTINUACION Y CRECIMIENTO

Ítem evaluado en la Etiqueta	Formulas Infantiles	
	Cumple	No cumple
Menciona: Aviso importante	100%	
Mensaje de superioridad de la lactancia	100%	
Textos que idealizan la utilización del producto		38%*
Las etiquetas de fórmulas contienen imágenes que van más allá de la ilustración del método de preparación o de la identificación del producto como sucedáneo de la leche materna. Por ejemplo, ilustraciones de juguetes, personajes animados, mascotas, etc.		36%
Las etiquetas contienen información que implica o llevan a creer que los sucedáneos de la leche materna son equivalentes o superiores a esta última		13%
La etiqueta señala que el producto sólo debe utilizarse si un agente de salud lo considera necesario.	26%	
Indica que se deben preparar previo asesoramiento de personal de salud acerca del modo apropiado de empleo.	88%	
En todas las etiquetas de estos productos se advierte sobre los peligros de la inadecuada preparación del producto	100%	
Las etiquetas de fórmulas infantiles para menores de 6 meses, contienen textos e imágenes que indican que el producto está dirigido a ese grupo de edad.	100%	
Informa sobre la posibilidad de que contenga microorganismos patógenos.	1.5%	

Tabla 25. Análisis del etiquetado

*De estas, 28% son fórmulas de inicio, un 8% de continuación y un 2% de fórmulas de crecimiento.



Imagen 4. Ejemplos de Fórmulas infantiles

G. ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS

- ✓ En su etiqueta un 99% de estos productos indican que no se deben dar a menores de 6 meses.
- ✓ Todas las etiquetas mencionan: los ingredientes usados en su preparación, la composición del producto, las condiciones de almacenamiento, el número de lote y la fecha de expiración del producto.
- ✓ Es una información fácil de leer.
- ✓ Un 27% sugiere usar biberón para su dispensación.
- ✓ Un 53% de alimentos o bebidas para lactantes menores de 6 meses contienen imágenes o textos que indican que el producto se debe dar a menores de 6 meses.
- ✓ En estos productos el 40% (n=8) no aclara, que el producto no debe ser la única fuente de alimentación para el niño o niña.



Imagen 5. Ejemplos de alimentos complementarios

H. BIBERONES, TETINAS, CHUPONES

- ✓ Un 98% de las etiquetas de estos productos no contienen imágenes o textos que idealizan el uso de estos productos, o que indican semejanza al seno o al pezón de la madre.



Imagen 6. Biberones, Tetinas y Chupones



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

VII. ANALISIS DE RESULTADOS

VII.1 RECOMENDACIÓN DEL CÓDIGO VS SITUACIÓN NACIONAL

A la luz de las recomendaciones y artículos del Código de Sucesos de la leche materna y resoluciones posteriores, la situación del país es difícil, la investigación y sus resultados muestran una serie de infracciones cometidas por la industria de alimentos infantiles que contravienen sistemáticamente lo expresado en el Código. A continuación, el análisis de la situación encontrada en el estudio versus las recomendaciones del Código.

Artículo 2: Alcance del Código

Según este artículo, los siguientes grupos de productos comercializados en Ecuador se encuentran bajo el CICSLM y debe ser vigilada su promoción:

- Fórmulas de Inicio
- Fórmulas de Continuación
- Fórmulas de Crecimiento
- Preparaciones para lactantes
- Alimentos complementarios administrados con biberón, o cuando se empleen con o sin modificación para sustituir parcial o totalmente la leche materna
- Biberones y Tetinas o también llamados chupones de entretención
- Información que, por cualquier medio, se relacione con la utilización de estos productos.

Artículo 4 del Código: Información y Educación	
Literales del artículo de la Ley	Información encontrada por el Estudio
A la luz de los literales 4.1. y 4.2 del artículo 4, sobre información y educación, mencionan que es una tarea del Estado a través de sus servicios de salud u otros canales o medios de comunicación, garantizar una información precisa sobre la alimentación de los niños desde su nacimiento	De la información obtenida de las madres una forma muy importante por medio de la cual las madres conocen sobre la alimentación de los lactantes y niños pequeños es a través de la promoción de productos bajo el código, promoción que se realiza a través de medios de comunicación masiva radio, vallas



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

	publicitarias, o material promocional impreso entregado a las madres.
4.3 Los fabricantes o los distribuidores sólo podrán hacer donativos de equipo o de materiales informativos o educativos a petición y con la autorización escrita de la autoridad gubernamental competente o ateniéndose a las orientaciones que los gobiernos hayan dado con esa finalidad. Ese equipo o esos materiales pueden llevar el nombre o el símbolo de la empresa donante, pero no deben referirse a ninguno de los productos comerciales comprendidos en las disposiciones del presente Código y sólo se deben distribuir por conducto del sistema de atención de salud.	De la entrevista realizada a personal de salud, se concluye que los fabricantes o distribuidores de productos bajo el CICSLM entregaron en el establecimiento material promocional y/o informativo de esos productos sin ser solicitados por la autoridad gubernamental competente, incurriendo en una violación al Código.
Artículo 5. El público en general y las madres	
5.1 No deben ser objeto de publicidad ni de ninguna otra forma de promoción destinada al público en general los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código.	En la entrevista a las madres, ellas mencionaron que, mediante anuncios televisivos principalmente, y/o en los puntos de venta, -farmacias y/o supermercados- recibieron información promocional de los productos bajo el código, fórmulas de inicio, continuación de crecimiento, biberones y tetinas.
5.2 Los fabricantes y los distribuidores no deben facilitar, directa o indirectamente, a las mujeres embarazadas, a las madres o a los miembros de sus familias, muestras de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código.	En su visita a los establecimientos las empresas o distribuidores de los productos bajo el código, distribuyeron a madres material promocional y/o informativo de productos específicos y muestras de sucedáneos de leche materna a las madres.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

<p>5.3. De conformidad con los párrafos 5.1 y 5.2 no debe haber publicidad en los puntos de venta, ni distribución de muestras ni cualquier otro mecanismo de promoción que pueda contribuir a que los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código se vendan al consumidor directamente y al por menor, como serían las presentaciones especiales, los cupones de descuento, las primas, las ventas especiales, la oferta de artículos de reclamo, las ventas vinculadas, etc. La presente disposición no debe restringir el establecimiento de políticas y prácticas de precios destinadas a facilitar productos a bajo coste y a largo plazo</p>	<p>En la visita a puntos de venta, farmacias, farmacias de cadena y supermercados, se encontró promociones de varios productos bajo el código, como: descuentos, promociones con la compra de dos productos, entrega de cupones, entrega de regalos con el producto, entre otras</p>
<p>5.4 Los fabricantes y distribuidores no deben distribuir a las mujeres embarazadas o a las madres de lactantes y niños de corta edad obsequios de artículos o utensilios que puedan fomentar la utilización de sucedáneos de la leche materna o la alimentación con biberón.</p>	<p>De la entrevista a las madres se concluye que recibieron regalos o incentivos de parte de los fabricantes o distribuidores para promover el uso de sus productos, como son muestras de productos, cupones de descuentos.</p> <p>En la visita a los puntos de venta se observaron directamente varias formas de promover el uso de estos productos, una de ellas es la entrega de regalos, con un 29% y por otra parte la entrega de regalos con el producto, paquetes promocionales, 20,3%, ambas, formas de violación flagrante del CICSLM</p>
<p>5.5 El personal de comercialización no debe tratar de tener, a título profesional, ningún contacto, directo o indirecto, con las mujeres embarazadas o con las</p>	<p>En las entrevistas a profesionales de salud se manifestó que representantes de empresas, habían visitado los establecimientos y cumplido con algunos propósitos, uno de ellos tener contacto con</p>

madres de lactantes y niños de corta edad.	las madres para entrega de regalos, como baberos, pañaleras.
--	--



Artículo 6. Sistemas de atención de salud

Literales del artículo del Código	Medidas Nacionales/Cumplimiento del CICSLM
6.1 Las autoridades de salud de los Estados Miembros deben tomar las medidas apropiadas para estimular y proteger la lactancia natural y promover la aplicación de los principios del presente Código, y deben facilitar la información y las orientaciones apropiadas a los agentes de salud por cuanto respecta a las	El estado ecuatoriano como parte de la recomendación del Código y sus artículos ha implementado varios cuerpos legales, normativas y regulaciones respecto de la lactancia materna. En estos



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

<p>obligaciones de éstos, con inclusión de las informaciones especificadas en el párrafo 4.2.</p>	<p>cuerpos legales se acogen parcialmente algunas recomendaciones del CICSLM. (Anexo 5)</p>
<p>6.2 Ninguna instalación de un sistema de atención de salud debe utilizarse para la promoción de preparaciones para lactantes u otros productos comprendidos en las disposiciones del presente Código. Dichas disposiciones no excluyen, sin embargo, la difusión de informaciones a los profesionales de la salud, según lo previsto en el párrafo 7.2.</p>	<p>De las entrevistas al personal de salud en sus establecimientos de salud se mencionó que las empresas fabricantes de productos bajo el código, realizaron exposiciones y otras actividades en el servicio.</p>
<p>6.3 Las instalaciones de los sistemas de atención de salud no deben utilizarse para exponer productos comprendidos en las disposiciones del presente Código o para instalar pancartas o carteles relacionados con dichos productos, ni para distribuir materiales facilitados por un fabricante o un distribuidor, a excepción de los previstos en el párrafo 4.3.</p>	<p><u>se cumple</u></p>
<p>6.4 No debe permitirse en el sistema de atención de salud el empleo de «representantes de servicios profesionales», de «enfermeras de maternidad» o personal análogo, facilitado o remunerado por los fabricantes o los distribuidores</p>	<p><u>se cumple</u></p>
<p>6.5 Sólo los agentes de salud o, en caso necesario, otros agentes de la comunidad, podrán hacer demostraciones sobre alimentación con preparaciones para lactantes, fabricadas industrialmente o hechas en casa, y únicamente a las madres, o a los miembros de la familia que necesiten utilizarlas; la información facilitada debe incluir una clara explicación de los riesgos que puede acarrear una utilización incorrecta.</p>	<p><u>se cumple</u></p>
<p>6.6. Pueden hacerse a instituciones u organizaciones donativos o ventas a precio reducido de suministros de preparaciones para lactantes o de otros productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, sea para su uso en la institución de que se</p>	<p>En la entrevista a profesionales de salud se mencionó que algunos fabricantes – en este caso, Laboratorios Abbott y Mead</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

<p>trate o para su distribución en el exterior. Tales suministros sólo se deben utilizar o distribuir con destino a lactantes que deben ser alimentados con sucedáneos de la leche materna. Si dichos suministros se distribuyen para su uso fuera de la institución que los recibe, la distribución solamente debe ser hecha por las instituciones u organizaciones interesadas. Esos donativos o ventas a precio reducido no deben ser utilizados por los fabricantes o los distribuidores como un medio de promoción comercial.</p>	<p>Johnson- ofrecieron suministros gratuitos de sucedáneos de leche materna, sin una razón justificada.</p>
<p>6.7 Cuando los donativos de suministros de preparaciones para lactantes o de otros productos comprendidos en las disposiciones del presente Código se distribuyan fuera de una institución, la institución o la organización interesada debe adoptar las disposiciones necesarias para garantizar que los suministros podrán continuar durante todo el tiempo que los lactantes los necesiten. Los donantes, igual que las instituciones u organizaciones interesadas, deben tener presente esa responsabilidad.</p>	<p>Preguntas relacionadas con el cumplimiento de este artículo no fueron incluidas en los formularios que fueron parte de este estudio.</p>
<p>6.8 El equipo y los materiales donados a un sistema de atención de salud, además de los que se mencionan en el párrafo 4.3, pueden llevar el nombre o símbolo de una empresa, pero no deben referirse a ningún producto comercial comprendido en las disposiciones del presente Código.</p>	<p>Preguntas relacionadas con el cumplimiento de este artículo no fueron incluidas en los formularios que fueron parte de este estudio.</p>

Artículo 7. Agentes de Salud

Literales del artículo del Código	Información encontrada por el Estudio
<p>Los agentes de salud deben estimular y proteger la lactancia natural, y los que se ocupen particularmente de la nutrición de la madre y del lactante deben familiarizarse con las obligaciones que les incumben en virtud del presente Código, incluida la información especificada en el párrafo 4.2.</p>	<p>El personal de salud señaló que había recibido capacitación en lactancia materna, pero solo un 52% la había recibido en el tema de código de comercialización de sucedáneos de leche materna.</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

<p>7.2 La información facilitada por los fabricantes y los distribuidores a los profesionales de la salud acerca de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código debe limitarse a datos científicos y objetivos y no llevará implícita ni suscitará la creencia de que la alimentación con biberón es equivalente o superior a la lactancia natural. Dicha información debe incluir asimismo los datos especificados en el párrafo 4.2.</p>	<p><u>En este estudio no se recogió información sobre material entregado por fabricantes o distribuidores de productos bajo el código a profesionales de salud</u></p>
<p>7.3 Los fabricantes o los distribuidores no deben ofrecer, con el fin de promover los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, incentivos financieros o materiales a los agentes de la salud o a los miembros de sus familias ni dichos incentivos deben ser aceptados por los agentes de salud o los miembros de sus familias.</p>	<p>Según la entrevista a profesionales de salud, los representantes de las compañías fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el Código, ofrecieron donaciones de equipo e invitaron o apoyaron al personal de salud para eventos fuera del establecimiento.</p>
<p>7.4 No deben facilitarse a los agentes de salud muestras de preparaciones para lactantes o de otros productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, ni materiales o utensilios que sirvan para su preparación o empleo, salvo cuando sea necesario con fines profesionales de evaluación o de investigación a nivel institucional. Los agentes de salud no deben dar muestras de preparaciones para lactantes a las mujeres embarazadas, a las madres de lactantes y niños de corta edad o a los miembros de sus familias.</p>	<p>Los representantes de los fabricantes o distribuidores en sus visitas a los establecimientos, ofrecieron muestras o formatos originales de los productos bajo el código al personal de salud</p>
<p>7.5 Los fabricantes y distribuidores de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código deben declarar a la institución a la que pertenezca un agente de salud beneficiario toda contribución hecha a éste o en su favor para financiar becas,</p>	<p>Este estudio no realizó una investigación en este sentido.</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

viajes de estudio, subvenciones para la investigación, gastos de asistencia a conferencias profesionales y demás actividades de esa índole. El beneficiario debe hacer una declaración análoga	
--	--

Artículo 8. Empleados de los fabricantes y de los distribuidores

8.1 En los sistemas que aplican incentivos de ventas para el personal de comercialización, el volumen de ventas de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código no debe incluirse en el cómputo de las gratificaciones ni deben establecerse cuotas específicas para la venta de dichos productos. Ello no debe interpretarse como un impedimento para el pago de gratificaciones basadas en el conjunto de las ventas efectuadas por una empresa de otros productos que ésta comercialice.

8.2 El personal empleado en la comercialización de productos comprendidos en las disposiciones del presente Código no debe, en el ejercicio de su profesión, desempeñar funciones educativas en relación con las mujeres embarazadas o las madres de lactantes y niños de corta edad. Ello no debe interpretarse como un impedimento para que dicho personal sea utilizado en otras funciones por el sistema de atención de salud, a petición y con la aprobación escrita de la autoridad competente del gobierno interesado.

Estos artículos no fueron sujetos de investigación en este estudio.

Artículo 9. Etiquetado

Literales del artículo del Código	Información encontrada por el Estudio
9.1 Las etiquetas deben concebirse para facilitar toda la información indispensable acerca del uso adecuado del producto y de modo que no induzcan a desistir de la lactancia natural	En las etiquetas de fórmulas infantiles, un 38% de los productos exhibían información que idealiza su utilización, un 36% contenían imágenes que no tiene que ver con el método de preparación, como ejemplo ilustraciones de juguetes, personajes animados, mascotas, etc.
9.2 Los fabricantes y distribuidores de las preparaciones para lactantes deben velar por que se imprima en cada envase o una etiqueta que no pueda despegarse fácilmente del mismo una inscripción	Se cumple.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

<p>clara, visible y de lectura y comprensión fáciles, en el idioma apropiado, que incluya todos los puntos siguientes: las palabras «Aviso importante» o su equivalente; Una afirmación de la superioridad de la lactancia natural;</p>	
<p>Una indicación en la que conste que el producto sólo debe utilizarse si un agente de salud lo considera necesario y previo asesoramiento de éste acerca del modo apropiado de empleo;</p>	<p>Solo el 26% de las etiquetas señalan que el producto debe utilizarse si un agente de salud lo considera necesario. 88% de las etiquetas anuncian que el producto se debe preparar previo asesoramiento del personal de salud acerca del modo de empleo.</p>
<p>d) instrucciones para la preparación apropiada con indicación de los riesgos que una preparación inapropiada puede acarrear para la salud. Ni el envase ni la etiqueta deben llevar imágenes de lactantes ni otras imágenes o textos que puedan idealizar la utilización de las preparaciones para lactantes. Sin embargo, pueden presentar indicaciones gráficas que faciliten la identificación del producto como un sucedáneo de la leche materna y sirvan para ilustrar los métodos de preparación. No deben utilizarse términos como «humanizado», «maternalizado» o términos análogos. Pueden incluirse prospectos con información suplementaria acerca del producto y su empleo adecuado, a reserva de las condiciones antedichas, en cada paquete o unidad vendidos al por menor. Cuando las etiquetas contienen instrucciones para modificar un producto y convertirlo en una preparación para lactantes, son aplicables las disposiciones precedentes.</p>	<p>36% de las fórmulas infantiles encontradas en los puntos de venta, contiene en su etiqueta imágenes que pueden idealizar la utilización de estas fórmulas o preparaciones para lactantes.</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Artículo 10. Calidad

10.1 La calidad de los productos es un elemento esencial de la protección de la salud de los lactantes y, por consiguiente, debe ser de un nivel manifiestamente elevado. 10.2 Los productos alimentarios comprendidos en las disposiciones del presente Código y destinados a la venta o a cualquier otra forma de distribución deben satisfacer las normas aplicables recomendadas por la Comisión del Codex Alimentarius y las disposiciones del Codex recogidas en el Código de Prácticas de Higiene para los Aumentos de los Lactantes y los Niños.

En todas las etiquetas de estos productos se advierte sobre los peligros de la inadecuada preparación del producto.

Solo un producto de los 64 encontrados en la categoría de fórmulas infantiles, informa sobre la posibilidad de que el producto contenga microorganismos patógenos.

Artículo 11. Aplicación y vigilancia

Literales del artículo del Código	Comentario
11.1 Los gobiernos deben adoptar, habida cuenta de sus estructuras sociales y legislativas, las medidas oportunas para dar efecto a los principios y al objetivo del presente Código, incluida la adopción de leyes y reglamentos nacionales u otras medidas pertinentes. A ese efecto, los gobiernos deben procurar obtener, cuando sea necesario, el concurso de la OMS, del UNICEF y de otros organismos del sistema de las Naciones Unidas. Las políticas y las medidas nacionales, en particular las leyes y los reglamentos, que se adopten para dar efecto a los principios y al objetivo del presente Código, deben hacerse públicas y deben aplicarse sobre idénticas bases a cuantos participen en la fabricación y la comercialización de productos comprendidos en las disposiciones del presente Código.	Como señalan estos artículos el estado, las organizaciones de la sociedad civil, los gremios de profesionales con el apoyo de la oficina local de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) deben propender a la vigilancia del cumplimiento de todos los artículos incluidos en el código como una medida de protección y apoyo a la adecuada alimentación de los niños y niñas desde su nacimiento. El Estado ecuatoriano con ese afán ha promulgado leyes, normativas y reglamentos respecto del fomento, apoyo y protección a la lactancia materna, sin embargo, es necesario habilitar y/o señalar la instancia responsable de vigilar su cumplimiento. De igual forma los fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el código, deben considerarse obligados a que sus prácticas de comercialización
11.2 La vigilancia de la aplicación del presente Código corresponde a los	



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Literales del artículo del Código	Comentario
<p>gobiernos actuando tanto individualmente como colectivamente por conducto de la Organización Mundial de la Salud, a tenor de lo previsto en los párrafos 11.6 y 11.7. Los fabricantes y distribuidores de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, así como las organizaciones no gubernamentales, los grupos de profesionales y las asociaciones de consumidores apropiados deben colaborar con los gobiernos con ese fin.</p>	<p>cumplan con las medidas indicadas por el código, pero a la luz de esta investigación se observa claramente que no lo hacen e infringen la mayor parte de las medidas estipuladas en el código. Los gremios de profesionales tampoco han sido parte de la vigilancia del código e incluso hay prácticas vetadas por el código en las que ellos incurren, como por ejemplo aceptar donaciones para eventos científicos. Este estudio se convierte en un segundo esfuerzo que, desde el Ministerio de Salud, la OPS y UNICEF están dando con la finalidad de tomar acciones frente a las múltiples violaciones de la industria de alimentos infantiles y buscar que se sancione sus inadecuadas prácticas de comercialización.</p>
<p>11.3 Independientemente de cualquier otra medida adoptada para la aplicación del presente Código, los fabricantes y los distribuidores de productos comprendidos en las disposiciones del mismo deben considerarse obligados a vigilar sus prácticas de comercialización de conformidad con los principios y el objetivo del presente Código y a adoptar medidas para asegurar que su conducta en todos los planos resulte conforme a dichos principios y objetivo.</p>	

VII.2 SITUACIÓN DE LAS REGULACIONES NACIONALES FRENTE AL CODIGO INTERNACIONAL DE SUCEDANEOS DE LECHE MATERNA

Dentro de los cuerpos legales promulgados para la vigilancia del Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, la Ley de Fomento, apoyo y protección a la lactancia materna, resulte el más importante, aunque no es el único. Sin embargo, dada la especificidad de sus artículos respecto del tema se realizará una revisión crítica de sus provisiones respecto de las recomendadas por el Código y su cumplimiento.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
 Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
 Teléfono: 593-0994962494

LEY DE FOMENTO, APOYO Y PROTECCION A LA LACTANCIA MATERNA

ARTICULOS DE LA LEY LACTANCIA MATERNA	COMENTARIO
<p>Art. 1.- La lactancia materna es un derecho natural del niño y constituye el medio más idóneo para asegurarle una adecuada nutrición y favorecer su normal crecimiento y desarrollo.</p>	<p>Salvando el error respecto del periodo de la lactancia materna exclusiva recomendado para el niño/niña, que es desde el nacimiento hasta los 6 meses de edad, se necesitan estrategias y evaluaciones periódicas que evalúen el cumplimiento por parte de los servicios de atención materno-infantil públicos y privados, del contacto inmediato del niño, como una forma de promover la lactancia materna desde el inicio de la vida.</p>
<p>Art. 2.- Corresponde al Ministerio de Salud Pública, a través de sus unidades operativas, la aplicación de las disposiciones de la presente Ley. Para este efecto deberá diseñar e implementar acciones tendientes a:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Fomentar la práctica de la lactancia materna exclusiva durante el primer año de vida del niño; b) Establecer en todos los servicios de salud públicos y privados, normas obligatorias que garanticen el contacto inmediato del niño con su madre, luego de su nacimiento; 	<p>Salvando el error respecto del periodo de la lactancia materna exclusiva recomendado para el niño/niña, que es desde el nacimiento hasta los 6 meses de edad, se necesitan estrategias y evaluaciones periódicas que evalúen el cumplimiento por parte de los servicios de atención materno-infantil públicos y privados, del contacto inmediato del niño, como una forma de promover la lactancia materna desde el inicio de la vida.</p>
<ul style="list-style-type: none"> c) Promover y desarrollar educación continua en lactancia materna a los miembros del equipo de salud, la familia y la comunidad; 	<p>No se ha desarrollado un programa de educación continua en lactancia materna dirigido al personal de salud y sería deseable proponer e implementar uno.</p>
<ul style="list-style-type: none"> d) Impartir la instrucción oportuna a toda madre embarazada o en período de lactancia sobre los beneficios nutricionales, inmunitarios, psicoafectivos y el efecto anticonceptivo de la lactancia materna, así como respecto del peligro que conlleva el cambio injustificado de ésta por biberones y chupones para los lactantes; 	<p>El apoyo y asesoría a la gestante y a la madre en periodo de lactancia, sobre técnicas y destrezas en el manejo de la lactancia materna, es aún deficiente, no se realiza de forma sistemática en estos periodos claves de la atención materna y no se observan mejorías en los indicadores de lactancia materna exclusiva en los últimos años.</p>
<ul style="list-style-type: none"> e) Propugnar el cumplimiento de las normas del Código Internacional 	<p>En los servicios de salud públicos se observa un mejor cumplimiento de los</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

ARTICULOS DE LA LEY LACTANCIA MATERNA	COMENTARIO
sobre Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de la Organización Mundial de la Salud (OMS); y,	artículos provistos por el CICSLM, sin embargo, el cumplimiento en los privados es mínimo o nulo.
f) Eliminar toda propaganda relacionada con las fórmulas infantiles en los servicios de salud.	Se puede señalar que se cumple en un alto porcentaje en los servicios públicos, pero no en los privados.

CAPITULO II OBJETIVO Y ALCANCE DE LA LEY

ARTICULOS DE LA LEY LACTANCIA MATERNA	COMENTARIO
Art. 3.- Esta Ley propende a garantizar una nutrición segura y suficiente a los niños recién nacidos que no tengan necesidades especiales de alimentación dentro del período de lactancia, mediante el fomento y protección de la lactancia materna y la regulación y control de la comercialización de alimentos infantiles, incluyendo los llamados sucedáneos de la leche materna.	Aunque el espíritu de la Ley según indica su objetivo, es la regulación y control de la comercialización de alimentos infantiles, no existe una instancia en funciones, encargada de la aplicación de este artículo, tampoco hay una ruta de denuncias establecida por el Ministerio de Salud u otras instancias competentes que vigilen el cumplimiento del Código, y hagan posible la aplicación de sanciones a las empresas o fabricantes de sucedáneos de leche materna que infrinjan la recomendación del Código y lo expresado en esta ley.

Art. 4.- La lactancia materna, como recurso natural, debe proveerse hasta que el niño cumpla dos años de edad.

CAPITULO III EL CONSEJO NACIONAL PARA EL APOYO DE LA LACTANCIA MATERNA

ARTICULOS DE LA LEY LACTANCIA MATERNA	COMENTARIO
--	-------------------



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

<p>Los artículos 5, 6 y 7 de la Ley constituyen al Consejo Nacional para el Apoyo a la Lactancia Materna (CONALMA) y detallan sus funciones</p>	<p>El CONALMA es la máxima autoridad en el campo de la Lactancia materna en el país, pero desde su creación, ha funcionado en cortos periodos de tiempo, posiblemente un año luego de la promulgación de la Ley, en el año 1.995 y otro año en el año 2.013, cuando se reactivó desde el Ministerio de Salud. Sin embargo, por su escaso accionar, su papel en cuanto a la vigilancia del Código y su cumplimiento no ha trascendido.</p> <p>A pesar de lo indicado, al analizar los literales de funciones designadas, el único relacionado con la regulación de la promoción de sucedáneos es el literal e), pero se remite a indicar que se “vigile la publicidad y venta de productos designados, cumplan con las disposiciones legales sobre la materia”, de las cuales se describen en el reglamento de la ley, algunos aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Relacionadas con los sistemas de salud• Relacionadas con los profesionales de la salud• Con las etiquetas de los productos designados• Con la calidad del producto <p>Sin embargo, no se plantea de forma precisa, las prohibiciones a las diversas formas de promoción utilizadas por la industria, especialmente en los puntos de venta, medios de comunicación impresos, masivos u otros y de encontrarse violaciones no se determinan sanciones específicas.</p>
---	---

CAPITULO IV DE LA EDUCACION E INFORMACION SOBRE LA ALIMENTACION INFANTIL

Los artículos de la Ley regulan la información y educación sobre alimentación infantil desde las instituciones del sector público, dejando de lado la información que en este aspecto fuese elaborada por los fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el CICSLM.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Artículos de la Ley de Lactancia Materna	Disposiciones del CICSLM
<p>Art. 9.- Los materiales informativos y educativos provenientes de las instituciones del sector público, sean impresos o audiovisuales, no podrán contener el nombre o logotipo del fabricante o distribuidor de ningún producto designado. Los materiales destinados a los profesionales de salud podrán contener información acerca de los productos designados, solo con fines educativos o científicos.</p> <p>En ningún establecimiento del sistema de salud se promocionará preparados o productos alimenticios substitutivos de la leche materna.</p>	<p>4.2 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, deben incluir datos claramente presentados sobre todos y cada uno de los siguientes extremos:</p> <ul style="list-style-type: none">(a) ventajas y superioridad de la lactancia natural;(b) nutrición materna y preparación para la lactancia natural y el mantenimiento de ésta;(c) efectos negativos que ejerce sobre la lactancia natural la introducción parcial de la alimentación con biberón(d) dificultad de volver sobre la decisión de no amamantar al niño y(e) uso correcto, cuando sea necesario, de preparaciones para lactantes fabricadas industrialmente o hechas en casa. <p>Cuando dichos materiales contienen información acerca del empleo de preparaciones para lactantes, deben señalar las correspondientes repercusiones sociales y financieras, los riesgos que presentan para la salud los alimentos o los métodos de alimentación inadecuados y, sobre todo, los riesgos que presenta para la salud el uso innecesario o incorrecto de preparaciones para lactantes y otros sucedáneos de la leche materna. Con ese material no deben utilizarse imágenes o textos que puedan idealizar el uso de sucedáneos de la leche materna.</p>
<p>Y los artículos 9 al 14 del reglamento de la ley acogen enteramente lo expresado por el CICSLM</p>	<p>4.3 Los fabricantes o los distribuidores sólo podrán hacer donativos de equipo o de materiales informativos o educativos a petición y con la autorización escrita de la autoridad gubernamental competente o ateniéndose a las orientaciones que los gobiernos hayan dado con esa finalidad. Ese</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

	equipo o esos materiales pueden llevar el nombre o el símbolo de la empresa donante, pero no deben referirse a ninguno de los productos comerciales comprendidos en las disposiciones del presente Código y sólo se deben distribuir por conducto del sistema de atención de salud.
--	---

CAPITULO V: DE LOS AGENTES DE LA SALUD PARA EL FOMENTO DE LA LACTANCIA MATERNA

Las disposiciones del CICSLM, respecto de los agentes de salud superan las promulgadas en la ley de Fomento a la Lactancia Materna, como se observa en el siguiente cuadro.

Artículos de la Ley de Lactancia Materna	Disposiciones del CICSLM
Art. 10.- Los directores de las unidades de salud en todos sus niveles, aplicarán las medidas necesarias para fomentar, apoyar y proteger la lactancia materna, conforme a los preceptos de la presente Ley.	7.1 Los agentes de salud deben estimular y proteger la lactancia natural, y los que se ocupen particularmente de la nutrición de la madre y del lactante deben familiarizarse con las obligaciones que les incumben en virtud del presente Código, incluida la información especificada en el párrafo 4.2.
Art. 11.- Todo agente de salud o persona, profesional o no, que brinde servicios de salud, deberá fomentar, apoyar y proteger la lactancia materna, así como eliminar toda práctica que, directa o indirectamente, retrase la iniciación o dificulte la continuación de la lactancia materna.	7.2 La información facilitada por los fabricantes y los distribuidores a los profesionales de la salud acerca de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código debe limitarse a datos científicos y objetivos y no llevará implícita ni suscitará la creencia de que la alimentación con biberón es equivalente o superior a la lactancia natural. Dicha información debe incluir



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

	<p>asimismo los datos especificados en el párrafo 4.2.</p>
	<p>7.3 Los fabricantes o los distribuidores no deben ofrecer, con el fin de promover los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, incentivos financieros o materiales a los agentes de la salud o a los miembros de sus familias ni dichos incentivos deben ser aceptados por los agentes de salud o los miembros de sus familias.</p>
	<p>7.4 No deben facilitarse a los agentes de salud muestras de preparaciones para lactantes o de otros productos comprendidos en las disposiciones del presente Código, ni materiales o utensilios que sirvan para su preparación o empleo, salvo cuando sea necesario con fines profesionales de evaluación o de investigación a nivel institucional. Los agentes de salud no deben dar muestras de preparaciones para lactantes a las mujeres embarazadas, a las madres de lactantes y niños de corta edad o a los miembros de sus familias.</p>
	<p>7.5 Los fabricantes y distribuidores de los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código deben declarar a la institución a la que pertenezca un agente de salud beneficiario toda contribución hecha a éste o en su favor para financiar becas, viajes de estudio, subvenciones para la investigación, gastos de asistencia a conferencias profesionales y demás actividades de esa índole. El beneficiario debe hacer una declaración análoga</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

Artículos del Reglamento de la Ley de Lactancia Materna y su relación con el CICSLM

Artículos del Reglamento	Disposiciones del CICSLM
<p>Artículo 16 del Reglamento: se eliminan de las unidades de atención de salud del sistema nacional, toda clase de propaganda relacionada con los sucedáneos de leche materna y no se pueden utilizar estas instalaciones para exponer los productos comprendidos en las disposiciones de este instructivo, ni para distribuir materiales facilitados por un fabricante o distribuidor.</p>	<p>Disposiciones presentes en el CICSLM artículo 6 y sus literales.</p>
<p>Artículo 22 del Reglamento: a los agentes de salud les está prohibido aceptar obsequios o cualquier beneficio financiero por parte de fabricantes o distribuidores de productos bajo el código, así como distribuir muestras de productos a las mujeres gestantes, las madres o a cualquier persona.</p>	<p>Esta prohibición se señala en el artículo 7 del Código de Comercialización de sucedáneos de leche materna, sin embargo, tiene otra connotación:</p> <p>“Se prohíbe a los fabricantes y/o distribuidores entregar obsequios, muestras hacia los agentes de salud”.</p> <p>En el CICSLM se regula a la industria, en el Reglamento a la Ley de Lactancia, se regula al personal de salud.</p>



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

VIII. CONCLUSIONES

- ✓ Las empresas fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el alcance del Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna (CICSLM), violan de forma permanente y de variadas maneras las recomendaciones realizadas por el Código y sus infracciones no son penalizadas.
- ✓ No existe una ruta o plan de acción para que la ciudadanía, personal de salud u organizaciones de la sociedad civil denuncien las irregularidades que las compañías fabricantes de sucedáneos de leche materna o sus distribuidores, cometen respecto de la promoción de sus productos.
- ✓ La devastadora promoción que los fabricantes y distribuidores de estos productos realizan frente a la escasa y muy débil promoción de la lactancia materna va en desmedro de esa forma natural de alimentar a nuestros bebés y la pérdida de su valor en la sociedad y entre las propias madres de los recién nacidos, que ven a las fórmulas infantiles un reemplazo de su leche, sin ninguna diferencia importante que les lleve a declinar esa posibilidad.
- ✓ La ley de fomento, apoyo y protección a la lactancia materna y su reglamento incluyen de forma muy limitada las recomendaciones del CICSLM y sus provisiones posteriores.
- ✓ Los establecimientos de salud públicos son los servicios que más cumplen con las medidas recomendadas en el código respecto de promoción dentro del servicio.
- ✓ Los puntos de venta: farmacias y Farmacias de cadena son los lugares de mayor promoción de sucedáneos de leche materna, fórmulas infantiles, alimentos complementarios, biberones y tetinas.
- ✓ Entre el personal de salud entrevistado existe desconocimiento de CICSLM y las resoluciones posteriores, de igual manera mencionan lo mismo, los responsables y dependientes de los puntos de venta.
- ✓ A pesar de los esfuerzos por terminar con la entrega de muestras o productos en su presentación original a personal de salud, esa contravención sigue siendo una práctica de promoción por parte la empresa y en algunos casos son los propios profesionales de salud quienes son intermediarios de su entrega a las madres.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- ✓ Las empresas fabricantes de fórmulas infantiles que se mencionaron y se verificaron violaciones al CICSLM son: Nutricia, Mead Johnson, Abbott y Nestlé, ésta última con infracciones en todas las formas de promoción vetadas por el Código.
- ✓ Las múltiples formas de violación constatadas en los servicios de salud, en los puntos de venta, en las relaciones entabladas directas con profesionales de salud con con las madres, dejan ver la necesidad de fortalecer la capacidad de las autoridades para vigilar el cumplimiento del Código y establecer mecanismos de supervisión y aplicación de la normativa vigente que frene los abusos de la industria de alimentos velando por los derechos de las madres y sus recién nacidos a una información idónea sobre los métodos de alimentación y que les sea posible tomar decisiones acertadas al respecto.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

IX. RECOMENDACIONES PROGRAMATICAS Y DE POLITICA

- ✓ Fortalecer la política de lactancia materna como una estrategia de salud pública vital en el cuidado de la salud y nutrición de los niños y de sus madres desde su nacimiento.
- ✓ Implementar un eficaz control ciudadano de la aplicación del Código a través de personas informadas y conscientes.
- ✓ Diseñar una ruta para denunciar presuntas violaciones al código ante las autoridades nacionales o locales competentes, mediante mecanismos sencillos y efectivos, como son los medios electrónicos, redes sociales, etc.
- ✓ Limitar la venta de productos bajo el Código a farmacias o farmacias de cadena, evitando su venta libre en supermercados o tiendas y disponer que estos productos no sean exhibidos.
- ✓ Solicitar a los profesionales prescriptores de fórmulas infantiles, razones que justifiquen la recomendación de esos productos.
- ✓ Incluir todos los artículos del Código en una reforma futura de la ley de fomento, apoyo y protección a la lactancia materna, toda vez que como indica el Código, éste resulta ser una recomendación "mínima" para la protección de la alimentación de los lactantes y niños pequeños y los países deberían tomar acciones similares o de mayor magnitud para proteger la alimentación de los niños desde su nacimiento.
- ✓ Capacitar a todos los trabajadores de salud acerca de los contenidos del Código Internacional
- ✓ Implementar un eficaz control ciudadano de la aplicación del Código en el país a través de personas informadas y conscientes
- ✓ Reconocer a la lactancia materna como una de las intervenciones más efectivas frente a otras estrategias básicas de salud y nutrición y por lo tanto protegerla creando mecanismos de control y vigilancia del CICSLM.
- ✓ Proteger la alimentación al seno materno como la forma de brindar igualdad de oportunidades iniciales a todos los niños y niñas que nacen en nuestro país.
- ✓ Divulgar la existencia del Código Internacional y de las Resoluciones subsecuentes relevantes de la Asamblea Mundial de la Salud entre los profesionales de la salud, encargados y propietarios de puntos de venta y otras instancias de interés.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- ✓ Denunciar presuntas violaciones al mismo tanto a las autoridades competentes nacionales como a la red IBFAN, a través de la página web: www.ibfan-alc.org/formularioweb.htm
- ✓ Planificar y priorizar las áreas donde algunas de las medidas del código sean factibles poner en práctica de forma inmediata, y aquellas que se puedan tomar a mediano y a largo plazo, dependiendo del grado de complejidad.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

X. FONDOS DE LA INVESTIGACION

Esta investigación fue realizada gracias al financiamiento de la Organización Panamericana de la Salud y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, además del aval del Ministerio de Salud Pública, quienes participaron de la planificación de las actividades y apoyaron con sus comentarios en la elaboración del informe final.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

XI. AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a las técnicas del Ministerio de Salud, Mg. Gabriela Rivas, Lic. Yuridia Torres y Lic. Pamela Piñeiros quienes colaboraron en la planificación y coordinación del estudio y la organización del trabajo de campo. A la Mg. Paula Véliz, profesora de la Universidad Católica del Ecuador y a las alumnas y licenciadas de Nutrición quienes participaron en la planificación y levantamiento del trabajo de campo. A la Mg. Natalia Céspedes, quién colaboró como supervisora del estudio en la ciudad de Quito. De igual manera a los colegas de la Agencia Nacional de Regulación y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), Carolina Guayanlema, Gabriela León y Juan Carlos Mendoza quienes asistieron con el personal de campo a todos los puntos de venta incluidos en la investigación y gestionaron los permisos y atención por parte de los encargados de los establecimientos.

Una especial mención a la Dra. Ana Lozada, investigadora del Instituto Nacional de Salud Pública de México, quién realizó el entrenamiento del equipo consultor y de los encuestadores para la ejecución de este estudio.

Al Dr. Adrián Lozada, Dr. Ismael Soriano y Mg. Katherine Silva, por su apoyo técnico y personal al desarrollo de esta investigación.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

XII. BIBLIOGRAFIA

1. **AI, Eidelman.** Breastfeeding and the use of human milk: an analysis of the American Academy of Pediatrics 2012 Breastfeeding Policy Statement. *Breastfeed Med.* 2012, pp. 7(5):323–4.
2. **Kramer MS, Guo T, Platt RW, Sevkoskaya Z, Dzikovich I, Collet JP, Shapiro S, Chalmers B, Hodnett E, Vanilovich I, et al.** Infant growth and health outcomes associated with 3 compared with 6 mo of exclusive breastfeeding. *The American Journal of Clinical Nutrition.* 2003, pp. 78:291–5.
3. **Patel A, Bucher S, Pusdekar Y, Esamai F, Krebs NF, Goudar SS, et al.** Rates and determinants of early initiation of breastfeeding and exclusive breast feeding at 42 days postnatal in six low and middle-income countries: A prospective cohort study. *Reproductive Health.* June 8, 2015, p. 12(Suppl 2):S10.
4. **World Health Organization.** *Fifty fourth World Health Assembly (WHA) Resolution 54.2.* Geneva : s.n., 2001.
5. **Bachrach, Virginia R. Galton, Eleanor Schwarz, and Lela Rose Bachrach.** Breastfeeding and the Risk of Hospitalization for Respiratory Disease in Infancy. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine.* 2003, Vol. 157, 3.
6. **Boutwell, Brian B., Kevin M. Beaver, and James C. Barnes.** Role of Breastfeeding in Childhood Cognitive Development: A Propensity Score Matching Analysis. 2012, Vol. 48, 9, pp. 840-45.
7. **Lamberti, Laura M., Christa L Fischer Walker, Adi Noiman, Cesar Victora, and Robert E. Black.** Breastfeeding and the Risk for Diarrhea Morbidity and Mortality. *BMC Public Health.* 11, 2001, Vol. 3.
8. **Organización Mundial de la Salud.** *Estrategia Mundial para la Alimentación del Lactante y del Niño Pequeño.* Ginebra : Organización Mundial de la Salud, 2002.
9. **Owen CG, Martin RM, Whincup PH, Smith GD, Cook DG.** Does breastfeeding influence risk of type 2 diabetes in later life? A quantitative analysis of published evidence. *Am J Clin Nutr.* 84, 2006, Vol. 5, pp. 1043-54.
10. **Lawrence, Ruth A.** Does Breastfeeding Protect Against Overweight and Obesity in Children? A Review. *Childhood Obesity.* 6, 2010, Vol. 4, pp. 193-97.
11. **Britton JR., Britton HL, Gronwaldt V.** Breastfeeding, sensitivity, and attachment. *Pediatrics.* 2006, Vol. 118(5).



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

12. **Freire W.B., Ramírez M.J., Belmont P., Mendieta M.J., Silva MK., Romero N., Sáenz K., Piñeros p., Gómez LF., MongeR.** *RESUMEN EJECUTIVO. TOMO I. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del Ecuador.* Quito : Ministerio de Salud Pública/Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013.
13. **OMS/UNICEF.** Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna. *UNICEF.* [Online] 1981.
http://www.unicef.org/republicadominicana/Codigo_Intl_Comercializacion_Sucedaneos_Leche_Materna.pdf.
14. **Shubber, S.** The International Code, Digest of Health Legislation. 1985. Vol. 36, 4, p. 884.
15. **Fund, United Nations International Childrens´ s Emergency.** *Declaración de Innocenti.* New York : UNICEF, 1990.
16. **Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.** *Declaración Mundial y Plan de Acción de la Cumbre Mundial en Favor de la Infancia y la Convención sobre los Derechos del Niño.* New York : UNICEF, 1990.
17. **Ministerio de Salud Pública.** www.paho.org. *Panamerican Health Organization.* [Online] 2009. [Cited: 10 17, 2016.]
http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&alias=163-politica-nacional-de-lactancia-materna-sept-2009&category_slug=publications&Itemid=599&lang=en.
18. **Ministerio de Salud Pública del Ecuador.** *Vigilancia del Cumplimiento del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna en Ecuador.* MSP. s.l. : MSP, 2012.
http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/nutricion/SUCEDANEOS_LECHE_MATERNA_prev.pdf.
19. **Epidat: Programa para análisis epidemiológico de datos. Versión 4.2, julio 2016. .** s.l. : Consellería de Sanidade, Xunta de Galicia, España; Organización Panamericana de la Salud (OPS-OMS); Universidad CES, Colombia. Disponible en <http://dxsp.sergas.es>.

XIII. ANEXOS

XIII.1 ANEXO 1

Consentimiento Informado

Copias de los consentimientos informados tanto para madres como para profesionales de salud.



Consentimiento Informado Madres 1.pdf



Consentimiento informado madres 2.pdf



consentimiento informado PS1.pdf



Consentimiento Informado PS 2.pdf

XIII.2 ANEXO 2

HERRAMIENTAS



Cuestionario 1_MADRES.pdf



Cuestionario2_ESTABLECIMIENTOS DE SALUD.pdf



Cuestionario 3Bis LISTA PRODUCTOS DISPONIBLES.pdf



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494



Cuestionario 3 LISTA VERIFICACIÓN_TIENDAS.pdf



Cuestionario 4 LISTA DE COMPROBACIÓN DE ETIQUETAS E INSERTOS_shc.pdf



Cuestionario 5_Evaluación de Etiquetas e insertos.pdf

XIII.3 ANEXO 3

MASCARAS Electrónicas



1_MADRES.accdb



2_ESTABLECIMIENTOS.accdb



3_B_LISTA_PRODUCTOS.accdb



3_LISTA_VERIFICACION.accdb



4_LISTA_ETIQUETAS.accdb



5_LISTA_PUBLICIDAD.accdb

XIII.4 ANEXO 4

Razones del cambio de los Establecimientos de salud seleccionados originalmente



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

1. En Guayaquil fue seleccionado el Centro de Salud de Puerto Salinas el cual se encuentra situado en la isla Puná, un área rural de acceso exclusivamente marítimo, y que por su condición no aportaría mayor información a los intereses de esta investigación. El siguiente establecimiento de salud elegido fue el Centro de Salud San Vicente. Al visitar este establecimiento de salud privado, el personal directivo indicó que entre los usuarios de su servicio no había atención a menores de 2 años ni a madres en periodo de lactancia. Consecuentemente se escogió el siguiente establecimiento de la lista, correspondiendo al Centro de Salud La Trinitaria,

En la ciudad de Quito, se cambiaron los siguientes establecimientos:

2. La Clínica de Especialidades Médicas de Servicio Social es una institución que según el personal a cargo tenía un promedio de 4 nacimientos al mes. Al momento de la visita no hubo ninguna madre en postparto. En el área de consulta externa de pediatría del establecimiento se realizaron 3 visitas y en ninguna hubo madres para aplicar las encuestas. Se cambió este establecimiento por el Centro de Salud de Santa Clara de San Millán.
3. El establecimiento Hotel Carrión La Estancia se reemplazó por el Centro de Salud Carcelén Bajo, debido a que el establecimiento da atención a personas refugiadas y presenta una dinámica de atención diferente al objetivo de la investigación.
4. La Clínica Santa Marianita se dedica a atender cirugías de referencia. No cuenta con el volumen necesario de pacientes relevante al estudio. Se cambia por el Hospital General Enrique Garcés.
5. El Centro de Salud Paluco, a la fecha de la investigación, ya no existe, se fusionó con el Centro de Salud Jardín del Valle, razón por la que éste fue incluido en la investigación.
6. En la primera visita a la consulta externa de la Clínica Internacional, se lograron dos encuestas a madres, pero la clínica no brindó el apoyo ni facilidades para realizar las encuestas. Se cambió el establecimiento por el Centro de Salud Mena del Hierro.
7. En la visita al establecimiento CEMEI SANTA CLARA, este era un centro de desarrollo infantil del Municipio de Quito, con atención de personal de salud de forma itinerante, razón por la se decide cambiar a la Clínica Dmarliz. El personal a cargo de este último establecimiento señala que la clínica realiza atenciones gineco obstétricas esporádicas, y que atienden aproximadamente un parto 1 vez al mes. Por lo expresado se decide incluir al Hospital Carlos Andrade Marín.

En la Tabla 26, a continuación, se encuentra la lista de los establecimientos que reemplazaron a los establecimientos que originalmente incluidos en el estudio.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

ESTABLECIMIENTOS QUE REEMPLAZARON LOS ORIGINALMENTE INCLUIDOS EN EL ESTUDIO

PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	CARCELEN BAJO (QUITO)
PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	SANTA CLARA DE SAN MILLAN ³
PUBLICO	TERCER NIVEL	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES HES	HOSPITAL CARLOS ANDRADE MARIN (QUITO)
PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	TRINITARIA (GUAYAQUIL)
PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	JARDIN DEL VALLE (QUITO)
PUBLICO	PRIMER NIVEL	CENTRO DE SALUD CS	MENA DEL HIERRO (QUITO)
PUBLICO	SEGUNDO NIVEL	HOSPITAL GENERAL HG	HOSPITAL GENERAL ENRIQUE GARCES (QUITO)

Tabla 26. Lista de establecimientos reemplazantes

XIII.5 ANEXO 5

Cuerpos Legales Nacionales respecto del Apoyo, Fomento y Protección de la Lactancia Materna

Constitución Política del Estado Ecuatoriano, (2008)

Art.45.- “Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición;”...

Ley Orgánica de Salud, (2006)

Art. 17.- La autoridad sanitaria nacional conjuntamente con los integrantes del Sistema Nacional de Salud, fomentarán y promoverán la lactancia materna durante los primeros seis meses de vida del niño/a o la niña, procurando su prolongación hasta los dos años de edad.

Política Nacional de Lactancia Materna, Ministerio de Salud pública, 2009.

- ✓ Fomentar la práctica de lactancia materna involucrando a mujeres, hombres, familias y comunidad mediante la promoción de la lactancia materna exclusiva durante los 6 primeros meses de vida de niños y niñas.
- ✓ Fortalecer la capacidad de los servicios de salud para asegurar la práctica adecuada de la lactancia materna mediante:



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- ✓ El cumplimiento obligatorio del apego precoz dentro de los primeros 30 minutos de vida en todas las unidades de salud pública y de la red complementaria que atiende los partos.
- ✓ El cumplimiento obligatorio del alojamiento conjunto en todas las unidades de salud pública y de la red complementaria que atienden partos y recién nacidos.

Código de la Niñez y Adolescencia (2003)

- ✓ Art. 24.- Derecho a la Lactancia Materna: “Los niños y niñas tienen derecho a la lactancia materna para asegurarle una adecuada nutrición y favorecer su normal crecimiento y desarrollo. Es obligación de los establecimientos de salud públicos y privados desarrollar programas de estimulación de la lactancia materna”.
- ✓ Art. 27: El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende, entre otras cosas: 9. Acceso a servicios que fortalezcan el vínculo afectivo entre el niño o niña y su madre y padre; 10. El derecho de las madres a recibir atención sanitaria prenatal y postnatal apropiadas.

Ley de Fomento Apoyo y Protección a la Lactancia Materna (1995)

- ✓ Art 1.- “La lactancia materna es un derecho natural del niño/a y constituye el medio más idóneo para asegurarle una adecuada nutrición y favorecer su normal crecimiento y desarrollo”
- ✓ Reglamento No 1469 de la ley de Fomento, Protección y Promoción de la Lactancia Materna, Registro Oficial No 321 del 18 de noviembre de 1999.

Normativas

- ✓ Normas y Protocolos de alimentación para niños y niñas menores de 2 años. Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Coordinación Nacional de Nutrición, 2013.
- ✓ Ecuador, Ministerio de Salud Pública, Normas de Atención integral a la Niñez, Dirección de Normatización del Sistema Nacional de Salud, Normatización Técnica, Salud de la Niñez, Quito, MSP, 2010.

Consejos

- ✓ Ecuador, Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, Plan Nacional Decenal de protección Integral a la Niñez y Adolescencia, Quito, CNNA, mayo, 2004.



Fundación para el Bienestar y Atención Básica Social, Institucional y Comunitaria
Dirección: Calle Francisco Montalvo Oe9-152 y Bellaurora.
Teléfono: 593-0994962494

- ✓ Política 1 Protección y cuidado de la salud de la mujer en edad reproductiva mediante la atención gratuita y universal durante el embarazo, parto y posparto.
- ✓ Política 2 Garantizar una vida saludable a los niños y niñas menores de 6 años.
- Política 4 Asegurar condiciones nutricionales adecuadas y oportunas a todos los niños y niñas.

Decreto ejecutivo 2215

- ✓ Publicado en el Registro oficial 619, del 15 de Noviembre de 1983, que expidió las regulaciones concernientes a la comercialización de Fórmulas alimenticias para lactantes y niños menores de un año.