



7° Foro Nacional de  
**Lactancia Materna 2022**

Demos un paso adelante por la lactancia materna



# Perspectiva Internacional sobre la Interferencia de la Industria de Fórmulas Lácteas

Profesor Rafael Pérez-Escamilla, PhD  
Escuela de Salud Pública  
Universidad de Yale

Yale  
SCHOOL  
OF PUBLIC  
HEALTH



# ESTUDIO MULTI-PAÍS DE LA OMS Y UNICEF

*Cómo influye la mercadotecnia de los sucedáneos de la leche materna en nuestras decisiones sobre la alimentación infantil*



Diseño:

- Agosto 2019 a Abril 2021
- Zonas urbanas
- Encuestas con 8500 mujeres embarazadas y madres de niños pequeños (0–18 meses)
- Encuestas con 300 profesionales de salud
- > 100 grupos focales
- 80 entrevistas profundas incluyendo a ejecutivos de publicidad

-  Bangladesh
-  China
-  Gran Bretaña
-  Marruecos
-  México
-  Nigeria
-  Sudáfrica
-  Vietnam





# Deseos de Alimentación Infantil en el Embarazo

Gran mayoría planeaban amamantar

Entre el 49% y el 98% (94% en México) sin intención de introducir fórmula

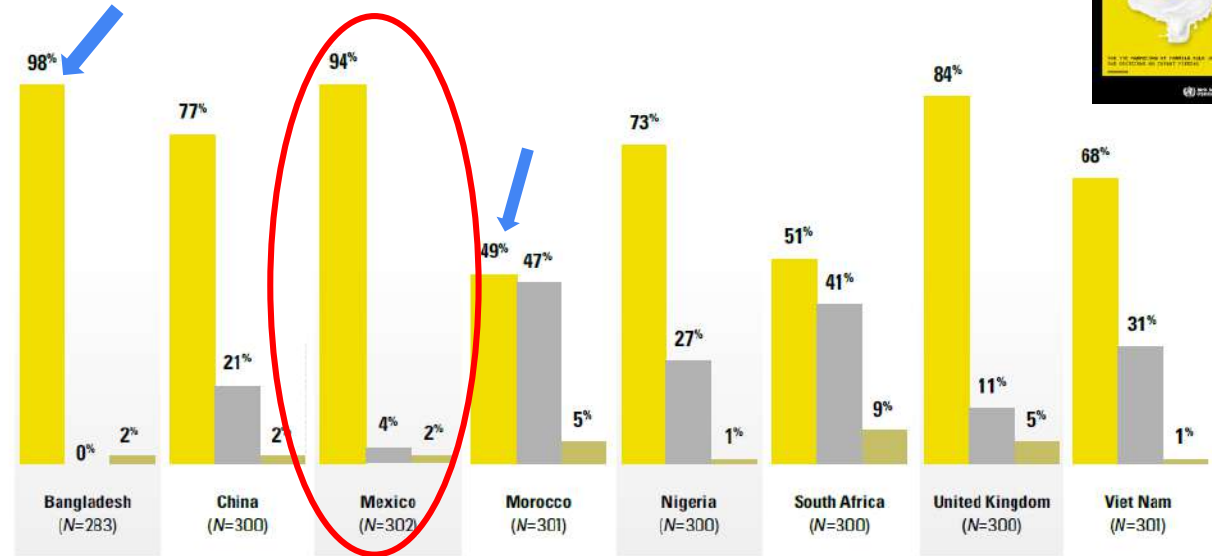


Figure 6. Pregnant women's infant feeding intentions

● Breastfeeding only ● Formula only ● Mix of breastfeeding and formula



# ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE FÓRMULAS LÁCTEAS

- Publicidad no regulada e invasiva en línea
- Redes de asesoramiento y líneas de atención telefónica patrocinadas por la industria
- “Clubs” en línea de madres patrocinadas por la industria
- Promociones de precios en puntos de venta (ej. farmacias, supermercados) y regalos gratuitos de fórmulas lácteas no solicitados
- Prácticas encaminadas a influir en la formación del personal de salud y las recomendaciones que hacen estos trabajadores



# ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE FÓRMULAS LÁCTEAS

Los mensajes que reciben los progenitores y el personal de salud suelen ser:

- Engañosos, sin base científica
- Diseñados para jugar con las emociones de los padres en momentos muy vulnerables
- Contrarios al Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de la OMS

Adoptado por la Asamblea Mundial de la Salud en 1981 para proteger a las madres de las prácticas abusivas de mercadotecnia utilizadas por los fabricantes de alimentos para lactantes



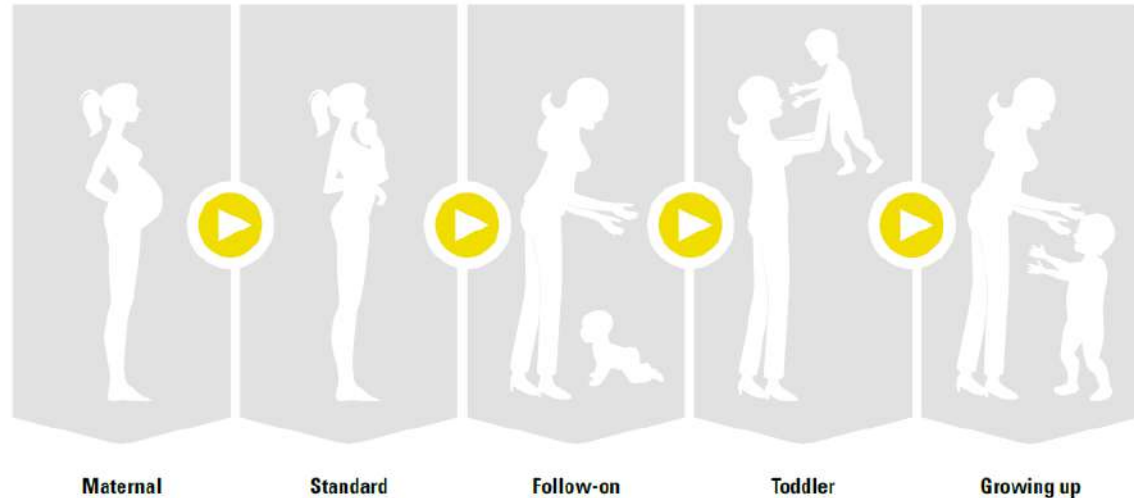
# MERCADEO DE FÓRMULAS LÁCTEAS PARA NIÑOS DE 0 A 3 AÑOS

Compañías de fórmulas lácteas utilizan numerosos canales masivos e individualizados de mercadeo

Estrategia para maximizar el número de mujeres que alcanzan y el número de veces que lo hacen

Consiguen un flujo constante de contactos con mujeres embarazadas y madres lactantes en espacios públicos y privados

Figure 4. Marketing of formula milk products at every stage





El mercadeo convence a mujeres y su familias de la “necesidad” de una gran gama de formulas lácteas

Industria haciendo fuerte mercadeo de:

- productos para niños de 1 a 3 años de edad
- formulas lácteas especializadas (ej. para alergias)
- fórmulas lácteas para “calmar” a los bebés y “ayudarlos a dormir”
- formulas lácteas para madres

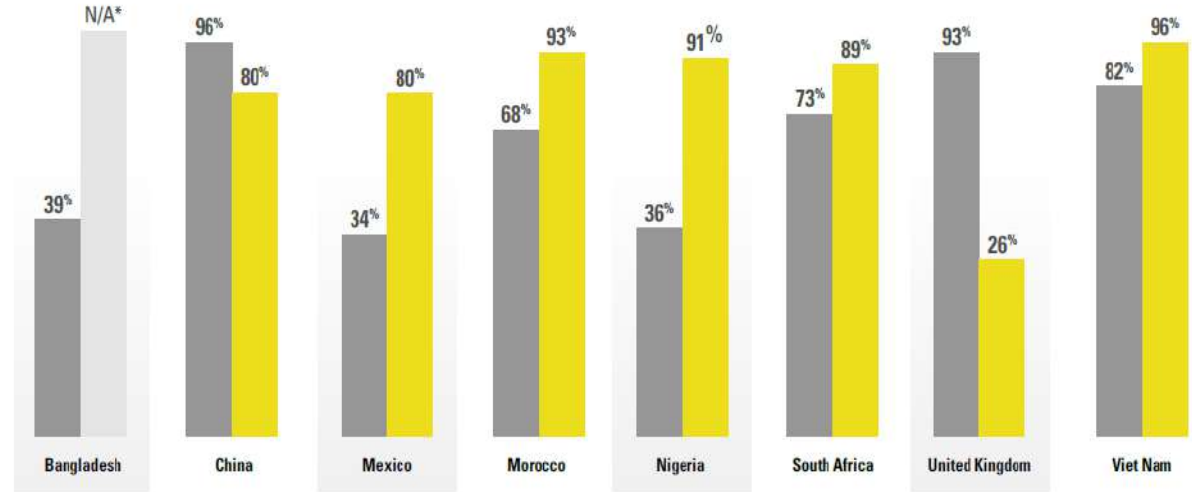


Figure 7. Awareness of and perceived need for stage 2 formula milk

● Awareness ● Perceived need among those who are aware





## RESUMEN DE RESULTADOS

Este estudio llevado a cabo en 8 países contrastantes muestra que:

1. La industria de fórmulas lácteas que genera US\$ 55 billones al año, invierte cientos de millones de dólares en estrategias y tácticas de mercadeo que sabotean sistemáticamente las decisiones de alimentación infantil saludables de los padres
2. Las compañías afectan la salud pública, violan el Código de al OMS y los derechos humanos de las mujeres y sus hijos







## CONCLUSIONES

- La evidencia es muy fuerte. El mercadeo de formula y no el producto por si mismo sabotea las decisiones informadas de padres y familias sobre como alimentar a sus niños pequeños  
*Al hacer esto pone en riesgo la lactancia materna y por lo tanto la salud materno-infantil*
- Todos los sectores del gobierno incluyendo salud, trabajo, bienestar social, comercio, protección del consumidor, hacienda y asociaciones profesionales de profesionales de salud, así como sector privado **deben de cumplir sus responsabilidades de asegurar que de ahora en adelante la salud de los niños mexicanos se ponga por encima de la maximización de ganancias de la industria de formula lácteas**





# MUCHAS GRACIAS!

#ApoyemosLaLactanciaMaterna  
#EndExploitativeMarketing



**Ningún negocio debería  
ser más importante  
QUE EL FUTURO  
DE TU HIJO**



World Health  
Organization

#EndExploitativeMarketing



unicef  
for every child



**LAS PERSONAS EN CUYOS  
CONSEJOS CONFÍAS  
SON UN OBJETIVO  
PARA QUIENES  
COMERCIALIZAN  
LOS PREPARADOS  
PARA LACTANTES**



Organización  
Mundial de la Salud

#EndExploitativeMarketing



unicef  
para cada niño



**¿Anunciando tu embarazo?  
LAS COMPAÑÍAS DE  
FÓRMULAS LÁCTEAS YA  
LO SABEN**



World Health  
Organization

#EndExploitativeMarketing



unicef  
for every child