



MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA



Comisión Nacional
de Lactancia Materna

MONITOREO

CODIGO INTERNACIONAL
DE COMERCIALIZACION
DE SUCEDÁNEOS DE LA
LECHE MATERNA



RESOLUCIONES
POSTERIORES AL
CÓDIGO
INTERNACIONAL



Junio - Septiembre 2017



MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA



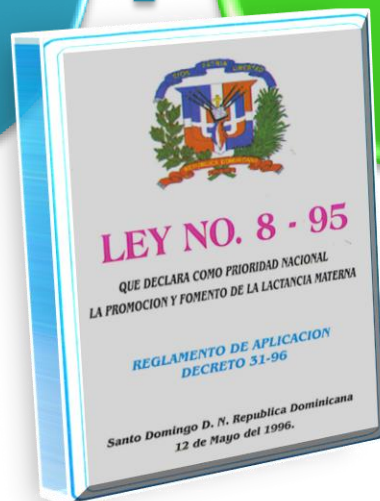
Comisión Nacional
de Lactancia Materna

MONITOREO

CODIGO INTERNACIONAL
DE COMERCIALIZACION
DE SUCEDÁNEOS DE LA
LECHE MATERNA



RESOLUCIONES
POSTERIORES AL
CÓDIGO
INTERNACIONAL



Junio - Septiembre 2017



PARTICIPANTES

COMISION NACIONAL DE LACTANCIA MATERNA:

Dra. Clavel Sánchez
Lic. María Martínez
Lic. Gladys Estévez
Lic. Marleni Cabrera
Lic. Sobeida Sánchez
Kenia Lereboursre

RED INTERNACIONAL DE GRUPOS PRO ALIMENTACION INFANTIL -IBFAN -

Dra. Yndira Morales
Dr. Luis Lara
Lic. María de Jesús Morfe

DIVISION MATERNO INFANTIL Y ADOLESCENTES

Dra. Martha Josefina Nina

DIRECCION GENERAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y PRODUCTOS
SANITARIOS – DIGEMAPS -

Lic. Ana María de Aza
Lic. Pilar Sánchez
Lic. Eduardo Castellano

DIRECCIONES PROVINCIALES DE SALUD

Triana Portes
DPS La Altagracia.

Corporina Batista Cuello
DPS Barahona.
Milagros Portalatín
DPS Monte Cristi.
Higenia Figuereo
DPS. DPS Santiago III
Juan García
María Dolores Hidalgo
DPS. San Pedro de Macorís

Miladys Sánchez
DPS. San Fco. de Macorís

COLABORADORAS

Kirsys Ramirez
Marta Germania
Gladys Perez

BASE DE DATOS

Bienvenido Vólquez



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

SIGLAS

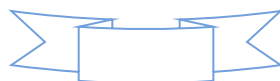
<i>AMS</i>	<i>Asamblea Mundial de la Salud, en inglés WHA</i>
<i>CNLM</i>	<i>Comisión Nacional de Lactancia Materna</i>
<i>DIGEMAPS</i>	<i>Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios</i>
<i>DIMIA</i>	<i>División Materno Infantil y Adolescentes</i>
<i>IBFAN</i>	<i>International Baby Food Action Network (Red Mundial de Grupos pro Alimentación Infantil)</i>
<i>IHAN</i>	<i>Iniciativa de Hospital Amigo del Niño</i>
<i>INCAP</i>	<i>Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá</i>
<i>MSP</i>	<i>Ministerio de Salud Pública</i>
<i>OMS</i>	<i>Organización Mundial de la Salud</i>
<i>OPS</i>	<i>Organización Panamericana de la Salud</i>
<i>ONE</i>	<i>Oficina Nacional de Estadísticas</i>
<i>UCI</i>	<i>Unidad de Cuidados Intensivos</i>
<i>UNICEF</i>	<i>Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia</i>
<i>WBTi</i>	<i>World Breastfeeding Trends Initiative (Iniciativa Mundial sobre Tendencias de la Lactancia Materna)</i>



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

<i>INDICE</i>	PAG.
I. RESUMEN	5
II. INTRODUCCION	18
III. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION	20
IV. OBJETIVOS	21
A. General	
B. Especificos	
V. METODOLOGIA	22
VI. HALLAZGOS	28
A. Información de las madres	28
B. Hospitales, centro privados y trabajadores de salud	34
C. Etiquetas de sucedáneos de leche materna	51
D. Monitoreo en medios masivos	58
VII. MANDATO DE LA LEY 8-94 Y RECOMENDACIONES DEL CODIGO	70
VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
A. Conclusiones	
B. Recomendaciones	
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA	81
X. ANEXOS	82
Formularios usados	
Carta de presentación	
Listado Registro Sanitario	



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

I. RESUMEN

El presente informe en el periodo junio -septiembre del año 2017, tiene como propósito mostrar los resultados finales del Monitoreo a El Código y la Ley 8-95 que declara Prioridad Nacional la promoción y fomento de la Lactancia Materna en República Dominicana, amparado en el artículo 8, acápite (g), de su reglamento 31-96, que refiere sobre la realización de un monitoreo general cada 2 años. Dicho monitoreo ha sido realizado por la Comisión Nacional de Lactancia Materna y en coordinación con Dirección General de Alimentos, Medicamentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS), la División de Salud Materno Infantil y Adolescentes, la asistencia técnica de la Red Internacional de Grupos Pro Alimentación Infantil (IBFAN) y la cooperación de la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS).

Metodología

- a) **Monitoreo masivo en 7 municipios**
- b) Hacer en un mismo periodo el análisis físico químico y bacteriológico
- c) c) Aplicar el módulo para las madres y los establecimientos de salud para monitoreo del código con propuesta de Netcode

Selección de la muestra

- Densidad poblacional y movimiento comercial.
- Polos de desarrollo e intercambio comercial.
- Municipio común cabecera y el Distrito Nacional

El tamaño de la muestra se tomó según lineamientos de la Herramienta de Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC UNICEF, 2015)

Sugieren que como mínimo se debe visitar y revisar:

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

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Áreas geográficas:

REGIÓN GEOGRÁFICA	PROVINCIA	MUNICIPIO
Norte	Santiago	Santiago de los Caballeros
	Duarte	San Francisco de Macorís
Este	San Pedro de Macorís	San Pedro de Macorís
	La Altagracia	Salvaleón de Higüey
Sur	San Cristóbal	San Cristóbal
	Barahona	Barahona
	Santo Domingo	Santo Domingo este
	Distrito Nacional	Santo Domingo de Guzmán



Monitoreo en:

- Puntos de venta,
- Centros de salud,
- Revisión de etiquetado - material informativo,
- Medios masivos de comunicación.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

ESTABLECIMIENTOS MONITOREADOS LEY 8-95, SEGÚN LUGARES Y TIPOS DE PUNTOS

REGIÓN	Municipio	Farmacias	Super	Tiendas	Hosp	Clínicas	TOTAL
NORTE	Santiago de los Caballeros	3	3	1	2	2	11
	Monte Cristi	1	1	1	1	1	5
	San Francisco de Macoris	2	2	1	1	1	7
	San Pedro de Macoris	1	2	1	1	1	6
ESTE	Salvaleon de Higüey	1	1	1	1	1	5
	Santo Domingo Este	3	3	1	1	2	10
	San Crsitobal	1	2	1	1	1	6
Sur	Barahona	1	2	1	1	1	6
	DN/Santo Domingo de Guzman	3	3	1	1	2	10
		16	19	9	10	12	66

ESTABLECIMIENTOS MONITOREADOS LEY 8-95, SEGÚN LUGARES Y TIPOS DE PUNTOS



33% a centros de salud públicos y privados, 66% puntos de venta (24% farmacias, 29% supermercados, 14% tiendas). Total 66 establecimientos

Medios:

- Los cinco periódicos de circulación nacional más importantes
- Emisoras de alcance nacional y local
- Redes Sociales

Como se hizo?

- Observaciones directas
- Entrevistas al azar
- Se recogió evidencia
- Verificación de registros

274 formularios

- 107 entrevistas a madres
- 50 a promoción en comercios

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

- 72 entrevistas a personal de hospitales y centro privados
- 33 análisis a etiquetas
- 12 a materiales informativos 80 productos sucedáneos de leche materna monitoreados en medios
- Experiencia previa de monitoreo.
- Compromiso con la protección de la lactancia materna.
- Disponibilidad de tiempo para el trabajo.
- Participar en talleres de entrenamiento.

Incluido personal de DPSs participantes.

Centros de Salud Seleccionados:

Municipios	Hospitales	Centros Privados
Santiago de los Caballeros	Arturo Grullon y Rene Clan	Hosp, Homs y Clinica Union Medica
Monte Cristi	Padre Fantino	
San Francisco de Macorís	San V de Paul	CM Materno Inf
San Pedro de Macorís	Antonio Musa	
Salvaleon de Higüey	NS Altagracia	Clinica Dr. Cedano
Santo Domingo Este	HMISLM	obst y ginec y oriental1
San Crsitobal	JP Pina	centro
Barahona	Jaime Mota	Centro
DN/Santo Domingo de Guzman	HMNSA	C. Obst. Y CMD

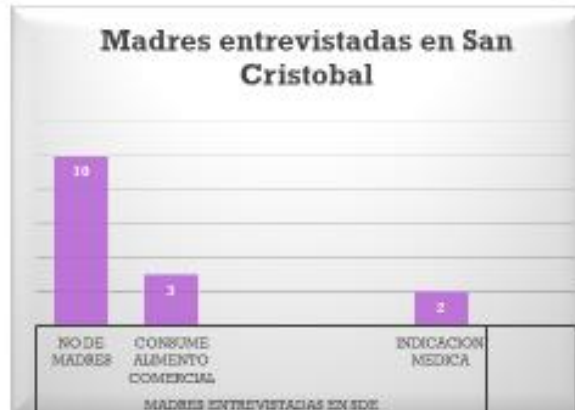
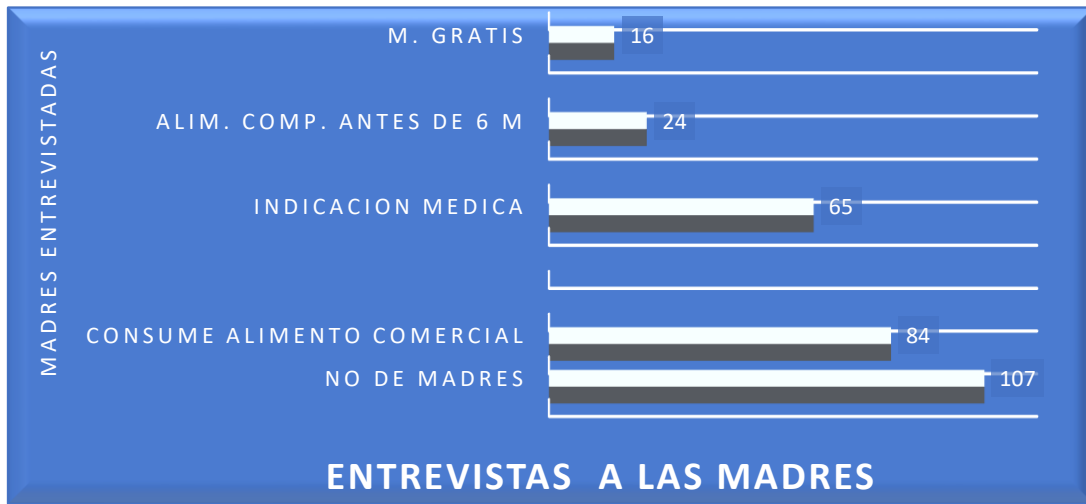
HALLAZGOS (Resumen)

Entrevistas a las madres:

- 78.5% de las madres entrevistadas, refiere que introduce alimento comercial a su hijo antes de los seis meses, de estas el 77.4% lo hace por indicación médica.
- El 22.4% de las madres introducen alimentos complementarios antes de los seis meses.
- El 15% de las madres refirieron recibir muestra gratis.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Publicidad en centro de salud: Se observo en estaciones de servicios de Salud (públicos y privados) afiches, carteles, pancartas, recetarios de compañías de productos al alcance de la ley 8-95 y el Código Internacional de Sucédáneos de Leche Materna.



La publicidad en los Centros de salud privados se ha convertido en la principal plataforma de las compañías distribuidoras de fórmulas. Encontrándose en estos servicios gran variedades de artículos promocionados.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

HALLAZGOS:

Centros de salud

En todos los centros de salud esta prohibida la Promoción y Publicidad de productos Sucedáneos de la Leche Materna. Arts. 9 y 11 de la Ley 8-95 Código Internacional 6.3, y 6. 4.



HALLAZGOS:

Centros de salud

Se observó exhibición de fórmulas, uso de recetarios y materiales que llegan a las madres con el nombre, logotipo de compañías distribuidoras de sucedáneos de leche materna.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

HALLAZGOS:

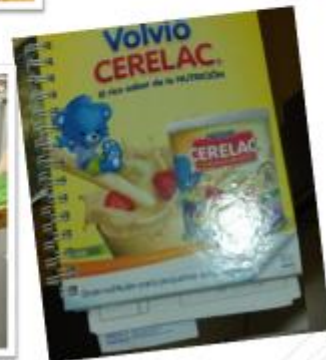
Centros de salud



La ley 8-95, Art, 11 prohíbe la distribución o exposición de materiales impresos con el nombre logo tipo, representación grafica o marca de un producto designado o el nombre o logotipo de un fabricante o distribuidor.

HALLAZGOS:

Centros de salud



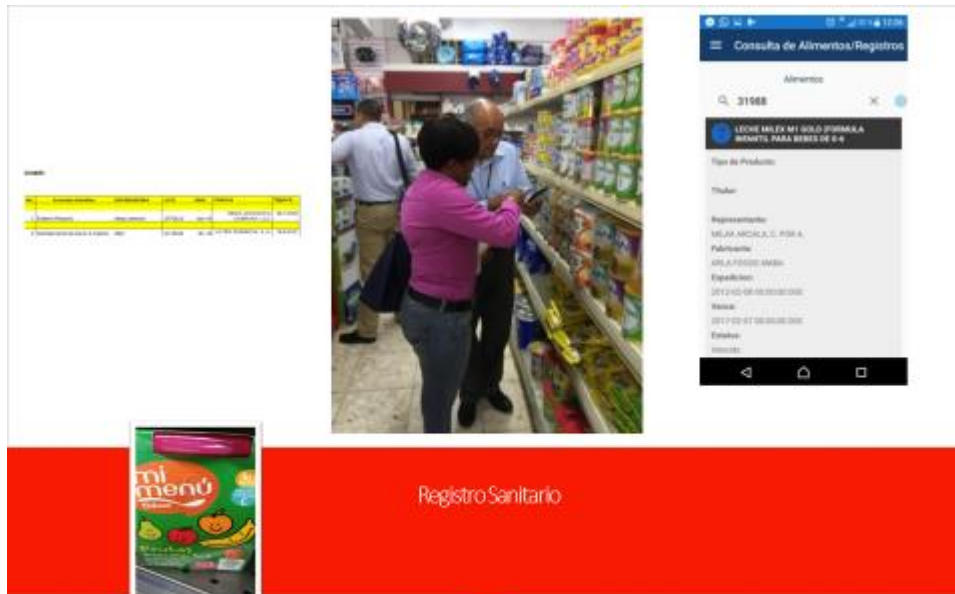
Una práctica de promoción es utilizar los colores y formatos de las etiquetas de productos registrados, en productos que no están el alcance de la Ley 8-95 (proteínas para madres, alimentos para niños mayores de 2 años, entre otros.)

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Comercios:

En supermercados visitados se pudo observar varias violaciones de productos que no se encuentran registrados o con registros vencidos.



Etiquetas en el mercado en violación al art. 12 del Reglamento 31-96 de la Ley 8-95.

En los puntos de ventas las violaciones están más concentradas en las etiquetas de los productos.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



Otras imágenes de productos con violación a la Ley 8-95 en punto de ventas.

Productos sin registros sanitarios, sin el dictamen favorable de la Comisión Nacional de Lactancia Materna.

La Comisión Nacional de Lactancia Materna (CNLM), es quien debe dar el dictamen favorable a las etiquetas de alimentos infantiles, encontrándose en el monitoreo productos cuyas etiquetas no cumplen con esta regulación. Art. 12 reglamento 31-96.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Análisis de Etiquetado



Etiqueta sin aprobar por la CNLM

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Materiales y prácticas de las compañías



Es una guía de lactancia materna de Avent

Guía de nutrición para el bebé.



Nutribén especialistas en la alimentación infantil.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Publicidad y Promoción

Medios masivos:

La cuenta de Facebook de Alacta Plus destinada a la República Dominicana incluye un disclaimer que declara que el producto no es un sucedáneo de la leche materna. Sin embargo, la misma incluye dos imágenes de niños y niñas menores de dos años acompañando artículos que, si bien no hacen referencia al consumo del producto, son de fin publicitario e incluyen los hashtags #AlactaPlus y #AlactaPlusRD. Ambas constituyen violaciones al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



La cuenta de Facebook de Alacta Plus destinada a la República Dominicana incluye un disclaimer que declara que el producto no es un sucedáneo de la leche materna. Sin embargo, la misma incluye dos imágenes de niños y niñas menores de dos años acompañando artículos que, si bien no hacen referencia al consumo del producto, son de fin publicitario e incluyen los hashtags #AlactaPlus y #AlactaPlusRD. Ambas constituyen violaciones al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.
Facebook: <https://www.facebook.com/alactaplusrd/>



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



The image shows a screenshot of a website. On the left, there is a banner with the text "HOY PUEDES CRECER MÁS" and a red circle around the Mílex logo. On the right, there is a menu titled "Productos" with the following items: "Leche para lactantes" (circled in red), "M1", "M2", "M1 Gold", "M2 Gold", "Leche para niños", "Leche para adultos", and "Club Mílex". Below the menu, the website address is provided: "Página Web: <http://www.milex.com.do/Leche-para-lactantes.aspx?ID=2907>".

II. INTRODUCCIÓN

La Comisión Nacional de Lactancia Materna establecida para el fomento y la protección de la lactancia natural, creada el 19 de septiembre de 1995 por el poder Ejecutivo mediante la promulgación de la ley 8-95, por medio de la cual se declara como prioridad nacional la promoción, enseñanza y difusión de la práctica de la lactancia materna y se regula la comercialización de sucedáneos de leche materna.

Las ventas mundiales de sucedáneos de la leche materna alcanzan los US\$ 44,800 millones de dólares, y se prevé que aumenten hasta US\$ 70,600 millones en 2019. La comercialización agresiva e inadecuada de estos y otros productos alimenticios que compiten con la leche materna continúa minando los esfuerzos por mejorar las tasas de lactancia natural. (http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/code_report2016/es/).

Un sucedáneo de la leche materna es todo alimento comercializado o presentado como sustituto parcial o total de la leche materna, sea o no adecuado para ese fin. Los sucedáneos jamás igualan las propiedades de la leche materna y sólo deben ser indicados en los pocos casos clínicos que lo justifiquen científicamente.

Si aumentan las tasas de lactancia materna exclusiva entre los lactantes menores de 6 meses se reducirán significativamente los costos de tratamiento de enfermedades frecuentes en la infancia, como la neumonía, la diarrea y el asma (Rollins NC, Bhandari N, Hajeebhoy N, et al. Why invest, and what it will take to improve

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

breastfeeding practices? Lancet. 2016;387:491-504i) y se podría reducirse hasta en un 13 % la mortalidad infantil.

La Estrategia Mundial para la alimentación del lactante y del niño pequeño tiene por objetivo revitalizar las medidas para fomentar, proteger y apoyar una alimentación adecuada del lactante y del niño pequeño. Dicha



estrategia llama a los gobiernos a examinar los progresos de la aplicación nacional del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (El Código), y considerar la posibilidad de promulgar nuevas leyes o medidas adicionales para proteger a las familias de las influencias comerciales negativas.

Alrededor de 135 países tienen en vigor medidas jurídicas relacionadas con El Código, en 39 legislaciones nacionales (incluyendo a República Dominicana) se incorpora la totalidad o la mayor parte de las disposiciones de El Código. (aplicación del Código Internacional Informe de situación 2016)

http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/206011/1/WHO_NMH_NHD_16.1_spa.pdf

El presente informe tiene como propósito mostrar los resultados finales del Monitoreo a El Código y la Ley 8-95 que declara Prioridad Nacional la promoción y fomento de la Lactancia Materna en República Dominicana, amparado en el artículo 8, acápite (g), de su reglamento 31-96, que refiere sobre la realización de un monitoreo general cada 2 años. Dicho monitoreo ha sido realizado por la Comisión Nacional de Lactancia Materna y en coordinación con Dirección General de Alimentos, Medicamentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS), la División de Salud Materno Infantil y Adolescentes, la asistencia técnica de la Red Internacional de Grupos Pro Alimentación Infantil (IBFAN) y la cooperación de la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS).

En el periodo junio -septiembre del año 2017 se realizó el monitoreo a El Código y a la Ley 8-95 en el Distrito Nacional, Municipios: Santo Domingo Este, Santiago de los Caballeros, San Francisco de Macorís, Monte Cristi, San Cristóbal, Barahona; San Pedro de Macorís, Higüey; dirigido a la búsqueda de violaciones, identificar nuevas formas de mercadear y publicitar sucedáneos por parte de la industria de alimentos infantiles y a divisar todo tipo de estrategia comercial que haga a una madre decidir, en virtud de esa promoción, reemplazar total o parcialmente su propia leche por un producto artificial.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

El Código Internacional y la ley no prohíben la venta de productos bajo su alcance. El objetivo es impedir la promoción comercial de dichos productos. Se trata de recomendaciones de salud pública y de controlar la comercialización.

Características generales del país

La República Dominicana comparte la isla Hispaniola con la República de Haití. Es la segunda en tamaño del archipiélago de las Antillas Mayores, tiene una extensión de 77,914 kilómetros cuadrados, de los cuales la República Dominicana ocupa 48,442. Los límites naturales son: al norte el Océano Atlántico, al sur el Mar Caribe, al este el Canal de la Mona y al oeste la República de Haití. Población de 10,824.269 según censo 2010 de la ONE.

Las regiones están divididas en provincias. La unidad político administrativa mayor, 31 provincias y un Distrito Nacional Las provincias a su vez en municipios y distritos municipales.

La Región Norte o Cibao tiene 14 provincias.

La Región Suroeste tiene 10 provincias.

La Región Sureste tiene 7 provincias, y el Distrito Nacional.

La Región Norte o Cibao, ocupa la parte septentrional de la isla, límite con el océano Atlántico al Norte y al Este, al Oeste con Haití y al Sur con la Cordillera Central.

La Región Sureste, ocupa la parte Sur y el Este del país. Limita al Norte con el Cibao y al Sur con el Mar Caribe. Y la Región Suroeste, limita al Norte con la Cordillera Central, al Sur con el Mar Caribe y al Oeste con Haití.

División Geográfica, político administrativo

El territorio dominicano está dividido en tres regiones geográficas: Norte, Suroeste, Este. El país se encontraba dividido en 31 provincias y un Distrito Nacional.

La población censada en el año 2010 en la República Dominicana fue de 9,445,281¹ habitantes. Para el año 2030, se estima que la población alcanzará 11 millones de personas. La estructura de la población dominicana es predominantemente joven. La densidad poblacional es de 197 habitantes por kilómetro². Se estiman 220,000 nacimientos al año (Estadísticas MSP).

III. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En 1995 el país promulgó la Ley 8-95 y su reglamento 31-96 en el año 1996, donde se declara como Prioridad Nacional La Promoción y Fomento de la Lactancia Materna, basada en el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna y sus resoluciones subsiguientes y atendiendo a lo expresado en la Constitución de la República referente al deber del Estado de Proteger la Maternidad a fin de lograr un sano desarrollo de la población infantil de República Dominicana, tomando las medidas que tiendan a proveerlo, de

^{1 1} IX Censo Nacional de población y vivienda 2010

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

acuerdo al artículo 8, acápite (g), del reglamento de la ley mencionada que refiere sobre la realización de un monitoreo general cada 2 años. Ambos, el Código y la Ley Nacional, se aplican a la comercialización y prácticas de los siguientes productos: sucedáneos de la leche materna, incluidas las preparaciones para lactantes; otros productos de origen lácteos, alimentos y bebidas, incluidos los alimentos complementarios administrados con biberón, cuando están comercializados o cuando de otro modo se indique que pueden emplearse con o sin modificación, para sustituir parcial o totalmente a la leche materna y los biberones, tetinas y bobos. Se aplica asimismo a la calidad y disponibilidad de los productos antes mencionados y a la información relacionada con su utilización. Estos productos no se prohíben, pero sí el Código y la Ley definen cómo las compañías pueden comercializarlos (regulan).

La Comisión Nacional de Lactancia Materna de la República Dominicana publicó el anterior monitoreo en el año 2012. Es mandato de ley la 8-95 hacer monitoreo masivo cada dos años, a fin de contar con informaciones que permitan proteger la lactancia natural para una nutrición segura y suficiente de los lactantes y niños pequeños y asegurando el uso correcto de los sucedáneos de la leche materna, cuando éstos sean necesarios, sobre la base de una información adecuada y mediante métodos apropiados de comercialización y distribución.

La Iniciativa Mundial sobre Tendencias de Lactancia Materna – WBTi – una herramienta de evaluación y acción nacional sobre la Estrategia Mundial para la alimentación del lactante y del niño pequeño nos colocan en el año 2016 en un 87 de 150 puntos (ver anexo WBTi. República Dominicana

<http://www.worldbreastfeedingtrends.org/GenerateReports/countrysubmit.php?country=DO>)

El presente monitoreo, igual que los anteriores realizados, busca violaciones al Código y la Ley, además se identifican nuevas formas de mercadear y publicitar sucedáneos por parte de la industria de alimentos infantiles.

En el actual trabajo de monitoreo se calificaron las violaciones como prioridad, antes que las cuantificaciones, ya que está demostrado que cada violación observada y documentada, no es más que una de las posibles violaciones que no son detectadas, por tratarse de una búsqueda de hechos que revelan la violación a una ley, no resulta relevante su medición en porcentaje. La Ley debe cumplirse siempre, una muestra representa miles de muestras, una publicidad llega a millones de personas.

IV. OBJETIVOS:

General:

Monitorear el cumplimiento al Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, a la Ley nacional 8-95 y su reglamento 31-96 en etiquetado en centros de salud, medios masivos de comunicación y puntos de ventas de la República Dominicana.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Específicos:

- Buscar violaciones a la ley y al código en centros de salud públicos y privados.
- Analizar la publicidad de sucedáneos de leche materna en medios masivos de comunicación.
- Identificar nuevas estrategias de comercialización por parte de la industria de alimentos.
- Revisar situación de registro sanitario de los productos dentro del alcance de la ley.
- Verificar la existencia o no de etiquetas de productos emitidas como aprobadas por la Comisión Nacional de Lactancia materna.
- Examinar en los puntos de ventas el mercadeo, las etiquetas existentes y registro sanitario de productos dentro del alcance de la ley.

Los resultados de este monitoreo contribuirán en la fundamentación para recomendar ejecutar las medidas pertinentes de Salud Pública.

V. METODOLOGÍA:

Planificación Y Preparación

Equipo técnico de la Comisión Nacional de Lactancia Materna, División de Salud Materno Infantil, representantes de IBFAN, DIGEMAPS y Proconsumidor se reúnen y plantean:

- a) Monitoreo masivo en 7 municipios,
- b) Hacer en un mismo periodo el análisis físico químico y bacteriológico a fórmulas infantiles, fórmulas de seguimiento, alimentos complementarios (con la anuencia de la directora general de DIGEMAPS) y,
- c) Aplicar el módulo para las madres y los establecimientos de salud para monitoreo del código con propuesta de Netcode en el gran Santo Domingo en coordinación con OPS/INCAP.

- Para monitoreo masivo en diferentes municipios se usa la ya conocida y actualizada herramienta de monitoreo de IBFAN, basada en buscar violaciones y cualificarlas.
- En el análisis físico químico y bacteriológico se traza un estudio de corte de prevalencia puntual con determinación de las variables mediante técnicas de laboratorio y
- Para aplicar el módulo de las madres en establecimientos de salud, se decide conocer y usar la herramienta y la metodología de NETCODE por considerar una muestra representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características. Se realiza en el gran Santo Domingo y mide el nivel de la comercialización de sucedáneos de la leche materna y otros productos cubiertos por el Código, según lo perciben las madres, el grado de interacción entre las empresas de sucedáneos y los profesionales de la salud, además de la presencia de materiales promocionales en los establecimientos de salud.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Los informes de análisis físico químico y bacteriológico, así como las encuestas aplicadas a las madres con la metodología de Netcode, serán presentados de manera individual, anexados a este documento.

Por criterio de expertos, se decidió realizar monitoreo respondiendo a densidad poblacional y movimiento comercial de las tres regiones geográficas del país (Sur, Este y Norte), seleccionando el municipio común cabecera de las provincias y el Distrito Nacional, atendiendo al hecho de que estos son los principales polos de desarrollo e intercambio comercial, por lo cual constituyen unidades de observación típica para el monitoreo.



El tamaño de la muestra se tomó según lineamientos de la Herramienta de Monitoreo del Código (IBFAN, ICDC, UNICEF, 2015) sugieren que como mínimo se debe visitar y revisar: a) Cinco hospitales con servicio de maternidad grande (3 privados y 2 públicos) b) Cinco centro privados privadas (combinando obstetricia, ginecología y pediatría) c) Cinco establecimiento comercial que varíen en tamaño, desde supermercados a tiendas de comestibles, y tiendas de regalos o cerca de hospitales, hasta en farmacias privadas. d) Al menos dos áreas del interior del país.

La selección de los monitores se realizó teniendo en cuenta:

- Experiencia previa de monitoreo
- Compromiso con la protección de la lactancia materna
- Disponibilidad de tiempo para el trabajo
- Participar en talleres de entrenamiento

Se habló con la encargada de la Oficina de Coordinación desconcentrada de Fortalecimiento de las direcciones Provinciales de Salud con la finalidad de preparar personal provincial que participe en el monitoreo, dichos técnicos recibieron taller de entrenamiento previo al trabajo de campo.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

ESTABLECIMIENTOS MONITOREADOS LEY 8-95, SEGÚN LUGARES Y TIPOS DE PUNTOS							
REGIÓN	Municipio	Farmacias	Super	Tiendas	Hosp	Clínicas	TOTAL
NORTE	Santiago de los Caballeros	3	3	1	2	2	11
	Monte Cristi	1	1	1	1	1	5
	San Francisco de Macorís	2	2	1	1	1	7
	San Pedro de Macorís	1	2	1	1	1	6
ESTE	Salvaleon de Higüey	1	1	1	1	1	5
	Santo Domingo Este	3	3	1	1	2	10
	San Crsitobal	1	2	1	1	1	6
Sur	Barahona	1	2	1	1	1	6
	DN/Santo Domingo de Guzman	3	3	1	1	2	10
		16	19	9	10	12	66

Durante el levantamiento de datos se seleccionaron 66 establecimientos, de los cuales el 33% corresponden a centros de salud públicos y privados, 66% puntos de venta (24% farmacias, 29% supermercados, 14% tiendas).

Se utilizaron instrumentos para la recolección de datos, los medios para el trabajo de campo y se actualizó la base de datos de IBFAN para dicho procesamiento.

REGIÓN	PROVINCIA	MUNICIPIO
Norte	Santiago	Santiago de los Caballeros
	Duarte	San Francisco de Macorís
Este	San Pedro de Macorís	San Pedro de Macorís
	La Altagracia	Salvaleón de Higüey
Sur	San Cristóbal	San Cristóbal
	Barahona	Barahona
	Santo Domingo	Santo Domingo este
	Distrito Nacional	Santo Domingo de Guzmán

Municipios	Hospitales	Centros Privados
Santiago de los Caballeros	Arturo Guillón y Rene Cian	Hosp. Homs y Clínica Union Medica
Monte Cristi	Padre Fantino	
San Francisco de Macorís	San V de Paul	CM Materno Inf
San Pedro de Macorís	Antonio Musa	
Salvaleon de Higüey	NS Altagracia	Clinica Dr. Cedano
Santo Dominmgo Este	HMISLM	obst y ginec y oriental1
San Crsitobal	JP Pina	centro
Barahona	Jai me Mota	Centro
DN/Santo Domingo de Guzman	HMNSA	C. Obst. Y CMD

CENTROS DE SALUD SELECCIONADOS

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En cada uno de los municipios se previó los tipos y cantidad de centros de salud, la variedad y cantidad de puntos de venta a ser intervenidos para realizar el monitoreo.



Para el trabajo de campo se formaron 6 equipos: puntos de venta, centros de salud, revisión de etiquetado - material informativo, monitoreo en medios masivos de comunicación, se procedió a contratar los servicios particulares para este último.

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	SEMANAS						
	1	2	3	4	5	6	7
Coordinaciones	X						
Entrenamiento para Monitores		X					
Revisión de etiquetas de sucedáneos de la leche materna compradas en puntos de venta.		X	X				
Levantamiento de datos y análisis del mercadeo y publicidad, usada por parte de la industria de alimentos infantiles en centros de salud, puntos de venta, etiquetado y medios de comunicación masiva; conforme al Código Internacional y sus resoluciones posteriores y la ley 8-95 y su reglamento de aplicación.				X	X		
Monitoreo de medios masivos (contratación).				X	X		
Procesamiento				X	X	X	
Informe final, impresión.						X	X
Presentación de resultados del monitoreo							

Recolección de los datos

Para la fase de levantamiento de datos se reprodujeron los formularios de recolección de los mismos y los instructivos para su uso, además DIGEMAPS instaló en celulares de los monitores un programa para verificar en puntos de ventas el registro sanitario de los productos dentro del alcance del Código y la Ley 8-95.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Para presentación del personal de campo en los establecimientos a monitorear (Comisión de Lactancia, División Materno- Infantil, DIGEMAPS y de las diferentes Direcciones Provinciales de Salud de los territorios incluidos) fue entregada una carta firmada y sellada por la Comisión Nacional de Lactancia Materna y la DIGEMAPS.

El monitoreo se realizó a través de:

- Observaciones directas, que se llevaron a cabo en los servicios de salud públicos y privados, así como en los puntos de venta de sucedáneos de leche materna, de biberones y tetinas.
- Entrevistas al azar que se realizaron a madres de niños menores de seis meses de edad; a profesionales de la salud que asisten a recién nacidos y lactantes, a encargados de la compra de sucedáneos en centros de salud públicos y privados; a personal de farmacias y de comercios.
- Se recogió evidencia, consistente en muestras de los productos (fórmulas, ejemplares de materiales informativos-educativos, regalos, equipos) y en fotografías. Cada evidencia se identificó con el nombre de la institución de procedencia, la ubicación, la fecha, el nombre del monitor(a). Los ejemplares de violaciones se adjuntaron al formulario correspondiente.

En total **66** establecimientos (44 puntos de ventas, 22 centros de salud públicos y privados). Un total de **274 formularios**, de los cuales se aplicaron: 107 entrevistas a madres, 50 a promoción en comercios, 72 entrevistas a personal de hospitales y centro privados, 33 análisis a etiquetas de fórmulas infantiles y de biberones, bobos y tetinas, 12 a materiales informativos y promocionales dirigidos a trabajadores de salud y público en general. Participaron 20 monitores recolectando.

En establecimientos de salud se entrevistó a madres con hijos menores de seis meses de edad, a médicos, nutricionistas, enfermeras, administradores y otros. Se observó lo relativo a la violación a la Ley 8-95 recopilando evidencias (muestras de productos Sucedáneo de Leche Materna, de materiales informativos/educativos y/o fotografías).

En las visitas a comercios se buscó registro sanitario vigente, fecha de vencimiento de productos al alcance de la ley, promociones, etiquetas aprobadas por la Comisión de Lactancia, entrevistas a encargados de comercios, observación de góndolas, materiales informativos, fotografías. Se procedió a solicitar los productos en violación (para fines de evidencia) o en algunos casos a comprar en otros casos a fotografiar.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Etiquetado:

Los productos fueron comprados en el mercado y analizados para revisión de etiquetado con formulario correspondiente. Se incluyó a etiquetas de fórmulas infantiles, fórmulas de seguimiento y etiquetas de biberones, bobos y tetina y a materiales informativos y promocionales dirigidos a trabajadores de salud y público en general.

Promoción y Publicidad:

La investigación utiliza como referencia un listado tentativo de productos a ser tomados en cuenta que fue proporcionado por la Comisión de Lactancia Materna. El mismo consiste en 38 fórmulas infantiles, 14 cereales y 28 compotas cuya comercialización está aprobada por el Ministerio de Salud Pública en la República Dominicana. Sirvió como punto de partida, pero no como limitante. Se tomaron en cuenta todas las fórmulas infantiles, fórmulas de seguimiento y productos que incentiven a la no lactancia (chupetes, biberones, etc.) que aparecieron.

El proceso de monitoreo se llevó a cabo por un período de ocho semanas abarcando desde el 15 de junio hasta el 15 de agosto 2017. Para determinar el alcance del mismo se definieron y categorizaron los medios de difusión masiva según el nivel de interacción con el público. Se catalogaron como *tradicionales* a la televisión, radio y prensa escrita y como *no tradicionales* a los que ocurren en línea/vía internet. Dentro de los *no tradicionales* se incluyeron específicamente las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) y las páginas web.

Para la vigilancia de los medios de difusión tradicionales se determinó que la prensa escrita, específicamente los cinco periódicos de circulación nacional más importantes, podían ser monitoreados al 100% durante el período establecido. Para los canales de televisión, 64 de transmisión nacional y local de los cuales más de la mitad transmiten comerciales de productos, se determinó que el monitoreo al 100% sería imposible. Se le solicitó a cada canal la programación de comerciales por el período de ocho semanas establecido y muy pocos pudieron responder a tiempo. En base a los que respondieron se programó la grabación de los comerciales relevantes y a los que no respondieron se les monitoreó de manera aleatoria. Existen 369 emisoras de radio autorizadas en la República Dominicana por lo que la vigilancia a las estaciones se llevó a cabo exclusivamente de manera aleatoria.

No existe un listado centralizado de medios de difusión no tradicionales. Se inició con la creación de un listado de las páginas web y cuentas de redes sociales asociadas directamente con los distribuidores cuyos productos se encontraban en el listado inicial y la misma se siguió poblando con las cuentas asociadas a productos relevantes según los hallazgos durante el proceso de investigación. Los no tradicionales identificados fueron monitoreados al 100% desde la primera publicación que emitieron hasta la fecha de corte del proceso.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Procesamiento de datos y análisis:

Previa revisión en taller de los formularios aplicados, teniendo en cuenta el adjunto de las evidencias de violaciones correspondientes notificadas (imágenes, productos...) se procesaron y analizaron los datos arrojados, utilizando una base datos elaborada por el centro del Código de IBFAN internacional. Las primeras informaciones arrojadas del procesamiento de datos, fueron socializadas, revisadas e interpretadas por equipo coordinador, la información no avalada con suficientes pruebas no fue utilizada para el análisis.

Presentación de las Informaciones:

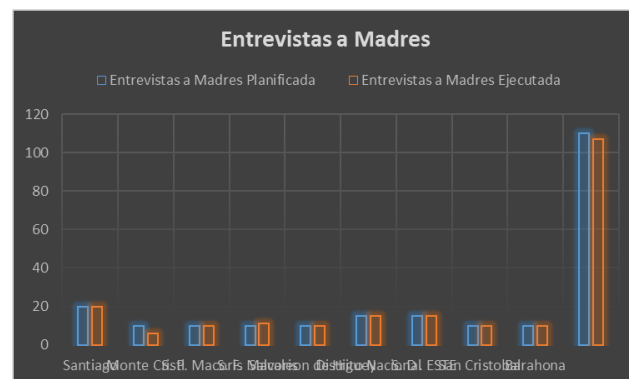
Los datos son presentados en cuadros; el respeto a la confidencialidad de las fuentes de información es una promesa que se cumple en este documento.

VI. HALLAZGOS:

1. Información de las madres

Se planifico entrevistar a 110 madres con bebes menores de seis meses, a las cuales se aplicó formulario a 107, las faltantes corresponden a Montecristi debido a que, al momento de la entrevista, no se encontró suficientes madres para entrevistar.

Entrevistas a Madres		
Municipio	Planificada	Ejecutada
Santiago	20	20
Monte Cristi	10	6
S. P. Macorís	10	10
S. F. Macorís	10	11
Salvaleón de Higüey	10	10
Distrito Nacional	15	15
S. D . ESTE	15	15
San Cristóbal	10	10
Barahona	10	10
Total	110	107



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

El 78.5% de las madres entrevistadas, refiere que introduce alimento comercial a su hijo antes de los seis meses, de estas el 77.4% lo hace por indicación médica. El 22.4% de las madres introducen alimentos complementarios antes de los seis meses.

El 15% de las madres refirieron recibir muestra gratis.

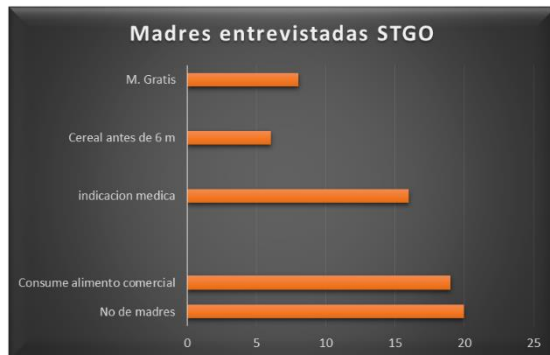


Municipios:

a) Santiago de los Caballeros

En Santiago fueron entrevistadas 20 madres con bebés menores de seis meses de edad, en centros públicos (Hospitales Arturo Grullón y Doña René Klang de Guzmán) y privados (Hospital Homs y Centro Médico Unión Médica), 19 de las 20 madres entrevistadas respondieron que sus bebés consumen algún alimento comercial, la mayoría de estos (16) indicado por un médico. Las marcas referidas fueron: Enfamil de la compañía Mead Johnson, Nan y Nestógeno de Nestlé.

En relación a recibir muestras gratis, 8 de las 20 madres refirieron recibirlas, de las compañías Mead Johnson (Enfamil, Gentlease), de Abbott (Isomil), de Nestlé (Nan).



De los 19 niños que consumen algún alimento comercial, a seis se le había introducido cereal (4 del sector privado y 2 del sector público).

b) Monte Cristi

En el municipio de Monte Cristi se entrevistaron 6 madres, en el Hospital Público Padre Fantino, Centro médico Privado Centro privado Dra. Suero y Centro Médico Carlos J. Finlay.

Todos los bebés consumen alimentos comerciales, 5 de 6 indicados por el médico, las marcas Nutribén de Alter Nestógeno Nestlé

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En este municipio dos de las madres recibieron muestras gratis, una en el centro público y otra en el centro privado, suministrado por su médico.

c) San Pedro de Macorís

En San Pedro de Macorís fueron entrevistadas 10 madres, 9 reportaron que sus bebés consumían algún alimento comercial, recomendado por su médico.

En cuanto a las muestras gratis no hay reportes

Madres entrevistadas en SPM				
No de madres	Consumo alimento comercial	indicación medica	Cereal antes de 6 m	M. Gratis
10	9	9	9	0

d) Barahona

Madres entrevistadas en Barahona				
No de madres	Consumo alimento comercial	indicación medica	Cereal antes de 6 m	M. Gratis
10	9	2	0	0

4- En Barahona fueron entrevistadas 10 madres, 9 refirieron que sus bebés consumían alimento comercial,



Marcas	Compañías
Babina	Hochorf
Millex leche entera	Arla Foods
Nestogeno	Nestlé
Similac	Abott

(2 indicado por su médico y 7 por decisión propia) de las cuales 5 de centros privados y 4 de centros públicos.

Madres entrevistadas en SDE		
No de madres	Consumo alimento comercial	indicación medica
10	3	2

En relación a recibir muestras gratis, ninguna de las madres reciben

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

e) San Francisco de Macorís

En San Francisco: fueron entrevistadas 11 madres 5 en el centro público, hospital San Vicente de Paul, y 6 en centro médico Materno infantil del Nordeste.

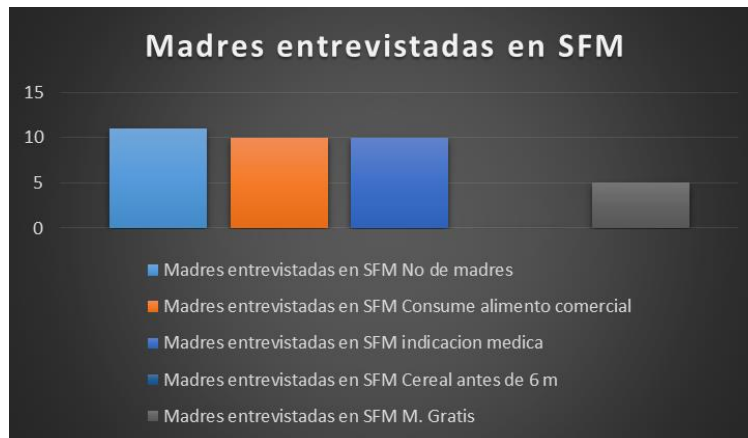
De las once entrevistadas 10 refirieron dar alimentos comerciales a sus bebés. Indicado por un médico.



Marcas	Compañías
Babina	Hochorf
Enfamil	Mead Johnson
Nestógeno	Nestlé
Similac	Abott

2 de las 10 madres entrevistadas refirieron dar alimentos complementarios antes de los 6 meses de edad.

5 madres informaron que habían recibido muestras gratis, de las compañías (citadas arriba). Con su producto, Enfamil, Similac, Nan Pro I, Babina respectivamente suministrada por pediatras y enfermeras.



f) Higüey

En el municipio de Higüey, se entrevistó a 10 madres, en el hospital público Nuestra Señora de la Altagracia y privado en el Centro Médico Dr. Cedano.

Todas habían introducido alimento comercial, 4 indicada por médico y 6 por decisión propia.

Marcas	Compañías
Babina	Hochorf
Enfamil	Mead Johnson
Nestogeno	Nestlé
Similac	Abott

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

3 de los 10 bebes recibieron alimentos complementarios antes de los 6 meses (Te, Compotas, Papillas) introduciéndolos desde los 3 meses de edad.



Marcas	Compañías
Heinz	Alvares y Sánchez
Nutriben	Nutricia

Muestras Gratis, una madre refiere haber recibido muestras: (Enfamil) de Mead Johnson suministrada por médico en Centro Privado.

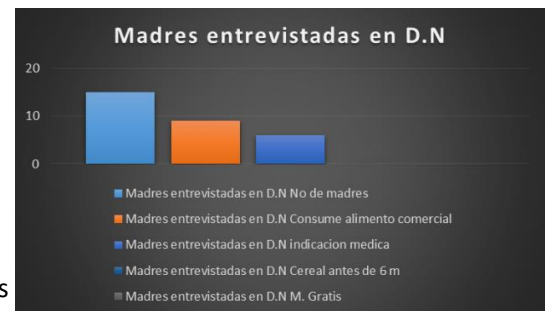
g) Distrito Nacional

En el distrito Nacional se entrevistaron a 15 madres, en Hospital Público Maternidad Nuestra Señora de la Altagracia, Centro Médico Ginecología Obstetricia y Centro Médico Dominicano.

De las 15 madres 6 respondieron dar Lactancia materna exclusiva y 9 introducir alimentos comerciales. 6 referido por su Médico y 3 por decisión propia.

De los 9 niños con alimento comercial 2 han recibido alimentos complementarios antes de los 6 meses de edad.

Ninguna madre refirió haber recibido muestras gratis.



h) Santo Domingo Este

En el municipio de Santo Domingo Este se entrevistaron a 15 madres que asistieron al Hospital Materno Infantil San Lorenzo de Los Minas y a los Centro Médico Privados, Integral 1 y Ginecología y obstetricia Oriental.

4 madres dijeron que daban Lactancia Materna Exclusiva, y 11 introdujeron alimento comercial, indicado por médicos.

Marcas que refirieron fueron:

Marcas	Compañías
Millex leche entera	Arla Foods
M2	Arla Foods
Enfamil	Mead Johnson
Nutramigen	Mead Johnson

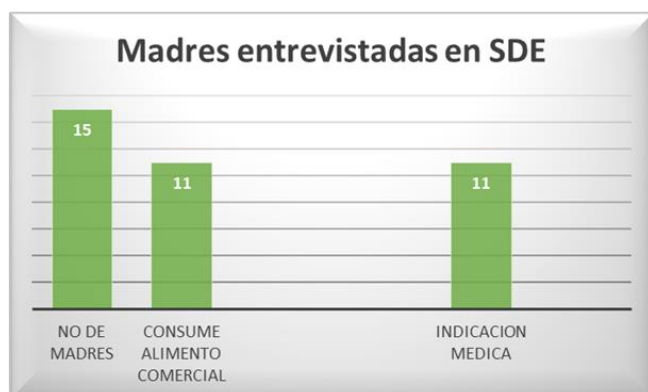
MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

De 11 madres con bebés con alimentos comerciales a 2 se le introdujo alimento complementario antes de los seis meses.

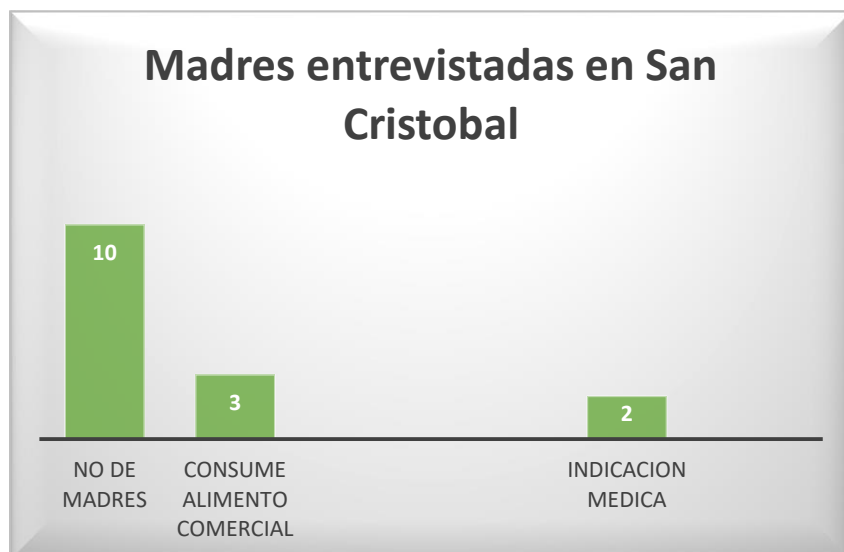
No refirieron recibir muestras gratis.

i) San Cristóbal



Marcas	Compañías
M1	Arla Foods
Enfamil	Mead Johnson
Nestogeno	Nestlé

Se entrevistaron a 10 madres 5 del sector público y 5 del Centro Médico Privado, de las entrevistadas en el centro público sólo una dijo que consume algún alimento comercial, la madre reportó que usa la marca M1 de la compañía Arla Food porque es económica. Centro privado Centro Médico Constitución entrevistaron a 5 madres dos de ellas refieren que consumen algún alimento comercial para sus bebés las marcas:



De las 10 madres entrevistadas 7 dan lactancia materna exclusivas.

Razones por la que la usan por referencia familiar y recomendación médica. Ninguna refirió recibir muestras gratis.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

2. Hospitales, Centros Privados y Trabajadores de Salud

De los 22 centros de salud monitoreados, solo 3 están acreditados como "Hospital Amigo" Hosp. M. I. San Lorenzo de Los Mina, Hosp. Nuestra Señora de la Altagracia y el Hosp. Antonio Musa.

Municipios

a) Santiago de los Caballeros

Los centros de Salud Monitoreados Públicos (Arturo Gullón y Doña Rene Clan de Guzmán) y los privados (Hospital HOMS y Centro Médico La Unión) no han sido acreditados como hospital amigo.

Marcas	Compañías
Similac	Abbott
Babina	Hochorf
M1	Arla foods

En los centros Públicos refieren que no compran formulas infantiles, que "está prohibido" comprar las formulas dicen que fórmulas que requieren se la indican a las madres y en algunos casos la reciben de médicos que las traen de la consulta privada, además las llevan al neonato del hospital. Regularmente son:

En el Hospital Arturo Gullón describen que reciben las fórmulas de organizaciones benéficas que las traen al hospital para los bebes de Neonato del Hospital.



Exhibición de carteles (afiches)

En el hospital Doña Rene Klang, se observa en la entrada de la unidad de Neonato un afiche promoviendo el producto Nutribén de la compañía Nutricia.

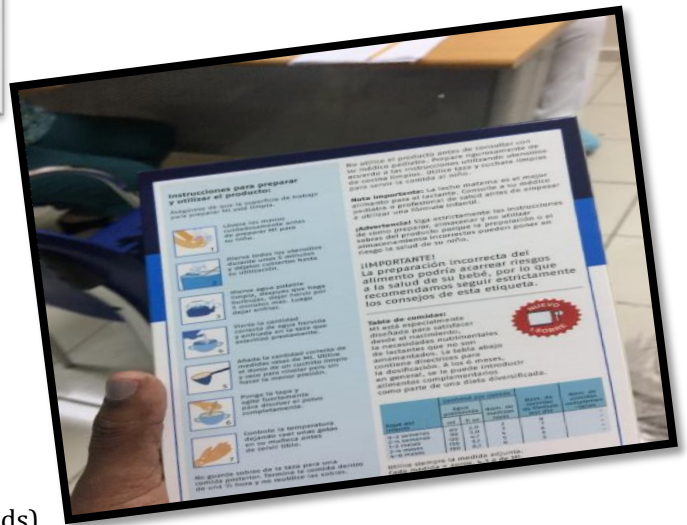
MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



La directora del hospital Arturo Grullón refiere que no existe exhibición de carteles, afiches, folletos, relojes, pero a la observación se encontró que en una sala del área de lactancia se encuentra un stiker de la Leche entera Mylex, de la compañía Mejía Alcalá.

En el departamento de nutrición del hospital Arturo Grullón se encontró folleto Publicitario de las compañías Arla foods y mejía Alcalá.



Y un folleto publicitario con los productos Nutribén de la compañía Alter además de un carrusel del producto Mylex (leche Entera de la compañía Arla foods).

En ese mismo centro de salud Dr. Arturo Grullón, de encontró un folleto de Nutribén- Alter

En los centros privados reciben los mismos productos de



las compañías que se representan en los Centros Públicos.

MONITOREO

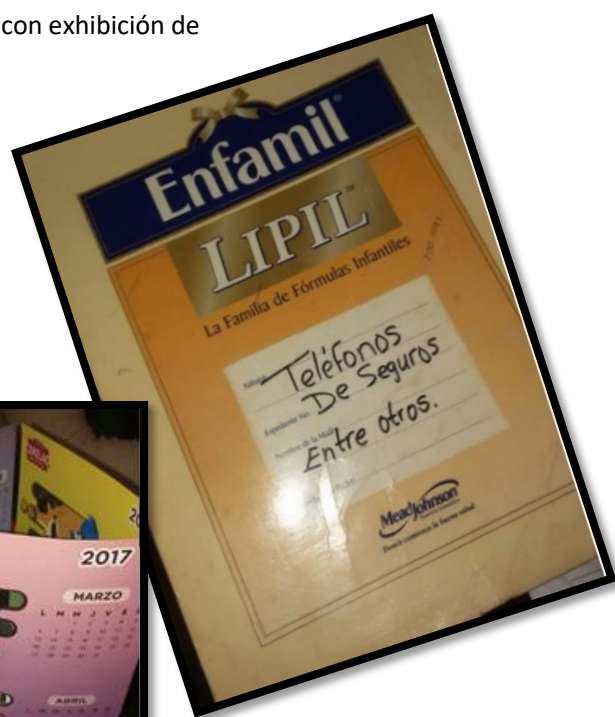
AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En los centros Privados las madres reciben muestras gratis de fórmulas infantiles, a treves de los Médicos y enfermeras, Producto:

Marcas	Compañías
Nan	Nestlé
Babina	Hochorf
Enfamil	Mead Johnson

Se encontró en el centro Médico la Unión tres diferentes imágenes con exhibición de productos de la compañía Nutricia y Mead Johnson.

Nota. Las compañías mead Johnson, Abbott, Nestlé visitan a los médicos de este centro.



Entrevistas al personal de Salud:

Se observa contradicción con la información del director, otro personal de salud y la observación del monitor.

En la entrevista al director del hospital refiere lo siguiente:

- cuando hay la necesidad de utilizar formula los familiares tienen que comprarla
- no tienen, ni permiten promoción de la industria en el hospital.
- todas las promociones y avisos en las paredes, incluyendo los que promueven la lactancia materna han sido retirada debida a que están en remodelación.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Personal de salud entrevistado refiere que los representantes de la industria Nestlé y Nutricia hacen visitas a los médicos cada dos meses aproximadamente y le dejan muestras que posteriormente regalan a las madres de la consulta.

En centro privado el personal entrevistado relata que son visitados por la industria de alimentos y que reciben muestras gratuitas de fórmulas las cuales se las regalan a sus pacientes en las consultas; las compañías que refieren son:

- Nestlé Dominicana
- Dres. Mayen (Babina)
- Mejía Alcalá
- Abbott Nutrition
- Mead Johnson
- Hochdorf Nutricare AG

b) Monte Cristi

Los centros de salud monitoreados en este municipio no están certificados como hospital amigo, fueron: Hospital Público Padre Fantino, Centro médico Privado Centro privado Dra. Suero y Centro Médico Carlos J. Finlay.

En el centro público se reportó que no se compran fórmula, que si en algún caso es necesario usarla se indica a la madre comprar.

En uno de los centros privados monitoreados se reporta que reciben muestras gratis de las fórmulas infantiles: Enfamil, Nan y Nestógeno de Mead Johnson y Nestlé

En los centros privados de Monte Cristi se encontró:

- Una fotografía con el logotipo de Nestlé de una visita del personal médico a la planta de procesamiento de México con gastos pagos por la compañía, según refieren.
- En un estante se observó un libro con nombre de Milex leche entera, de la compañía Arla Foods (Mejía Alcalá).
- Se encontró un cuadro de desarrollo y crecimiento infantil con el logotipo de la compañía Mead Johnson. (mostrado arriba)



Entrevistas al director del centro y personal de Salud.

Al director del hospital:

Refiere:

- d) cuando hay la necesidad de utilizar formula los familiares tienen que comprarla
- e) no tienen, ni permiten promoción de la industria en el hospital.
- f) todas las promociones y avisos en las paredes, incluyendo los que promueven la lactancia materna han sido retirada debida a que están en remodelación.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Personal de salud:

Entrevistados refieren que representantes de la industria Nestlé y Nutricia hacen visitas a los médicos cada dos meses aproximadamente y le dejan muestras que ellos regalan a las madres de la consulta.

En centro privado el personal entrevistado narra que son visitados por la industria de alimentos y que reciben muestras gratuitas de fórmulas las cuales se las regalan a sus pacientes en las consultas; las compañías mencionadas son:

- Nestlé Dominicana
- Dres. Mayen (Babina)
- Mejía Alcalá
- Abbott Nutrition
- Mead Johnson
- Hochdorf Nutricare AG

c) *San Pedro De Macorís*

Los centros monitoreados fueron el hospital público Dr. Antonio Musa el mismo está acreditado como *Hospital Amigo*, y la centro privado Dr. Franklin Peña (Centro Privado). Ambos centros refieren no comprar formulas infantiles.

En el hospital Musa informaron que los pediatras traen las fórmulas que reciben en las consultas privadas.

En el centro privado las compañías las regalan a médicos y ellos a su vez se las entregan a las madres en post parto y consulta.

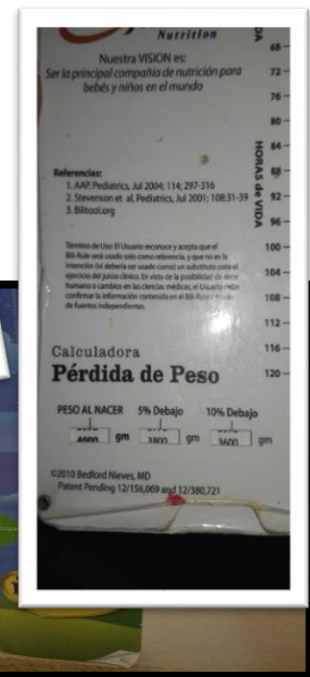
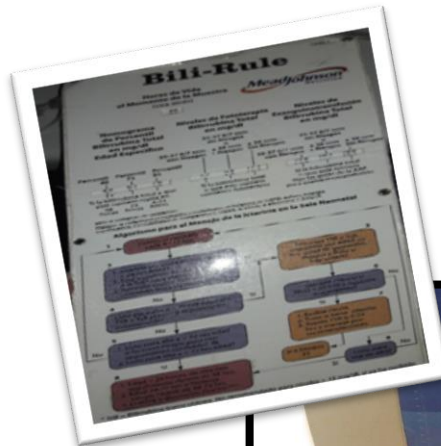
Los productos que se entregan son formulas infantiles y fórmulas de seguimiento, las marcas son: Isomil, Similac 1 y 2, Enfamil, Nutrilon y Babina de las compañías Abbott, Mead Johnson, Nutricia y Hochdorf.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En el hospital público se entregan regalos:
Tabla para calcular los valores de bilirrubina, Pérdida de peso en recién



nacidos, de la compañía Mead Johnson encontrada en la unidad

de cuidados intensivos de Neonatología.

En cuanto a la exhibición de algunos productos, carteles... se observó un tallímetro en la estación de enfermería del área de lactancia, con promoción de Nido (Leche Entera) de la compañía Nestlé.

d) Barahona

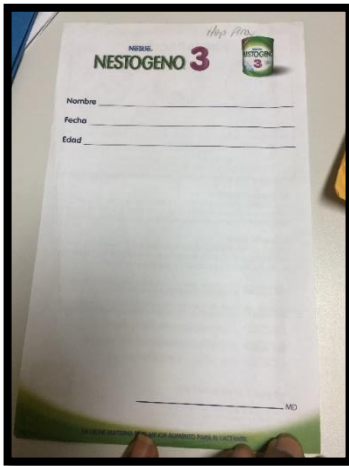
Los centros de salud monitoreados en el municipio de Barahona, público (hospital Jaime Mota) y privado (Centro privado Santo Tomas) ninguno han sido acreditados como hospital amigo.

Los centros, tanto públicos como privados No compran fórmulas, según refiere el centro la recibe en donaciones y en muestras médicas: Enfamil, M1, Babina, Nestógeno de las compañías Mead Johnson, Arla Food, Hochdorf y Nestlé

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

De los centros monitoreados, en el centro privado se observó una guía de nutrición encontrada en un escritorio de secretaria con una imagen del producto Milex de Arla Foods y un recetario tiene información de la preparación del Nestógeno 3.



Ninguna de las madres refiere recibir visita de las compañías en los establecimientos.

En cuanto a regalos al personal de salud, uno de los entrevistados respondió que si recibían regalos, pero no describe el tipo de regalo.

e) San Francisco De Macorís

Los centros monitoreados fueron hospital San Vicente de Paul y centro Médico Materno Infantil del nordeste, ninguno ha sido acreditado como hospital amigo.

El hospital público refiere que hace compra de fórmulas infantiles y las compañías les dejan muestras a los pediatras de los productos Enfamil, M1, de Mead Johnson y Arla Food. Se informó que posteriormente pediatras entregan las formulas a las madres en el centro.

El personal del hospital refiere no recibir regalos de la compañía, aunque una de las personas entrevistadas dice que recibió aportes para cubrir gastos del congreso de pediátrica 2017.

Se observó en el área de acceso a la sala de Perinatología un cartel con decálogo del prematuro por la compañía Mead



Johnson, además se observó en la sala de reunión de los médicos, un reloj de pared de la compañía Nestlé. Según informan, en

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

perinatología personal de salud entrega a las madres fórmulas infantiles Similac e Isomil de Abott, Nutrilon de Nutricia y Enfamil de Mead Johnson.

En el centro privado informan que compran las formulas infantiles Enfamil de Mead Johnson y Nan de Nestlé. Aquí se encontró en un consultorio una guía de desarrollo de la compañía Mead Johnson y en escritorio de secretaria se observó formulas infantiles en exhibición.



Ninguna de las personas entrevistadas refiere haber visto a representantes de compañías de sucedáneos de leches maternas, visitando a las madres en los establecimientos.

f) Higüey

Ninguno de los centros está acreditado como hospital amigo. El hospital refiere no comprar fórmulas, en la entrevista se recogió que aparentemente los médicos la indican a las madres y en el centro privado dicen que compran fórmulas infantiles, las marcas referidas fueron: Babina y Nutrilon de Hochdorf y Nutrifarma, respectivamente.

Aunque las madres no reciben muestras gratuitas directamente de las compañías, los pediatras llevan a la unidad de cuidados intensivos Neonatal del hospital las fórmulas infantiles que les regalan en los centros privados, estas fórmulas son Nutribén Natal de Nutricia y Similac de Abbott.

En la centro privado las madres reciben formulas infantiles suministradas por el personal de salud, estas son Babina de Hochdorf, Similac de Abbott, Enfamil de Mead Johnson, M1 de Arla Food.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En ninguno de los centros se observó material en exhibición por parte de las compañías. No se reporta visita a las madres en los establecimientos.

g) Distrito Nacional

Centros de salud monitoreados: Maternidad Nuestra Señora de La Altagracia (Hospital Amigo), Centro Médico Dominicano, Centro de Ginecología y Obstetricia.

En la Maternidad Nuestra Señora de La Altagracia, se entrevistaron a la encargada de Pediatría, Directora de Perinatología, a la UCI y a la persona encargada de Compras de la Administración del referido Centro, así como a 5 madres. El encargado de la Administración llama a la Encargada de compras y esta expresa el hospital compra 20 cajas de 12 latas de fórmula a la compañía Mejía Árcala, a pesar de que esta maternidad es un hospital certificado como “Amigo de la Familia Lactante” y tiene el único Banco de Leche Humana Pasteurizada del País.

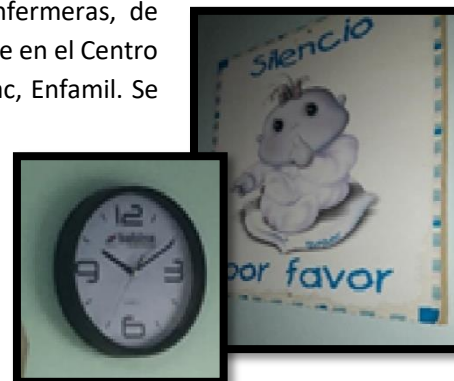
En la Unidad de Cuidados Intensivos -UCI - las fórmulas son llevadas por los pediatras quienes las obtienen en sus consultas privadas, y las regalan a las madres con recién nacidos, en caso de que las necesitan. Las fórmulas usadas en sala de UCI son cubiertas con papel para evitar publicidad, las marcas son: M1 de Arla food.

Se pudo observar que en la maternidad no se encontraron afiches, carteles, folletos, calendarios, reloj, gráficos.

En cuanto a las madres respondieron que les suministran fórmulas a sus bebés de las marcas Similac, Enfamil, Babina, porque es buena, porque tienen poca producción de leche, y porque es reconocida como la mejor. De igual manera, informaron que les dan agua a sus bebés. Las entrevistas se realizaron a la encargada de compras, al encargado de Perinatología, enfermeras y pediatras. Estos indican que compran regularmente fórmulas infantiles a las diferentes casas distribuidoras. Los pediatras refieren la encargada de compras para que adquieran las fórmulas a solicitud de las madres.

En el área de Neonatos comunican que las madres deciden como alimentar a sus recién nacidos; si es lactancia materna le llevan el bebé a la sala y si es fórmula usan la que le indican los pediatras.

En el Centro Medico Dominicano Fueron entrevistados pediatras, enfermeras, de Unidad de Cuidados Intensivos y secretarias informando los pediatras que en el Centro regularmente compran las marcas de fórmulas infantiles: Babina, Similac, Enfamil. Se encontraron afiches (Decálogo del Prematuro) de Mead Johnson; Reloj de pared, cafetera de la fórmula Babina en la sala de recién nacidos, cartel de la compañía Nutricia llamando al “silencio” en la puerta de los consultorios de Pediatras; libretas de apuntes de Cerelac de la compañía Nestlé. Así como también, tallímetros expansibles de Laboratorios Abbott en la consulta pediátrica.

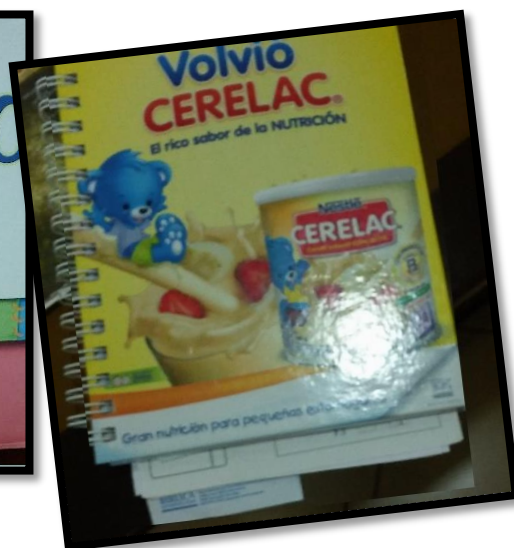


MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

h) Santo Domingo Este

Se monitorearon: Hospital Materno Infantil San Lorenzo de Los Mina (acreditado Hospital Amigo), Centro Médico de Ginecología y Obstétrica Oriental y el Centro Médico Oriental 1



Entrevistas al personal de Salud:

1.- La Encargada Farmacia del Hospital Materno Infantil San Lorenzo de Los Mina refiere que cuando hay la necesidad de utilizar fórmula el Hospital la compra y que no tienen, ni permiten promoción de la industria en el hospital.

2.- Médicos pediatras:

En el Hospital los residentes de perinatología entrevistados refieren que sus colegas Médicos Bases, llevan fórmula de su consulta privada para resolver las necesidades de los recién nacidos cuando se agota la que compra el hospital; incluso se pudo ver muestras de fórmulas en el área de Perinatología.

En servicio privado médicos entrevistados reportan que son visitados por los diferentes promotores de las industrias de alimentos y que reciben por parte de estas, muestras gratuitas de fórmulas las cuales se las obsequian a sus pacientes en las consultas; entre las que se mencionan:

- Abbott Nutrition
- Dres. Mayen (Babina)
- Hochdorf Nutricare AG
- Mead Johnson
- Mejía Alcalá
- Nestlé Dominicana

Lista de verificación de materiales promocionales para observaciones en los establecimientos de salud.

Presencia de promoción en materiales como afiches, documentos los internos de los consultorios.

En los centros privados se observó:

- Documentos educativos (como revistas pediátricas, guía de hábitos saludables, hojas informativas)
- Tarjeta de salud

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

- Calendarios
- Cuadro de desarrollo y crecimiento en forma de rotafolio rotulado como: Evaluación Infantil a través de los Hitos del Desarrollo, editado por Mead Johnson.



j) San Cristóbal

Los centros de salud monitoreados son: Hospital Juan Pablo Pina y Centro Médico Constitución

Ninguno de los centros está declarado Hospital amigo

En las entrevistas realizadas al personal de salud se evidenció de que la industria ha mermado las visitas de promoción al hospital público; su presencia se manifiesta a través de las donaciones que realizan a instituciones benéficas que apadrinan el apoyo a las madres de escasos recursos con niños que acuden a dicho centro (club de madrinas y padrinos, Club Rotario). Los pediatras señalan que benefician a estas madres regalándoles las fórmulas que reciben en su consulta privada.

En el centro médico privado visitado el total de los médicos entrevistados refiere que son visitados por los diferentes promotores de la industria de alimentos; siendo la mayor presencia:

- Nestlé Dominicana
- Abbott Nutrition
- Mead Jhson
- Mejía Alcalá

Fue notoria la presencia de materiales de promoción de Nestlé Dominicana (es la de mayor presencia), Abbott Nutrition, Mead Jhson , Mejía Alcalá y Nutricia con:

- Tallímetros,
- Recetarios
- Materiales educativos (como libros, guía de hábitos saludables, hojas informativas)
- Tarjeta de salud



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

- Relojes de pared
- Estantes o mostrador de fórmulas (en centro privado) Calendarios



3. Promoción en comercios

a) Santiago

Se monitoreo en: Farmacias Dari, San Luis, del Hospital Homs, Estefanía, los supermercados La Fuente y Bravo y la tienda El Encanto.

En los dos supermercados visitados se pudo observar varias violaciones de productos que no se encuentran registrados, con registros vencidos.



b) Montecristi



Etiquetas en idioma inglés, exhibidores de alimentos complementarios, ventas vinculadas, entre otras.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Farmacias: Pueblo y San Juan Bosco. Supermercados: Richett y Tienda de variedades

A partir de las entrevistas realizadas a los administradores y supervisores de ventas en los diferentes centros comerciales visitados se contactó que en su totalidad el producto lo adquieren a través de suplidores o distribuidores, por lo que las promociones y ofertas son nulas.

Se encontró probables registros sanitarios vencidos, registros sanitarios en proceso y sin registros



c) San Pedro de Macorís

Farmacia Sandy, Farmacia la Sultana y Almacenes Zaglul

En cuanto a promoción en los puntos de venta, no se observó promoción ni técnicas de promoción en dichos puntos de venta más bien se encontraron violaciones con relación al registro sanitario que se describirá.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

d) Barahona

En Barahona se visitaron las farmacias Lizbeth y farmacia Méndez además supermercado Ana Isabel.

Se encontró una leche para embarazadas con el mismo nombre de la Fórmula infantil Babina



e) San Francisco de Macorís

Se visitaron las farmacias, San Isidro y Padre Brea, supermercados Yoma y Casa de los Chiquitines.

En el supermercado Yoma, se encontró una compota con promoción de una rifa de la compañía Heinz.

En casa de los Chiquitines una violación en etiquetado de Avent (ver análisis de etiquetado). Los administradores de los establecimientos refieren que no visitan promotores de sucedáneos de leche materna ni



reciben ofertas para especiales.



f) Higüey

Farmacia San José, farmacia Luz, tienda Jumbo y supermercado Iberia fueron encontrados los productos vencidos y registro de fórmula infantil vencida. (Ver en página de registro sanitario)

g) Distrito Nacional

Monitoreo efectuado en Farmacia Hispana 2, farmacia Telefarma El millón de la Mella, farmacia Carmina, supermercado Amigo, supermercado Bravo, supermercado Nacional

En la tienda Prim de la avenida Mella, en San Carlos se registró que Avent con biberones y pezoneras ha enviado a este comercio promotores a fin de asesorar a consumidores.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Cabe destacar que se encontró una fórmula infantil “Puramino” de la compañía Mead Johnson para niños de 0 a 12 meses que se encuentra registrada, pero que no ha pasado por la Comisión Nacional de Lactancia Materna.

De igual modo se encontró una bebida proteica Enterex Kidz para niños de 1-13 años.



Se visitaron 3 supermercados en los que se pudo observar varias violaciones de productos que no se encuentran registrados, con registros vencidos, con etiquetas en idioma inglés, exhibidores de alimentos complementarios, entre otras. (Ver imágenes anexas).

En el supermercado Amigo se encontró un exhibidor de la fórmula infantil “Similac Organic” para niños de 12 meses en adelante, y al entrevistar al propietario del establecimiento expreso que: La compran a personas que las traen al país porque sus clientes se la solicitan. La misma estaba con descuento, así como la “Similac Avance Optigro”.



El supermercado Bravo tiene las fórmulas infantiles en un lugar especial. Ahí se encontraron alfombras de compotas Heinz, varias marcas de compotas sin registro y en otro idioma.



En el Supermercado Nacional se encuentran con escasa diferencia las mismas violaciones que en los otros supermercados o establecimientos.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

h) Santo Domingo Este

Fueron visitadas: Farmacia Europa, farmacia Irina, supermercado y tienda la Sirena en el ensanche Ozama, supermercado Olé, y farmax, en el ensanche alma Rosa fueron puntos monitoreados.

En el supermercado Olé del ensanche Ozama, se encontró la compota Gerber de Nestlé usando la imagen de bebé.

En la Sirena de la Ave. Venezuela se encontró en una góndola un descuento de los productos Avent de Evenflo.



i) San Cristóbal

Supermercado Manolín, farmacias Samuel y Cristiana, aquí lo que se observó fue registro sanitario vencido de Nan sin Lactosa, Nutrilón Soya, registro en proceso. Bobos y teteras en farmacia Samuel sin registro sanitario, en la farmacia Cristiana registro sanitario vencido de Similac Immunify, Cereales con registro sanitario vencidos. (ver registro sanitario).

Materiales y prácticas de las compañías.

Proteína Enfamil MamaCare de Mead Johnson es para mujeres en periodo de embarazo y lactancia. La etiqueta es muy parecida a la de la Fórmula infantil, desalienta la lactancia materna.

Babina Gold Mamá, Es una lata que está dirigida a las embarazadas, tiene la misma etiqueta que la fórmula infantil desalienta la lactancia materna, además fue encontrada muestra en hospital Juan Pablo Pina de San Cristóbal.

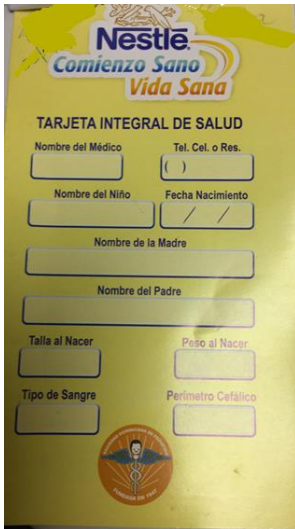


MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Hoja de recetario con la marca Nestógeno 3 es una fórmula infantil de Nestlé encontrada en Centro médico Santo Tomás de Barahona, al dorso el recetario tiene información de la preparación del producto. Dirigido al personal de salud, pero llega a las madres. Desalienta la Lactancia. Encontrado en centros de salud de Barahona y San Cristóbal.

Nestlé comienzo sano es una tarjeta integral de salud fue encontrada en el hospital Juan Pablo Pina, Y ésta tiene el logotipo de la compañía Nestlé. Encontrado en centro de salud, haciendo promoción de marca de Nestlé.



Nestlé
Comienzo Sano
Vida Sana

TARJETA INTEGRAL DE SALUD

Nombre del Médico Tel. Cel. o Res.

Nombre del Niño Fecha Nacimiento

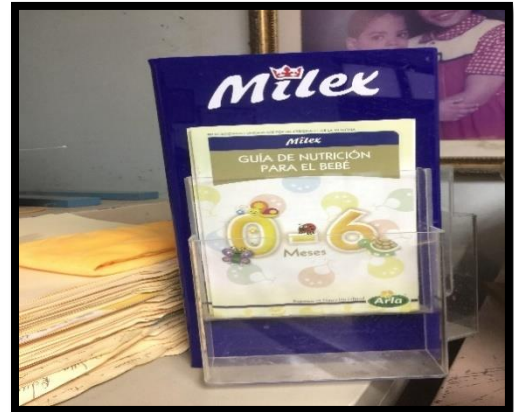
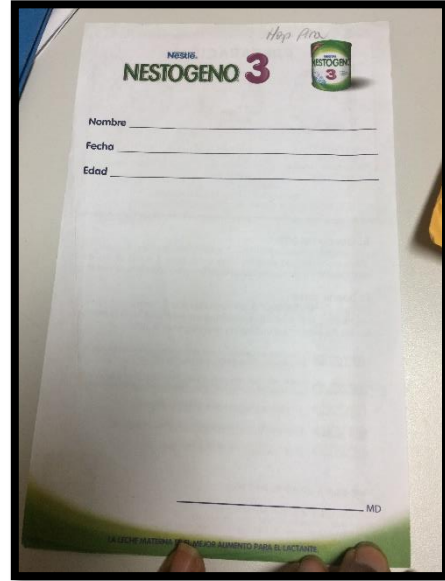
Nombre de la Madre

Nombre del Padre

Talla al Nacer Peso al Nacer

Tipo de Sangre Perímetro Cefálico

Guía de nutrición para el bebé encontrado en Barahona de la compañía Arla con el producto miles la compañía Arla tiene el producto M1 está haciendo esta guía promocionada para bebés de 0 a 6 meses. Encontrado en centro de salud, dirigido a personal de salud, pero llega a las madres, compañía de fórmula infantil. No fue aprobado por la Comisión.

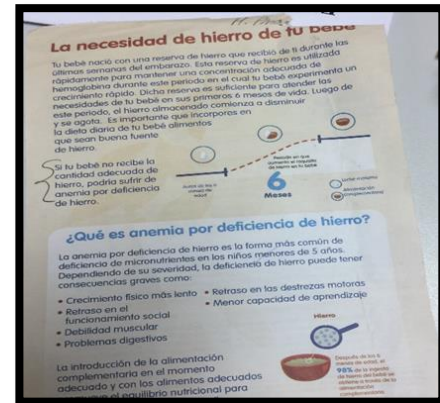


Nutribén especialistas en la alimentación infantil, es una marca de Fórmula infantil de alter S.A. fue encontrado en Santiago en el hospital Arturo Grullón y tiene toda la gama de los productos Nutribén. Es un catálogo de promoción de fórmulas infantiles. Promueve la tetera y el biberón.

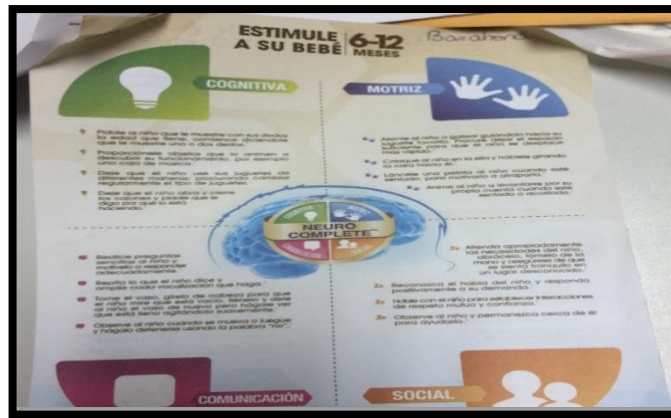
MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

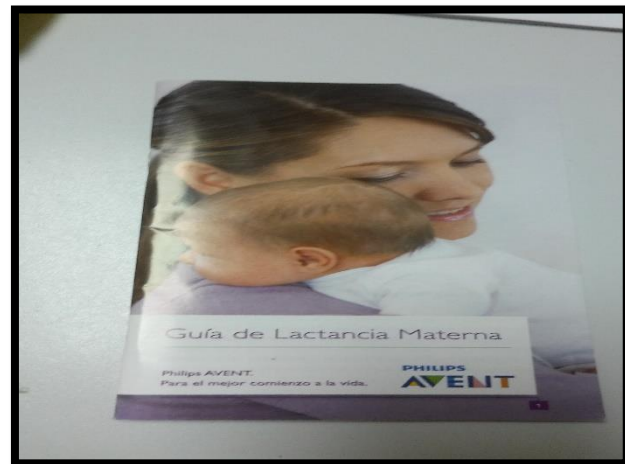
Material: la necesidad de hierro de tu bebé promoviendo un cereal de Nestlé, fue encontrada en el hospital Juan Pablo Pina. Imagen de bebé. Promueve alimentos complementarios.



Señales de un correcto desarrollo: es un material encontrado en varios centros de salud que hace referencia a la estimulación de los bebés de 6 a 12 meses, de la compañía Mead Johnson. Llega a las madres. No ha sido aprobado por la Comisión.



Es una guía de lactancia materna de Avent, es una compañía que tiene producto de bobos, biberones y tetinas. al alcance de la ley 8-95. Material no ha sido examinado por la Comisión de Latencia. Encontrado en Telefarma, farmacia cerca de Centro Médico Dominicano.

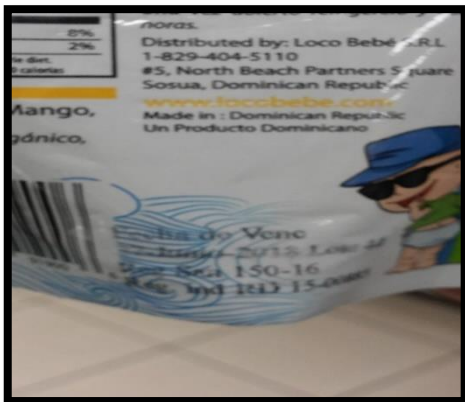


MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Etiquetas de sucedáneos de leche materna

En varios puntos de venta, se encontró una compota natural, marca VIVO de diferentes variedades que no tienen registro sanitario.



Compota LOCO BEBE, que no tiene registro sanitario.

Otro producto encontrado registro sanitario fue BIO FRUTOS ROJOS, este producto BIO FRUTOS ROJOS.

En el supermercado Bravo Gerber compota de banana y compotas TETES sin registro sanitario.



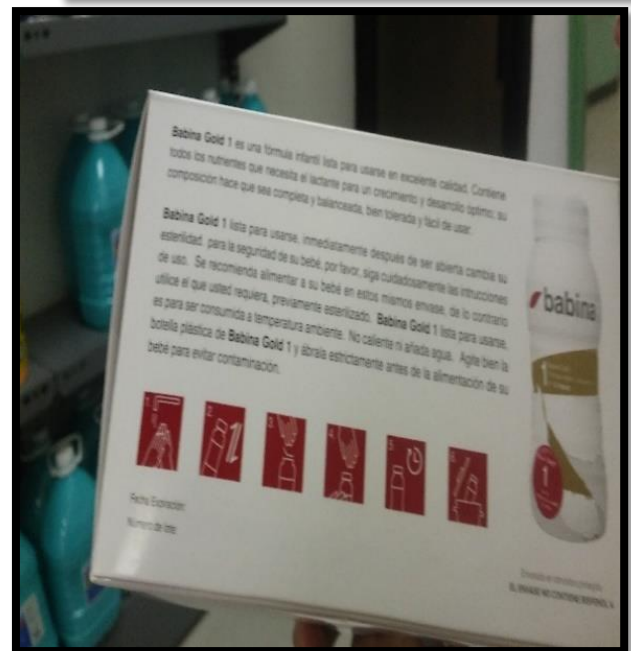
MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Se observó en puntos de venta una leche en polvo entera de cabra que aparece con registro sanitario pero que está en góndola de fórmulas infantiles y fue encontrada en diferentes puntos de venta. Esta también fue observada en el monitoreo anterior.



Se analizó en el etiquetado la fórmula Babina Gold lista para usar de 0 a 6 meses esta etiqueta no está aprobada por la comisión, y no se observa el registro sanitario.



Se examinó la etiqueta de la compota NUTRIBEN pollo con arroz, que es un alimento complementario dice recomendada desde los 4 meses de edad y no tiene registro sanitario vigente. Es de Alter farmacia SRL.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Nan Confort fórmula infantil a base de leche de 0 a 6 meses la etiqueta no ha pasado por la Comisión y el registro sanitario dice solicitado fue encontrada en una farmacia de San Pedro de Macorís



Se analizó la fórmula de crecimiento Borden Dairy, aunque se observó en letras que es para niños mayores de 2 años (letra muy pequeña, difícil de identificar por la madre), es una fórmula de seguimiento importada y la etiqueta hace alusión a imágenes que desalientan la Lactancia Materna.

Nutribén leche de inicio natal a partir de un día al sexto mes, la etiqueta **no ha sido aprobada** por la Comisión de Lactancia, **aunque tiene registro sanitario**



Compotas chupetín, en esta comida infantil chupetín registro sanitario no se corresponde con el producto.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Enfamil Premium fórmula láctea de inicio para lactantes no se encuentra el registro sanitario. Fue encontrada también en Santiago en el Hospital Arturo Grullón.

Se encontró mi menú sin gluten, es alimento complementario recomendado desde los 4 meses, no tienen registro sanitario y por lo tanto no está aprobado por la Comisión Nacional de Lactancia.



Supermercado amigo, se encontró los productos Gerber con la carita de bebé que desalienta la lactancia materna, sin registro sanitario y en idioma inglés.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En supermercado amigo Compota Nutribén a partir de los 4 meses, compota Nutribén de pollo con arroz sin registro sanitario, igual la que compota Gerber de manzana, la fórmula Similac.



Babina 1 fórmula infantil lista para usar de 0 a 6 meses, caja sin registro sanitario.



Nestum de Nestlé Multicereal con ciruela, la etiqueta no ha sido aprobada por la Comisión Nacional de Lactancia Materna y sin registro sanitario.



Nutribén cereales sin gluten a partir de los 4 meses está la etiqueta no ha sido aprobada por la comisión, registro sanitario vigente. (Ver promoción en comercios, Santiago)

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

En el supermercado amigo con fórmula infantil Similac Organic sin registro sanitario etiqueta de chupetín compota de pera con una imagen de bebé.



Monitoreo en Medios Masivos:

El monitoreo en medios se realizó a 38 fórmulas infantiles, 14 cereales y 28 compotas cuya comercialización está aprobada por el Ministerio de Salud Pública en la República Dominicana. Sirvió como punto de partida, pero no como limitante. Se tomaron en cuenta todas las fórmulas infantiles, fórmulas de seguimiento y productos que incentiven a la no lactancia (chupetes, biberones, etc.) que aparecieron.

Para determinar el alcance del mismo se definieron y categorizaron los medios de difusión masiva según el nivel de interacción con el público. Se catalogaron como *tradicionales* a la televisión, radio y prensa escrita y como *no tradicionales* a los que ocurren en línea/vía internet. Dentro de los *no tradicionales* se incluyeron específicamente las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) y las páginas web.

Para la vigilancia de los medios de difusión tradicionales se determinó que la prensa escrita, específicamente los cinco periódicos de circulación nacional más importantes, podían ser monitoreados al 100% durante el período establecido. Para los canales de televisión, 64 de transmisión nacional y local de los cuales más de la mitad transmiten comerciales de productos, se determinó que el monitoreo al 100% sería imposible. Se le solicitó a cada canal la programación de comerciales por el período de ocho semanas establecido y muy pocos pudieron responder a tiempo. En base a los que respondieron se programó la grabación de los comerciales relevantes y a

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

los que no respondieron se les monitoreó de manera aleatoria. Existen 369 emisoras de radio autorizadas en la República Dominicana por lo que la vigilancia a las estaciones se llevó a cabo exclusivamente de manera aleatoria.

No existe un listado centralizado de medios de difusión no tradicionales. Se inició con la creación de un listado de las páginas web y cuentas de redes sociales asociadas directamente con los distribuidores cuyos productos se encontraban en el listado inicial y la misma se siguió poblando con las cuentas asociadas a productos relevantes según los hallazgos durante el proceso de investigación. Los no tradicionales identificados fueron monitoreados al 100% desde la primera publicación que emitieron hasta la fecha de corte del proceso.



RESULTADOS EN MEDIOS MASIVOS

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

RESULTADOS EN MEDIOS MASIVOS

Mead Johnson

Enfabebé (Enfamil/Enfagrow)

Facebook: <https://www.facebook.com/enfabebeDO/>

No existe una cuenta de Facebook asociada directamente con Enfamil o Enfagrow pero sí existe una asociada a Enfabebé para República Dominicana. Enfabebé es el nombre que utiliza Mead Johnson para referirse a la línea completa de fórmulas, la página web que han creado para difundir información acerca de la misma y el Club de Madres que parte de allí. Tanto los colores como la fuente del logo Enfabebé son iguales a los de Enfamil y Enfagrow.

A pesar de no hacer referencia directamente a las marcas de fórmulas, la cuenta contiene 46 imágenes de niños y niñas menores de 2 años. Cada imagen forma parte de posts y artículos cuyos temas son ajenos al uso de sucedáneos a la lactancia materna pero cada uno incluye el logo de Enfabebé. Más notable aún, la cuenta incluye enlaces directos a la página web de Enfabebé donde se encuentran violaciones aún mayores. Es probable que el propósito de la cuenta de Facebook es atraer a madres embarazadas y de lactantes a la página web de Enfabebé. Esto es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



Página Web: <https://www.enfabebe.com.do/>



La leche materna es el mejor alimento para los lactantes y debe ser la opción preferida por su contribución con la salud y con una nutrición que estimula el crecimiento y el desarrollo saludable del niño. La Organización Mundial de la Salud recomienda la lactancia exclusiva durante los primeros 6 meses de vida y continuarla por el mayor tiempo posible después de la introducción de alimentos complementarios.


Entiendo

La página web de Enfabebe destinada para la República Dominicana presenta un disclaimer inmediatamente se ingresa a la misma donde declara la importancia de la lactancia materna y, a diferencia de la página destinada a otros países, no hace referencia directa a edades de consumo de sus productos en las pantallas primarias. Sin embargo, clasifica su línea de productos Premium como 1, 2 y 3. Si bien no especifica dentro de este enlace el significado de los códigos, en el enlace donde clasifican las etapas del desarrollo de los infantes establece que 1 se refiere a recién nacidos, 2 a bebés y 3 a niños entre uno y tres años de edad. Consecuentemente, queda sobreentendido que todas las fórmulas Premium pueden ser consumidas por menores de dos años lo que constituye una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

		
Enfamil® Premium 1 ★★★★★ 0 opiniones Fórmula para Lactantes con DHA, ARA, colina, hierro y una mezcla exclusiva de prebióticos (...) Conoce más >	Enfagrow® Premium 2 ★★★★★ 0 opiniones Fórmula de continuación con DHA, ARA, colina, hierro y una mezcla exclusiva de prebióticos (...) Conoce más >	Enfagrow® Premium 3 ★★★★★ 0 opiniones Bebida de Leche sabor de leche natural o vainilla. Conoce más >



Más flagrantemente aún la descripción detallada de cada producto, incluyendo las de aquellos que son destinados a menores de 2 años, incluyen las edades tanto en el detallado como en la imagen del producto y su etiqueta. Si bien cada imagen presenta un disclaimer alegando que la información es de carácter informativo y no promocional, el hecho que se incluya en una página web de acceso al público general cuyo fin es predominantemente publicitario y que está enlazada con una cuenta de Facebook exclusivamente publicitaria constituye una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95. Además, las etiquetas que presenta no son las que han sido aprobadas por la Comisión de Lactancia Materna para la comercialización de los productos lo que es una violación al Artículo 13 del Reglamento 31-96 para la Aplicación de la Ley Sobre Promoción, Enseñanza y Difusión para la Práctica de la Lactancia Materna.

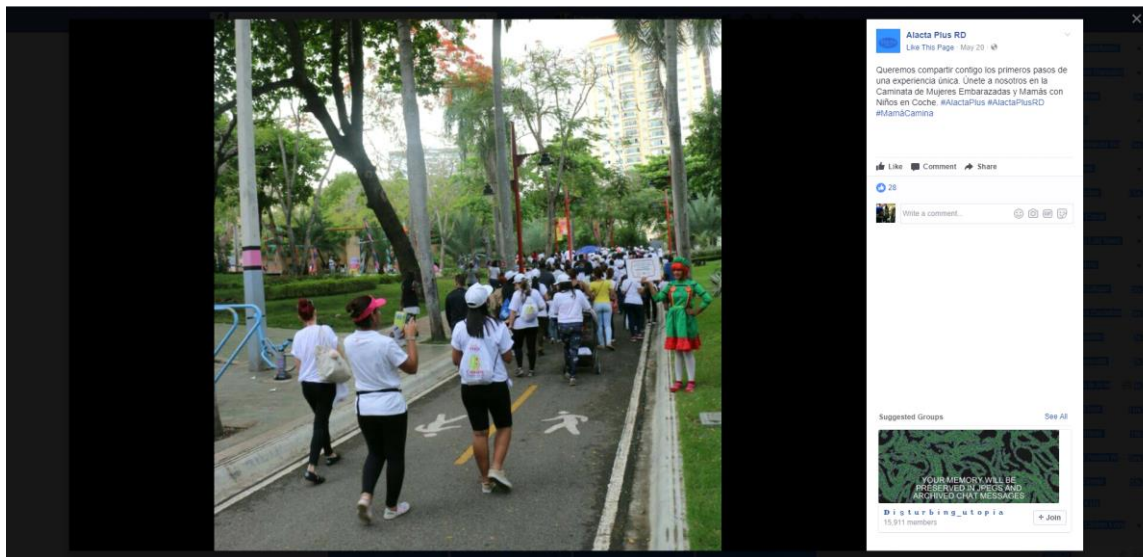
MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

menores de dos años acompañando artículos que, si bien no hacen referencia al consumo del producto, son de fin publicitario e incluyen los hashtags #AlactaPlus y #AlactaPlusRD. Ambas constituyen violaciones al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



De mayor preocupación son las imágenes que muestran la presencia de representantes de Alacta Plus durante la Caminata de Mujeres Embarazadas y Con Niños en Coche del 2017. Esto indica que la compañía probablemente ha tenido contacto con madres embarazadas y de bebés menores de dos años. Sin embargo, no hay evidencia fotográfica de promotoras de Alacta Plus directamente interactuando con madres por lo que no es posible establecer que ha habido una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Instagram: <https://www.instagram.com/alactaplusrd/>

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

La cuenta de Instagram de Alacta Plus destinada para la República Dominicana incluye las mismas imágenes que aparecen en la cuenta de Facebook, incluyendo las violaciones previamente identificadas, pero *no incluye el disclaimer que declara que el producto no es un sucedáneo de la leche materna*. Además, incluye otras imágenes que fueron tomadas durante la “1era Caminata de Mujeres Embarazadas y Mamás con Niños en Coche”, una de las cuales muestra a una representante entregando muestras del producto. De nuevo, no existe evidencia fotográfica de contacto directo con madres en el evento por lo que no se puede identificar una violación.



Periódicos:

Se encontraron dos publicaciones de anuncios en periódicos de circulación nacional durante el período de monitoreo. Ninguna presenta violaciones directas pero incluye la dirección de las cuentas de Instagram y de Facebook previamente mencionadas, ambas de las cuales presentan violaciones.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA
LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA



Nestlé

Nestlé Nido

Facebook: <https://www.facebook.com/NidoRD/>

La cuenta de Facebook de Nestlé Nido destinada a la República Dominicana solamente hace referencia explícita al consumo de fórmulas infantiles cuando el niño o niña es mayor de dos años pero presenta tres imágenes de niños y niñas menores de dos años lo que es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Milex

(Kinder, Kinder Gold)

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Página Web: <http://www.milex.com.do/Leche-para-lactantes.aspx?ID=2907>

La página web de Millex destinada para la República Dominicana presenta graves violaciones al código. Si bien la misma presenta un disclaimer que declara la importancia de la lactancia materna cuando se hace click en la sección de fórmulas para lactantes, ésta sección está denominada **leche para lactantes** (y no fórmulas infantiles) Además, la sección denominada **leches para niños** incluye tres fórmulas de crecimiento diferentes (Kinder 1-5, Kinder 100% y Kinder Gold) y explícitamente declara que son para el consumo de niños *a partir de 1 año de edad*. Esto es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Milex

AVISO IMPORTANTE
Mujeres embarazadas y las madres nuevas deben ser informados del hecho, que la lactancia materna es la única base biológica para la salud del niño. Madres deben de recibir instrucciones sobre la preparación y el mantenimiento de la lactancia materna especialmente enfocando una dieta bien balanceada durante el embarazo y después del parto.

Se debe desaconsejar la introducción parcial innecesaria de fórmula infantil, debido a que tendrá un efecto negativo en la lactancia materna. Asimismo, se debe advertir a las madres sobre la dificultad en revertir su decisión de no amamantar.

Antes de aconsejar a la madre a usar fórmula infantil, ella debe ser informada sobre las consecuencias sociales y financieras de su decisión. Las circunstancias familiares y los costos deben de tomarse en cuenta.

Madres deben de ser recordadas que la leche materna no sólo es el mejor, sino también el alimento más económico para bebés.

Si se toma la decisión de usar fórmula infantil es importante dar instrucciones sobre métodos de preparación correctos y al mismo tiempo hacer énfasis en que el agua y los biberones que no han sido hervidas y la mezcla incorrecta pueden causar enfermedad.

Al apretar el botón de acepto, acepta que usted por su propia solicitud está buscando información con el objeto educativo o informativo.

> Productos
> Leche para lactantes
M1
M2
M1 Gold
M2 Gold
Leche para niños
Leche para adultos
> Club Milex



Productos
Desde 1 año

- > Milex Kinder 1-5**
- > Milex Kinder 100%**
- > Kinder Gold**



• Kinder 1-5
Lee todo acerca de Kinder 1-5



• Milex Kinder 100%
Lee todo acerca de Kinder 100%



• Milex Kinder Gold
Lee todo acerca de Kinder Gold

Cabe mencionar que las etiqueta de Kinder 1-5 y de Kinder Gold, fórmulas de crecimiento, no han sido aprobadas por la Comisión de Lactancia Materna lo que es una violación al Artículo 13 del Reglamento 31-96.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Twitter: <https://twitter.com/milexrd>

El cintillo publicitario de la cuenta de Twitter de Milex destinada para la República Dominicana muestra la línea completa de productos Milex, incluyendo dos (Kinder 1-5, Kinder Gold) que declaran explícitamente en su página web que son de consumo para *mayores de 1 año*. Esto es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Facebook: <https://www.facebook.com/milexkindergoldrd/>

La cuenta de Facebook de Milex Kinder Gold destinada para la República Dominicana es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95 ya que el objetivo de la misma es publicitar una fórmula de crecimiento. La misma contiene más de 1,500 imágenes, incluyendo 3 de niños y niñas menores de 2 y dos de infantes utilizando bobos.



Instagram: <https://www.instagram.com/milexrd/>

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

La cuenta de instagram de Milex contiene 804 imágenes de las cuales 5 son con el objetivo de publicitar la fórmula de crecimiento Kinder 1-5, lo cual es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Youtube: <https://www.youtube.com/user/lechেমilex>

La cuenta de YouTube de Leche Milex incluye 9 videos. Dos de ellos son anuncios con el slogan “RD Crece con Milex” que no enfatizan directamente el consumo de fórmulas pero incluyen imágenes de niños y niñas menores de dos años. Uno de ellos, al final, muestra la línea completa de productos Milex (incluyendo Kinder 1-5 y Kinder Gold). El otro únicamente presenta el logo de Milex. El tercero es un anuncio al producto Kinder 1-5 que la página web de Milex declara como apropiado para el consumo a partir de 1 año de edad. Cada uno viola al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.

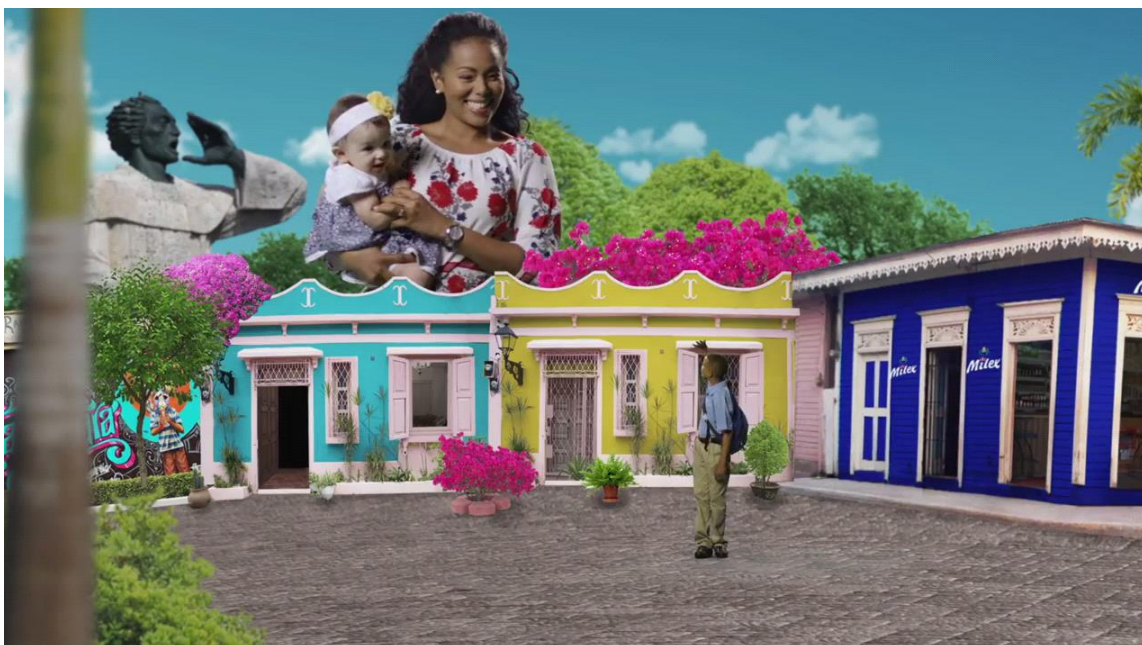


MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Televisión:

Se encontró un anuncio de Leche Milex con el slogan publicitario "RD Crece con Milex". Fué emitido por Telemicro el 6 de Julio del 2017 y es idéntico al que se encuentra en la cuenta de YouTube de Leche Milex. Incluye una imagen de un bebé menor de 2 años y utiliza el logo de Milex. Esto es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95.



Periódicos:

El anuncio para un concurso de Milex atado a la película infantil *Cars 3* donde, por la compra de un producto participante se podían obtener vasos o rompecabezas con la imagen de los personajes es una violación al Artículo 11 de la Ley No. 8-95. Dos de los productos participantes, y presentados en la publicación, son las fórmulas de crecimiento el Kinder Gold y el Kinder 1-5.

Cabe notar de nuevo que las etiquetas de las fórmulas de crecimiento Kinder Gold y Kinder 1-5 no han sido aprobadas por la Comisión de Lactancia Materna lo que es una violación al Artículo 13 del Reglamento 31-96.



MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

VII. MANDATO DE LA LEY 8-95 DE REPUBLICA DOMINICANA Y RECOMENDACIONES DEL CODIGO INTERNACIONAL DE SUCEDANEOS DE LECHE MATERNA

Etiquetado

Artículo 17.- Envase de Fórmula Infantil, Fórmula de Seguimiento, etc.

Todo envase de fórmula infantil, fórmula de seguimiento o cualquier producto designado comercializado, presentado o corrientemente usado para alimentar a lactantes, con o sin un biberón, deberá tener o llevar en una etiqueta que no pueda despegarse fácilmente del mismo, una inscripción clara, visible y de lectura y comprensión fáciles. En dicha etiqueta:

- a) No se podrán utilizar términos como “Maternizado” o análogos.
- b) No se podrá hacer ninguna comparación con la leche materna.

Párrafo.- Sin embargo, el envase o la etiqueta deberán incluir todos los puntos siguientes:

- a) Las palabras “Aviso Importante” o su equivalente.
- b) Una afirmación de la superioridad de la leche materna para alimentar a los lactantes.
- c) *La indicación de que el producto sólo debe utilizarse cuando lo aconseje un agente de salud en cuanto a su necesidad y al método apropiado para su uso.*

Personal de salud

Artículo 14.- Prohibición a Incentivos.

En ningún caso los fabricantes o distribuidores ofrecerán incentivos financieros o materiales al personal de los servicios de salud, con el propósito de promover los productos comprendidos en las disposiciones de la presente ley. En caso de violaciones a estas disposiciones, el personal de esos servicios quedará sujeto a las penalidades que contemple el reglamento elaborado para la aplicación de la presente ley.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Código Internacional

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.**

Artículo 15.- Muestras. En ningún caso los fabricantes y distribuidores, por sí o por sus agentes o representantes, distribuirán muestras de los productos o fórmulas comerciales a que se refiere esta ley, ni materiales o utensilios que sirvan para su preparación.

Código Internacional

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.

REGALOS

ART. 11 PROMOCION Y PUBLICIDAD.-

c) La distribución de obsequios gratuitos, incluidos los artículos de bajo costo o de costo mínimo que lleven el nombre, el logotipo, una representación gráfica o la marca de un producto designado, o el nombre o logotipo de un fabricante o distribuidor.

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.

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.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Promoción y Publicidad

Artículo 11.- Promoción y Publicidad.

Ninguna persona natural o jurídica podrá, directamente o por intermedio de otra persona actuando en su nombre, promocionar o publicitar cualquier producto designado, en cualquier punto de venta, servicio de salud u otro lugar. Entre estas prácticas promocionales o publicitarias prohibidas se incluyen las siguientes:

DESCUENTOS Y OFERTAS DE FORMULAS.

a) Las presentaciones especiales de productos designados o relativos a éstos.

b) Promociones de descuento.

c) La distribución de obsequios gratuitos, incluidos los artículos de bajo costo o de costo mínimo que llevan el nombre, el logotipo, una representación gráfica o la marca de un producto designado, o el nombre o logotipo de un fabricante o distribuidor.

d) La donación a cualquier persona de una o más muestras de un producto designado.

MATERIALES INFORMATIVOS

Artículo 11.- Promoción y Publicidad.

f) La distribución o exposición de materiales impresos con el nombre, logotipo, representación gráfica o marca de un producto designado o el nombre o logotipo de un fabricante o distribuidor, salvo para fines de designación de un derecho de autor.

Artículo 8.- REGLAMENTO 31-96

d) Examinar, enmendar y aprobar todo material impreso o producido por fabricantes de productos relativos a la alimentación de los lactantes y menores de dos años, antes de su publicación y difusión.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Código internacional

Artículo 4. Información y educación

4.1 Los gobiernos deben asumir la responsabilidad de garantizar que se facilita a las familias y a las personas relacionadas con el sector de la nutrición de los lactantes y los niños de corta edad una información objetiva y coherente. Esa responsabilidad debe abarcar sea la planificación, la distribución, la concepción y la difusión de la información, sea el control de esas actividades. **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: a) ventajas y superioridad de la lactancia natural; b) nutrición materna y preparación para la lactancia natural y el mantenimiento de ésta; e) 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, y cuando así convenga, de preparaciones para lactantes fabricadas industrialmente o hechas en casa.** 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.

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.

Código Internacional

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.

Contacto directo

Artículo 9 Ley 8-95 prohibiciones

- a) En todos los centros de salud, de carácter público o privado o de empresas del país ***queda prohibida la promoción y publicidad*** de productos sucedáneos de la leche materna, biberones, tetinas y chupetes (bobos).
- b) Queda ***prohibida a dichos centros de salud*** la visita de propagandistas o personas vinculadas a empresas fabricantes o distribuidoras de los mismos.

Artículo 11.- Promoción y Publicidad.

- e) El contacto directo o indirecto entre el personal contratado o al servicio del fabricante o distribuidor y el público en general, en el ejercicio de sus funciones comerciales o la promoción de las mismas.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Código Internacional

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.

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.

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 s de la leche materna o la alimentación con biberón.

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 madres de lactantes y niños de corta edad.

Etiquetas

REGLAMENTO 31-96

Artículo 14.- Etiqueta. Las etiquetas o rótulos de los sucedáneos de la leche materna, alimentos complementarios, preparaciones para lactantes, productos designados, biberones, tetinas, chupetes (bobos), pezoneras y ordeñadores deberán cumplir los requisitos establecidos en la Norma Dominicana, NORDOM 53: Rotulados de alimentos pre envasados. Asimismo, contendrán la siguiente información:

- a) Una declaración de la superioridad de la alimentación al pecho, objetivada en la leyenda “La Leche Materna es el Mejor Alimento para el Lactante” impresa en tipo de color visible y letras de altura no menor de 5mm;
- b) Los ingredientes utilizados en orden cuantitativo de contenido;
- c) Composición y análisis del producto; d) Condiciones requeridas para su almacenamiento;
- e) Número de serie y fecha límite para consumo del producto;
- f) Instrucciones para la preparación y medidas higiénicas a seguir y la edad del niño para quien está indicado su uso.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

PARRAFO: Queda prohibido el empleo de imágenes de niño lactante, leyenda, dibujos o ilustraciones que tiendan directa o indirectamente a crear la convicción de que el alimento sustituto es equivalente o superior a la leche materna o a idealizar el empleo del biberón.

Código Internacional

Artículo 9. Etiquetado

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.

9.2 Los fabricantes y distribuidores de las preparaciones para lactantes deben velar por que se imprima en cada envase o un una etiqueta que no pueda despegarse fácilmente del mismo una inscripción clara, visible y de lectura y comprensión fáciles, en el idioma apropiado, que incluya todos los puntos siguientes:

a) las palabras «Aviso importante » o su equivalente;

b) una afirmación de la superioridad de la lactancia natural;

c) 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;

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 graficas 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)>, « maternizado » 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.

9.4 La etiqueta de los productos alimentarios comprendidos en las disposiciones del presente Código debe indicar todos y cada uno de los extremos siguientes:

a) los ingredientes utilizados;

b) la composición/ análisis del producto;

c) las condiciones requeridas para su almacenamiento y

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

d) el número de serie y la fecha límite para el consumo del producto, habida cuenta de las condiciones climatológicas y de almacenamiento en el país de que se trate.

REGLAMENTO 31-96

Registro sanitario.-

Artículo 12.- Antes de su distribución al público, **todo alimento infantil industrializado deberá ser debidamente registrado en el departamento de control de alimentos de la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social. Para que los alimentos infantiles industrializados puedan ser registrados en dicho departamento se requiere: a) resultados favorables del Laboratorio Nacional Dr. Defilló de SESPAS Y B) dictamen favorable de la Comisión Nacional de Lactancia Materna.**

COLOCACION GONDOLAS Y/O PRODUCTOS.-

PARRAFO.- Se incluye entre las prácticas promocionales o publicitarias **prohibidas la colocación o exhibición de fórmulas infantiles en los supermercados y otros establecimientos comerciales en la misma góndola o estante en que se colocan o exhiben otros productos no indicados para lactantes, como leches enteras, preparados de factores nutritivos básicos y otros productos no lácteos.**

Código Internacional

Publicidad en centros de salud

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 placartes 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.

6.4 No debe permitirse en el sistema de atención de salud el empleo de «representantes de servicios profesionales», de «enfermeras de 18 maternidad» o personal análogo, facilitado o remunerado por los fabricantes o los distribuidores.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Etiquetas

Artículo 16.- Etiquetado de Productos Designados.

La etiqueta de cada producto designado deberá ser diseñada de manera que no desaliente la lactancia natural. Asimismo, deberá proporcionar la información necesaria para el uso correcto del producto.

Dicha etiqueta no podrá llevar ninguna fotografía, diseño u otra presentación gráfica, salvo los gráficos para ilustrar el método de preparación del producto. Deberá estar escrita en el idioma español. Además, deberá contener el nombre y la dirección del fabricante y, cuando proceda, el nombre del distribuidor.

Artículo 17.- Envase de Fórmula Infantil, Fórmula de Seguimiento, etc.

Todo envase de fórmula infantil, fórmula de seguimiento o cualquier producto designado comercializado, presentado o corrientemente usado para alimentar a lactantes, con o sin un biberón, deberá tener o llevar en una etiqueta que no pueda despegarse fácilmente del mismo, una inscripción clara, visible y de lectura y comprensión fáciles. En dicha etiqueta:

- a) No se podrán utilizar términos como “Maternizado” o análogos.
- b) No se podrá hacer ninguna comparación con la leche materna.

Párrafo.- Sin embargo, el envase o la etiqueta deberán incluir todos los puntos siguientes:

- a) Las palabras “Aviso Importante” o su equivalente.
 - b) Una afirmación de la superioridad de la leche materna para alimentar a los lactantes.
 - c) La indicación de que el producto sólo debe utilizarse cuando lo aconseje un agente de salud en cuanto a su necesidad y al método apropiado para su uso.
 - d) Instrucciones para la preparación correcta del producto en palabras e ilustraciones de fácil comprensión.
 - e) Una advertencia sobre los riesgos para la salud de una preparación incorrecta y del uso de un biberón, especialmente cuando éste no está bien esterilizado.
 - f) Una advertencia sobre las consecuencias negativas del uso de un biberón sobre la lactancia; y ,
 - g) El costo aproximado de la alimentación de un lactante con el producto durante un período de seis (6) meses.
- Artículo 18.- Etiquetas de Alimentos Complementarios. –

Las etiquetas de alimentos complementarios deben explicar claramente los siguientes puntos:

- a) Los riesgos para la salud que acarrea la introducción demasiado precoz de los alimentos complementarios; y b)
- Que los alimentos complementarios pueden fácilmente ser preparados en casa con alimentos locales.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

Etiquetas

Artículo 20.- Contenido de las Etiquetas de Productos Designados.

Las etiquetas de productos designados, a parte de los biberones, tetinas y chupetes (bobos), también deberán aclarar lo siguiente:

- a) La edad, en meses cumplidos después de la cual se puede usar el producto. En el caso de productos que no sean fórmula infantil, esa edad no podrá ser menos de cuatro (4) a seis (6) meses.
- b) Los ingredientes utilizados.
- c) La composición y el análisis del producto
- d) Las condiciones requeridas para su almacenamientos; y e) El número de serie y la fecha límite para el consumo del producto teniendo en cuenta las condiciones climáticas y de almacenamiento.

Artículo 21.- Etiquetas de Biberones, Tetinas y Chupetes (bobos). Las etiquetas de biberones, tetinas y chupetes (bobos), deberán incluir:

- a) Una afirmación de la superioridad de la leche materna para alimentar al lactante.
- b) Una declaración de que alimentar con taza y cuchara es más seguro que usar un biberón.
- c) Una advertencia sobre los posibles riesgos para la salud cuando se usa un biberón, especialmente si éste no está correctamente esterilizado, y
- d) Una advertencia sobre las consecuencias negativas del uso de un biberón sobre la lactancia.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

A. Conclusiones

- ✓ Empresas fabricantes y/o distribuidores de productos bajo el alcance del Código de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna y la ley nacional 8-95, violan disposiciones regulatorias en centros de salud, puntos de venta y en menor proporción en Promoción y Publicidad.
- ✓ Es innegable que las compañías están utilizando al personal de salud para llegar a las madres.
- ✓ En centros de salud públicos y privados, fue encontrado algún material de promoción por parte de compañías que tienen productos al alcance de la ley.
- ✓ La mayoría de las madres reportan que ofrecen a sus bebés antes de los seis meses alimento comercializado, por recomendación médica.
- ✓ Material informativo de la industria de alimentos, que puede llegar a las madres, es distribuido al personal de salud, sin cumplir con lo establecido en la ley 8-95.
- ✓ Se comercializan productos sucedáneos de leche materna en puntos de venta sin registro sanitario vigente, sin aprobación de etiqueta por parte de la Comisión de Lactancia.
- ✓ Al no encontrarse publicidad en los medios de difusión masiva de los productos contenidos en el listado original queda evidente que los sucedáneos de la leche materna formales ya no publicitan de manera abierta en la República Dominicana. Esto es un indicador importante del nivel de cumplimiento que presenta el país con el Código Internacional.
- ✓ Productos que no son considerados sucedáneos de la leche materna se siguen publicitando a las madres con la finalidad de que se lo proporcionen a sus bebés a partir del primer año de edad. Estas campañas publicitarias pueden ocurrir en los medios de difusión tradicional pero principalmente ocurren a través de las redes sociales y las páginas web. Las compañías utilizan imágenes de bebés atadas al logo de sus productos para atraer a las madres. Utilizan como puerta de entrada cuentas de redes sociales genéricas con artículos acerca del cuidado de los infantes que están entrelazados con páginas web que ofrecen información acerca de las fórmulas incongruente con la manera como han sido aprobadas.
- ✓ Utilizan cápsulas con pediatras reconocidos que exaltan las cualidades de las fórmulas sin especificar que no son sucedáneos de la leche materna ni declarar que son para mayores de dos años. Inclusive dejan rastros, mediante imágenes o publicaciones, que evidencian que han tenido contacto directo con madres embarazadas y de niños y niñas menores de dos años.
- ✓ La regulación de los medios de difusión no tradicionales es extremadamente difícil e implica un trabajo de monitoreo constante.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

B. Recomendaciones

1. Difundir los resultados del presente Monitoreo a la Ley 8-95 y su Reglamento.
2. Aplicación de sanciones de acuerdo a las leyes vigentes.
3. A la Comisión Nacional de Lactancia Materna, elaborar y aplicar un plan de acción para la vigilancia al cumplimiento de la Ley nacional teniendo en cuenta los resultados de este monitoreo.
4. A la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y productos Sanitarios (DIGEMAPS) vigilar en todos los establecimientos comerciales que los productos al alcance de la ley 8-95, tengan los registros sanitarios vigentes y cumpliendo con los requerimientos establecidos.
5. Al Ministerio de Salud y servicio Nacional de Salud diseñar e implementar una estrategia de educación, información y capacitación dirigida a directores de servicios, profesionales y trabajadores de salud que incluya Solicitar a los profesionales prescriptores de fórmulas infantiles, razones que justifiquen la recomendación de esos productos.
6. A Pro consumir, vigilar el cumplimiento de los derechos del consumidor, relativo a los productos al alcance de la ley 8-95, en puntos de venta y Promoción y Publicidad.
7. A las sociedades científicas especializadas relacionadas con el tema, apropiarse de las leyes que protegen a la lactancia materna y difundir entre sus miembros.
8. Establecer un protocolo de vigilancia permanente garantice la concordancia entre la información presentada en las páginas web de las compañías, sus cuentas de redes sociales, los anuncios difundidos por medios tradicionales y el etiquetado de sus productos para el cumplimiento del Código como de la ley.

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. **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.
2. **World Health Organization.** *Fifty fourth World Health Assembly (WHA) Resolution 54.2.* Geneva : s.n., 2001.
3. Comercialización de sucedáneos de la leche materna: Aplicación del Código Internacional Informe de situación: Resumen. Organización Mundial de la Salud.
Disponible:(http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/code_report2016/es/).
4. Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna: Aplicación del Código Internacional. Informe de Situación 2016. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/206011/1/WHO_NMH_NHD_16.1_spa.pdf
5. **Organización Mundial de la Salud.** *Estrategia Mundial para la Alimentación del Lactante y del Niño Pequeño.* Ginebra : Organización Mundial de la Salud, 2002.
6. **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.
7. Declaración de Innocenti. Florencia, Italia; 22 de noviembre de 2005
8. Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples ENHOGAR 2015
2016: Informe General. Santo Domingo: Oficina Nacional de Estadística 2010. (ONE).
9. Iniciativa de Tendencia Mundial de Lactancia Materna (WBTi). Disponible en:
<http://www.worldbreastfeedingtrends.org/GenerateReports/countrysubmit.php?country=DO>
10. Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá. Primera serie de la Revista The Lancet sobre lactancia materna, Guatemala: INCAP; 2016. 34.
11. Introducción a Las del Código Internacional y sus Resoluciones Centro Internacional de Documentación sobre Código de INFAN en el manual del código. (Traducido al español-contacto coordinadora Latina América) Disponible en: <http://www.ibfan.org/spanish/issue/code02-es.html>
12. Ley No.8-95 que declara como prioridad nacional la Promoción y fomento de la lactancia materna.
13. Organización Panamericana de la Salud. 30 años del Código en América Latina: Un recorrido sobre diversas experiencias de aplicación del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna en la Región entre 1981 y 2011. Washington D.C.: OPS; 2011.
14. UNICEF, IBFAN-ICDC, CEFEMINA-IBFAN LAC. Herramienta Monitoreo del Código. Revisada, actualizada y adaptada al español. 2015
15. Organización Mundial de la Salud. 10 Datos sobre Lactancia Materna. Agosto 2017. Disponible en:
<http://www.who.int/features/factfiles/breastfeeding/es/>

MONITOREO

AL CODIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LA
LECHE MATERNA Y LA LEY 8-95 JUNIO -SEPTIEMBRE 2017 REPUBLICA DOMINICANA

X. **ANEXOS**

- Formularios usados
- Carta de presentación en lugares a monitorear
- Listado de registros sanitarios



ANEXOS



Formularios de Monitoreo

- Formulario 1** - Entrevista a madres
- Formulario 2** - Promoción en comercios y tiendas
- Formulario 3** - Hospitales y clínicas & personal de Salud
- Formulario 4A** - Etiquetas de fórmulas infantiles
- Formulario 4B** - Etiquetas de fórmulas de seguimiento, leches de crecimiento, alimentos complementarios y otros sucedáneos de la leche materna
- Formulario 4C** - Etiquetas de biberones y tetinas
- Formulario 5** - Materiales y prácticas de las comapañías

Denuncia Rápida y Fácil de Violaciones al Código

FORMULARIO 1

ENTREVISTA A MADRES

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	1---

Nota general: Este formulario es para entrevistar madres con niños/as menores de 6 meses de edad (incluyendo mujeres embarazadas y familiares). Si es posible, adjunte a este Formulario una muestra o ejemplar; también puede escanearlo o fotografiarlo. Márquelos con la misma referencia que puso en la parte superior de este Formulario. También indique a qué pregunta corresponde. (Por ejemplo: MAL/JK/1001 – P7.a)

1. Edad de la/el bebé: _____ meses
2. ¿El/la bebé consume algún alimento comercial?
 SI NO (Si No, pase a la pregunta 5)

3. ¿Qué marca de fórmula u otra leche usa y por qué?

Marca	¿Por qué usa esta marca? ¹
a.	
b.	
c.	

¹ ¿Por qué usa esa marca? (Marque la que corresponda seguidamente)

- | | |
|---|---|
| A. Recomendación Médica; | E. Experiencia propia con hijo/s anteriores; |
| B. Recomendación de Enfermera; | F. Publicidad; |
| C. Recomendación de Nutricionista; | G. Recomendación de familiar/amistad; |
| D. Recomendación de otro/a Trabajador/a de Salud; | H. Otra razón (dé detalles arriba en ¿Por qué usa esa marca?) |

4. ¿Qué marca de cereales, papillas/compotas u otros alimentos usa y por qué?

Marca	¿Por qué usa esta marca? ¹
a.	
b.	
c.	

¹ ¿Por qué usa esa marca? (Marque la que corresponda seguidamente)

- | | |
|---|---|
| A. Recomendación Médica; | E. Experiencia propia con hijo/s anteriores; |
| B. Recomendación de Enfermera; | F. Publicidad; |
| C. Recomendación de Nutricionista; | G. Recomendación de familiar/amistad; |
| D. Recomendación de otro/a Trabajador/a de Salud; | H. Otra razón (dé detalles arriba en ¿Por qué usa esa marca?) |

5. ¿La ha contactado algún/a representante de una compañía? Si la respuesta es SÍ, por favor escriba los detalles en la siguiente tabla:

Contacto por parte de representante de una compañía: Registre solo si se trató de un producto bajo el alcance del Código Internacional. Incluya contactos directos o a través de sitios web, redes sociales y aplicaciones de teléfono móvil. El contacto pudo haber sido durante durante el embarazo

Compañía	Lugar de visita ¹	Propósito ²	Detalles (añada una página aparte si es necesario)
a.			
b.			
c.			

¹ Lugar de visita:

- A. Institución de Salud B. Farmacia C. Hogar D. Comercio o tienda E. Internet F. Redes Sociales
 G. Aplicación teléfono móvil H. Otro (dé detalles en "Lugar de Visita")

² Propósito

- A. Ofrecer información sobre alimentación infantil B. Recomendar el uso de una marca específica

6. ¿Ha recibido alguna muestra gratuita de un producto comprendido en el Código Internacional? Si la respuesta es Sí, por favor detalle en la siguiente tabla:

Compañía	Marca	Tipo de producto ¹	¿Dónde/ cómo? ²	¿Quién se lo dio? ³	¿Adjunta muestra? *
6a.					
6a. Detalles					
6b.					
6b. Detalles					
6c.					
6c. Detalles					

(ver Notas de referencia 1, 2 y 3 y * al final)

7. ¿Ha recibido algún folleto u otro regalo? Si la respuesta es Sí por favor detalle en la siguiente tabla:

Regalos - liste cualquier artículo que:

- es entregado por una compañía que fabrica o distribuye productos bajo el alcance del Código Internacional y
- se refiere a una marca o logotipo de algún producto bajo el alcance del Código Internacional, o
- incluye el nombre del fabricante o distribuidor o se relaciona con bebés.

Indique si el nombre de la marca/compañía aparece en el regalo (en la columna “Detalles”). Liste también los materiales que dan información sobre alimentación de bebés, niños y niñas pequeñas, como folletos, panfletos, volantes, calcomanías, imanes, etc. Esos materiales frecuentemente contienen números de teléfonos para llamadas gratuitas o direcciones de sitios web o Facebook, etc. que se usan para brindar asesoría sobre alimentación infantil.

Compañía	¿Dónde/ cómo? ²	¿Quién se lo dio? ³	Tipo de regalo ³	¿Adjunta ejemplar? *
7a.				
7a. Detalles				
7b.				
7b. Detalles				
7c.				
7c. Detalles				

¹ Tipo de producto:

- | | |
|---|--|
| A. Fórmula Infantil, incluye las especiales | F. Jugo/té/agua mineral o embotellada |
| B. Fórmula de seguimiento | G. Biberón |
| C. Leche de crecimiento | H. Tetina |
| D. Cereal | L. Otro (por favor indicar “qué tipo de producto”) |
| E. Papilla/compota de fruta/vegetal/carne | |

² ¿Dónde/Cómo?

- | | |
|--------------------------------|---|
| A. Institución/Centro de salud | E. Correo |
| B. Farmacia | F. Durante una situación de emergencia, como un desastre natural, desplazamientos, guerra o como respuesta a un padecimiento crónico u otra enfermedad (si su respuesta es sí, por favor vaya al <i>Formulario 5, Sección II</i> para dar detalles adicionales) |
| C. Hogar | G. Otro (dé detalles en “Dónde/Cómo”) |
| D. Comercio o tienda | |

³ ¿Quién se lo dio?

- A. Representante de la compañía
- B. Trabajador/a de salud
- C. Farmacéutico/a
- D. Empleado/a de comercio o tienda
- E. Otro (dé detalles en “Quién se lo dio”)

⁴ Tipo de regalo

- | | |
|------------|---|
| A. Biberón | E. Decoración |
| B. Babero | F. Bolso para pañales y biberones |
| C. Pañal | G. Paquete de regalos |
| D. Juguete | H. Otro (dé detalles en “Tipo de regalo”) |

* Si es posible, analice el contenido promocional de la muestra o ejemplar con el Formulario 5 (para evitar doble ingreso, escriba el número de Ref. de este Formulario en el cuadro de identificación del Formulario 5).

Fecha : ____ / ____ / _____ (dd/mm/año)

FORMULARIO 2

PROMOCIÓN EN COMERCIOS O TIENDAS

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	2---

Nota general: Este Formulario está dirigido a cubrir todo tipo de comercio o tienda minorista, incluyendo farmacias y tiendas en línea.

Nombre del comercio : Ciudad/Pueblo/Barrio:

1. ¿Alguna compañía ha enviado a este comercio promotores a fin de asesorar a consumidores sobre alimentación infantil o sobre algún producto en particular? Si la respuesta es SÍ, por favor detalle en la siguiente tabla:

Contacto por parte de personal de mercadeo: El Artículo 5 del Código Internacional prohíbe a representantes o promotores de una compañía tener contacto directo o indirecto con consumidores. Registre todo acercamiento/contacto con el propósito de vender o informar sobre alimentación infantil. Incluya también, todas las formas de contacto vía email, redes sociales o aplicaciones de teléfono móvil.

Compañía	Marca	Observaciones
1a.		
1a. Detalles		
1b.		
1b. Detalles		
1c.		
1c. Detalles		

2. ¿Alguna de las técnicas que se detallan a continuación son utilizadas en este comercio para promover la venta de alimentos infantiles/biberones/tetinas? Si la respuesta es SÍ, detalle en la siguiente tabla:

El Artículo 5 prohíbe la publicidad en puntos de venta, entrega de muestras o cualquier otro dispositivo con el fin de inducir ventas directamente al consumidor minorista. Si es posible, adjunte a este Formulario una muestra o ejemplar; también puede hacer fotografías. Márquelas con la misma referencia que puso en la parte superior de este Formulario. También indique a qué pregunta corresponde. (Por ejemplo: MAL/JK/2001 - P2.a)

Compañía	Marca	Promoción ¹	¿Adjunta ejemplar?*
2a.			
2a. Detalles			
2b.			
2b. Detalles			
2c.			
2c. Detalles			

¹ Promoción:

- A. Descuento a consumidores
- B. Exhibidor especial
- C. Cupones
- D. Muestras
- E. Regalos con la venta

- F. Carteles en exhibidor
- G. Información sobre productos
- H. Ventas especiales
- I. Otro (dé detalles en "Promoción").

* Si es posible, analice el contenido promocional de la muestra o ejemplar con el Formulario 5 (para evitar doble ingreso, escriba el número de Ref. de este Formulario en el cuadro de identificación del Formulario 5).

Fecha : ____ / ____ / ____ (dd/mm/año)

FORMULARIO 3

HOSPITALES Y CLÍNICAS & PERSONAL DE SALUD

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	3 ---

Nombre del establecimiento: Está acreditado como "Hospital Amigo" SI NO

1. ¿Cómo obtiene el establecimiento productos bajo el alcance del Código Internacional? Dé detalles a continuación:

Esta pregunta trata de conseguir información sobre productos bajo el alcance del Código Internacional y se utilizan en establecimiento. Vea la Herramienta de Monitoreo para más detalles sobre cuáles son estos productos. Por cada producto que registre, indique también la manera en que éste es obtenido. Registre solo lo ocurrido en los últimos 6 meses.

Compañía	Marca (Escriba "No" si no hay)	Tipo de producto ¹	¿Cómo fue obtenido? ²
1a.			
1a. Detalles			
1b.			
1b. Detalles			
1c.			
1c. Detalles			

(ver notas comunes en siguiente apartado)

2. ¿Las madres reciben allí muestras gratuitas de algún producto? Si la respuesta es Sí, por favor detalle en la siguiente tabla:

Muestras gratuitas: Liste las marcas de los productos bajo el alcance del Código Internacional que se dan a las madres. Compruebe también si con las muestras se ofrecen otros materiales de la compañía y de ser así, registre la información en el Formulario 5. Registre solo lo ocurrido en los últimos 6 meses.

Compañía	Marca	Tipo de producto ¹	¿Quién entrega las muestras? ³	¿Adjunta ejemplar?*
2a.				
2a. Detalles				
2b.				
2b. Detalles				
2c.				
2c. Detalles				

¹ Tipo de producto:

- | | | |
|--|---|--|
| A. Fórmula Infantil, incluyendo fórmula especial | D. Cereal | G. Biberón |
| B. Fórmula de seguimiento | E. Papilla/compota de fruta/vegetal/carne | H. Tetina |
| C. Leche de crecimiento | F. Jugo/té/agua mineral o embotellada | L. Otro (por favor, dé detalles en "Tipo de Producto") |

² ¿Cómo fue obtenido?

- | | |
|---|---|
| A. Compra normal | E. Donación de la compañía no solicitada |
| B. Compra vinculada a otro/s producto/s | F. Donación de la compañía a solicitud del establecimiento |
| C. Con descuento o a precio especial | G. Otra donación (por favor, dé detalle en "Cómo fue obtenida") |
| D. Sin cobro (cuando una compañía emite una factura pero no se la cobra al establecimiento) | |

³ ¿Quién entrega las muestras? A. Representante de la compañía B. Personal del establecimiento C. Otro (dé detalles en "Quién entrega las muestras")

* Si es posible, analice el contenido promocional de la muestra o ejemplar con el Formulario 5 (para evitar doble ingreso, escriba el número de Ref. de este Formulario en el cuadro de identificación del Formulario 5).

3. ¿Exhibe el establecimiento algún producto, afiche, cartel, folleto, calendario, reloj, gráficos u otros objetos similares producidos por la compañía? Si la respuesta es SÍ, por favor detalle en la siguiente tabla:

Exhibición de productos, afiches, carteles, folletos, calendarios, otros: Liste todos los artículos entregados por la compañía fabricante o distribuidora de productos bajo el alcance del Código Internacional que i) se refieran a una marca o logotipo; ii) incluyan el nombre o logotipo de la compañía, o iii) se relacionan de algún modo con bebés y se exhiben en cualquier parte del establecimiento.

Compañía	¿Aparece el nombre o logo de la compañía?		Describa el producto exhibido	¿Qué marca y logo aparecen en el artículo? (Escriba 'NO' si no hay*)		¿Dónde se exhibe?	¿Adjunta ejemplar?*
	Nombre	Logo		Nombre de la marca	Nombre del logo		
3a.							
3a. Detalles							
3b.							
3b. Detalles							
3c.							
3c. Detalles							

* Vea la Herramienta para profundizar sobre el Artículo 6.8 del Código Internacional

4. ¿Representantes de las compañías visitan a las madres en este establecimiento? Si la respuesta es SÍ, por favor escriba los detalles en la siguiente tabla:

Contacto con representantes de las compañías: Liste toda instancia en la cual el personal de una compañía involucrado en la comercialización de cualquier producto bajo el alcance del Código Internacional haya tenido contacto directo con una madre. Registre solo lo ocurrido en los últimos 6 meses.

Compañía	Propósito de la visita	Marca o logo promocionada por representante (Escriba "No" si no hay)	¿Entregan estos artículos a las madres? (SI/ NO)			¿Adjunta ejemplar?*
			Muestras de productos	Regalos	Folletos y Volantes	
4a.						
4a. Detalles						
4b.						
4b. Detalles						
4c.						
4c. Detalles						

* Si es posible, analice el contenido promocional de la muestra o ejemplar con el Formulario 5 (para evitar doble ingreso, escriba el número de Ref. de este Formulario en el cuadro de identificación del Formulario 5).

5. ¿Las compañías entregan al personal de salud, regalos como calendarios de escritorio, anotadores, recetarios, agendas, reglas, lapiceras, etc.? Si la respuesta es SI, por favor detalle en la siguiente tabla:

Regalos al personal de salud:

Registre:

- i) cualquier regalo que publicite una marca bajo el alcance del Código Internacional o que incluya frases o lemas relacionados con tales productos. Las compañías entregan frecuentemente lapiceras, agendas, recetarios, y otros artículos que son fácilmente vistos por las madres. Registre también logos o lemas asociados a un producto o compañía. Apunte también en “Descripción del regalo” cualquier referencia sobre bebés, nutrición, crecimiento o desarrollo. Busque presentaciones promocionales como animalitos de peluche o caricaturas de vegetales que son fácilmente identificables con una compañía y sus productos. Por ejemplo: un porta lapiceras con el nombre de la compañía y palabras como “Lo mejor para su bebé” o la imagen de un lindo osito de peluche u otras mascotas de productos, etc.
- ii) cualquier regalo personal. Los fabricantes o distribuidores de productos bajo el alcance del Código Internacional no deben hacer regalos personales al personal de salud. Esto incluye comidas, tortas, dinero o cualquier tipo de bienes o servicios.

Nota: Sujeto a declaración y guía sobre conflictos de interés, el Código Internacional permite a las compañías hacer contribuciones en forma de becas, viajes realmente para estudio, becas para investigación o financiamiento para asistir a reuniones profesionales. Sin embargo, muchos artículos entregados en las reuniones profesionales pueden ser considerados regalos. Los regalos personales, aún si son pequeños, son inductores (es decir crean buena voluntad o expectativa de “algo” a cambio). Vea más información en esta Herramienta.

Vea la pregunta 6. Si el artículo está listado en la Pregunta .6, regístrelo allí en lugar de hacerlo en esta pregunta 5.

Registre solo lo ocurrido en los últimos 6 meses.

Compañía	Descripción del regalo	¿Qué marca aparece en el regalo?	¿Aparece el nombre o logo de la compañía? (SI/NO)		¿Adjunta ejemplar?*
			Nombre	Logo	
5a.					
5a. Detalles					
5b.					
5b. Detalles					
5c.					
5c. Detalles					

* Si es posible, analice el contenido promocional de la muestra o ejemplar con el Formulario 5 (para evitar doble ingreso, escriba el número de Ref. de este Formulario en el cuadro de identificación del Formulario 5).

6. ¿Las compañías dan algún patrocinio u otro tipo de servicio? Si la respuesta es SÍ, por favor detalle en la siguiente tabla:

Patrocinios, servicios, etc. El Código Internacional prohíbe cualquier forma de inducción financiera o material al personal de salud o a sus familiares. Las siguientes categorías deberían ser consideradas inductoras:

- Servicio de educación/acompañante/chofer/laptop/teléfono móvil/sitio web
- Fondos para viajes (salvo que sea para un evento profesional, como lo permite el Art. 7.5 del Código Internacional si no hay conflicto de interés)
- Dinero u otras formas de apoyo para participar en eventos dentro o fuera del lugar de trabajo

Igualmente, regístrelo aún si Ud. no esté seguro de que se trate de un inductor (ej. suscripciones a revistas u otras publicaciones)

No todas las formas de patrocinio son violaciones al Código Internacional pero las Resoluciones WHA 49.15 (1996) y 58.32 (2005) ponen énfasis en la necesidad de asegurar que el apoyo financiero y otros incentivos para programas o para profesionales que trabajan en la salud de lactantes, niñas y niños pequeños, no implique ni cree conflictos de interés.

Por lo tanto, averigüe lo máximo posible acerca de los eventos de las asociaciones profesionales, como reuniones y conferencias, y su relación con las compañías. Exactamente, ¿qué es lo que la compañía está financiando del evento? ¿Qué distribuyen las compañías? ¿Pone puestos con exhibición de productos bajo el alcance del Código Internacional? ¿Financian sitios web de médicos? ¿Regalan equipos de computación?

Registre solo lo ocurrido en los últimos 6 meses.

<i>Patrocinio</i>	<i>Compañía</i>	<i>Descripción</i>
6a.		
6a. Detalles		
6b.		
6b. Detalles		
6c.		
6c. Detalles		

¹ Patrocinios/servicios, etc:

- | | |
|--|---|
| <p>A. Planificación/asesoramiento de arquitectura</p> <p>B. Servicio de acompañante/chofer</p> <p>C. Fondos para investigación</p> <p>D. Fondos para viajes</p> <p>E. Fondos en efectivo</p> <p>F. Impresiones</p> | <p>G. Suministros de oficina (ej. lapiceras, recetarios, focos, tazas)</p> <p>H. Becas y premios</p> <p>I. Patrocinio de reuniones/conferencias/capacitaciones/eventos</p> <p>J. Videos educacionales promocionando productos</p> <p>K. Otro (dé detalles en “Patrocinio/Servicios”)</p> |
|--|---|

Fecha : ____ / ____ / _____ (dd/mm/año)

FORMULARIO 4A

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	4A ---

ETIQUETAS DE FÓRMULAS INFANTILES

Nota general:

Este Formulario está dirigido a las etiquetas de fórmulas infantiles (incluyendo todas las especiales)

Si el producto es denominado fórmula de seguimiento pero tiene una indicación de edad menor a 6 meses, analícela usando este formulario, no con el 4B.

Las etiquetas de otras fórmulas, incluyendo las fórmulas de seguimiento deben ser analizadas con el Formulario 4B y no con este 4A.

Si es posible, por favor adjunte a este Formulario una muestra, ejemplar o foto de la etiqueta. Márquela con la misma referencia que ha escrito arriba en la identificación del Formulario (Por ejemplo: MAL/JK/4A001)

Compañía:

Tipo de producto:

Nombre de marca:

Fórmula infantil regular

Fabricado en (país):

Fórmula de soya

Fórmula especial

Otra (detalle)

El Código Internacional exige información precisa en la etiquetas. Revise y registre cada uno de los requisitos siguientes y marque "SÍ" o "NO" en caso de que falte en la etiqueta.

- | | SÍ | NO |
|--|-----------------------|-----------------------|
| a. Las palabras "aviso importante" o similar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b. La declaración acerca de que la lactancia materna es lo mejor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c. La advertencia acerca de los riesgos para la salud de una preparación no adecuada | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d. Una declaración acerca de que el producto debería ser utilizado sólo bajo supervisión | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| e. Instrucciones claras y fáciles de seguir para su preparación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| f. El texto desde a) a e) en lenguaje adecuado (nacional) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| g. Fecha de expiración fácilmente legible (vea tapa o fondo de la lata) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| h. Advertencia sobre condiciones de almacenamiento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| i. Número de partida (vea el fondo de la lata) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| j. Los ingredientes, composición y análisis de productos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

El Código NO permite que se idealice el producto en las etiquetas de la fórmula infantil.

- k. Registre términos como "maternizada", "humanizada", o similar
.....
- l. Registre otros textos que desalientan la lactancia materna o idealizan el uso de fórmula infantil, como las afirmaciones sobre propiedades nutricionales o beneficios para la salud del producto
.....
- m. Describa fotos, dibujos, imágenes u otra representaciones de lactantes (Si responde SÍ, adjunte la etiqueta o una foto)
.....
- n. Describa otras fotos, imágenes o dibujos que puedan idealizar el uso de formula infantil (Si responde SÍ, adjunte la etiqueta o una foto)
.....

Detalles y comentarios adicionales: (Por favor describa todo aquello no considerado en las preguntas anteriores, como advertencias sobre el riesgo intrínseco de contaminación de la fórmula infantil en polvo). Use páginas adicionales si es necesario.
.....

Fecha : ____ / ____ / _____ (dd/mm/año)

FORMULARIO 4B

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	4B ---

ETIQUETAS DE FÓRMULAS DE SEGUIMIENTO, LECHES DE CRECIMIENTO, ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS Y OTROS SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA

Nota general: Utilice este formulario para registrar

- cualquier leche de seguimiento o de crecimiento comercializada para bebés de 6 meses de edad o mayores, pero de no más de 3 años.
- cualquier alimento o bebida para bebés menores de 6 meses de edad (exceptuando las fórmulas infantiles).
- cualquier alimento o bebida que muestre una foto, dibujo, imagen u otra figura de lactante claramente menor de 6 meses.
- cualquier alimento o bebida cuya etiqueta no mencione edad alguna pero que recomiende el uso de biberón.

Si es posible, por favor adjunte a este Formulario una muestra, ejemplar o foto de la etiqueta. Márquela con la misma referencia que ha escrito arriba en la identificación del Formulario. (Por ejemplo: MAL/JK/4B001)

Fecha de obtención: _____ / _____ / _____ (dd/mm/año) Compañía: _____

Nombre de marca: _____ Fabricado en (país): _____

Producto: (marque solo una opción para cada etiqueta)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Fórmula de seguimiento | <input type="radio"/> Comida infantil |
| <input type="radio"/> Leche de crecimiento | <input type="radio"/> Jugo infantil |
| <input type="radio"/> Cereal lácteo | <input type="radio"/> Té infantil |
| <input type="radio"/> Cereal no lácteo | <input type="radio"/> Agua (para bebés) |
| <input type="radio"/> Papilla/compota de fruta/vegetales/carne | <input type="radio"/> Otro (detalle aquí) _____ |

1. ¿La etiqueta indica alguna edad para su uso? _____ SÍ NO

Si respondió SÍ, ¿qué edad indica? _____ meses o (se expresa de esta manera) _____

2. La etiqueta:

a. ¿sugiere que se debería utilizar un biberón con este producto? _____ SÍ NO

b. ¿tiene una foto, dibujo, imagen u otra representación de un/a lactante? _____ SÍ NO
(Si responde SÍ, adjunte la etiqueta o una foto)

c. ¿se parece a la etiqueta de la fórmula infantil de la compañía? _____ SÍ NO

d. ¿indica o sugiere de algún modo que el producto podría ser usado en bebés menores de 6 meses? _____ SÍ NO

e. Transcriba otros textos que desalientan la lactancia materna o idealizan el uso del producto, como las afirmaciones sobre propiedades saludables y beneficios para la salud del producto ----- SÍ NO

Comentarios y detalles adicionales: (Por favor use este lugar para describir todo aquello no considerado en las preguntas)

.....

Fecha : ____ / ____ / _____ (dd/mm/año)

FORMULARIO 4C

ETIQUETAS DE BIBERONES Y TETINAS

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	4C---

Nota general: Los biberones y tetinas son productos bajo el alcance del Código Internacional. Las etiquetas deben proveer la información necesaria sobre el uso apropiado de estos productos y no deben desalentar la lactancia materna.

Si es posible, por favor adjunte a este Formulario una muestra, ejemplar o foto de la etiqueta. Márquela con la misma referencia que ha escrito arriba en la identificación del Formulario.

Compañía:

Nombre de marca:

Fabricado en (país):

Tipo de producto:

- Biberón
- Envase (con tetina o para convertirse en biberón)
- Tetina
- Otro: (detalle aquí)

1. La etiqueta:

a. ¿lleva una foto, dibujo, imagen u otra representación de un/a lactante, niña o niño pequeño, o una madre/padre/familiar dando el biberón al bebé? (Si responde SÍ, adjunte una foto o la propia etiqueta) ----- SÍ NO

b. ¿contiene cualquier otro dibujo, imagen o texto que idealice el uso del producto? ----- SÍ NO

Si respondió SI, descríballo

.....

.....

c. ¿promociona algún sucedáneo de la leche materna? ----- SÍ NO

Si respondió SI, descríballo

.....

.....

d. ¿posee algún texto que sugiera la semejanza del producto con el pecho o el pezón? ----- SÍ NO

Si respondió SI, descríballo

.....

.....

Comentarios y detalles adicionales: (Por favor use este lugar para describir todo aquello no considerado en las preguntas anteriores)

.....

.....

.....

FORMULARIO 5

MATERIALES Y PRÁCTICAS DE LAS COMPAÑÍAS

Fecha : ____ / ____ / ____ (dd/mm/año)

Ref:

País	Monitor/a	#
---	---	5---

Use la Sección I para analizar:

- la promoción de productos bajo el alcance del Código Internacional en los medios de comunicación, incluyendo las publicaciones médicas o profesionales.
- los materiales de las compañías como folletos y volantes sobre alimentación de lactantes, niñas y niños.

Use la Sección II para otras observaciones que desee hacer sobre:

- la promoción de otros productos que desalientan la lactancia materna
- eventos financiados por las compañías incluyendo las asociaciones público-privadas (o prácticas similares/relacionadas).
- la promoción en el contexto de la alimentación de lactantes, niñas y niños pequeños en circunstancias extremadamente difíciles

En ambas Secciones I y II, de ser posible, por favor adjunte a este Formulario una muestra o ejemplar; también puede escanearlo o fotografiarlo. Márquelas con la misma referencia que puso en la parte superior de este Formulario. También indique a qué Formulario corresponde. (Por ejemplo: MAL/JK/5001 - Preg. 2)

SECCIÓN I

MATERIALES DE LAS COMPAÑÍAS BAJO EL ALCANCE DEL CÓDIGO INTERNACIONAL

Nombre del material (ej. título, principal lema)

1. ¿A qué producto se refiere el material?

<i>Compañía</i>	<i>Tipo de producto*</i>	<i>Marca (Escriba "No" si no hay ninguna)</i>

*Tipo de producto:

- | | |
|--|---|
| A. Fórmula Infantil, incluye fórmulas especiales | F. Jugo/té/agua mineral o embotellada |
| B. Fórmula de seguimiento | G. Biberón |
| C. Leche de crecimiento | H. Tetina |
| D. Cereal | L. Otro (por favor indicar bajo "Tipo de producto") |
| E. Papilla/compota de fruta/vegetal/carne | |

2. Tipo de material: (marque solo uno)

- | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| A. Folleto | F. Video | J. Página web |
| B. Volante | G. YouTube | K. Redes Sociales |
| C. Publicidad impresa | H. Anuncio radio o TV | L. Aplicación de teléfono móvil |
| D. Exposición | I. Memoria USB | M. Otro (indicar |
| E. Afiche | | |

3. ¿Dónde fue hallado/observado el material?

- | | | |
|------------------------|---|---------------------------|
| A. Hospital general | E. Consultorio médico | I. Publicación científica |
| B. Maternidad | F. Centro de salud | J. Internet |
| C. Hospital pediátrico | G. Farmacia | K. Otro (indicar |
| D. Clínica | H. Propaganda no solicitada (spam o correo) | |

4. Nombre del lugar (ej. hospital, comercio o tienda, medio como una publicación, URL, tipo de red social or aplicación de teléfono móvil), dónde / cuándo y bajo qué circunstancias fue hallado/observado:

Fecha de la publicación (si está disponible):

Fecha en que fue hallado/observado:

El lugar/medio es

Público

Privado

5. Si el material está al alcance de las mujeres embarazadas, madres o familiares, por favor seleccione la forma en que les llega marcando la opción correspondiente y también describa dando más detalles si fuera necesario:

- Vía representante de la compañía Vía trabajador/a de salud Otro

Detalles:

6. Si el material es para profesionales de la salud, por favor indique si está restringido a asuntos científicos y objetivos

- SI NO

Si NO, describa cualquier mensaje promocional, por ej. información que NO es científica y objetiva. Use páginas adicionales de ser necesario.

7. El Código exige cierta información en los materiales que tratan sobre alimentación infantil.

Revise lo siguiente y marque "FALTA" si no lo encuentra en el material. Marque "PRESENTE" si la información está en el material.

	Falta	Presente
a. declaración sobre los beneficios y superioridad de la lactancia materna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. declaración sobre el efecto negativo sobre la lactancia materna de la introducción parcial de alimentación con biberón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. declaración sobre las dificultades de revertir la decisión de no amamantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. declaración sobre nutrición materna, y sobre la preparación para/mantenimiento de la lactancia materna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. El Código exige cierta información adicional en el caso de fórmulas infantiles. Si el producto no es una fórmula infantil, entonces vaya a la Pregunta 9. Revise lo siguiente y marque "FALTA" si no lo encuentra en el material. Marque "PRESENTE" si la información está en el material.

	Falta	Presente
a. declaración sobre el uso adecuado de la fórmula infantil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. declaración sobre las implicancias sociales y económicas del uso de fórmula infantil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. declaración sobre los riesgos para la salud de alimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. declaración sobre los riesgos para la salud del uso innecesario o inapropiado de fórmulas u otros sucedáneos de la leche materna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Contenidos del material:

a. Escriba a continuación cualquier mensaje o declaración promocional que i) implique que la alimentación con biberón es equivalente o superior a la lactancia materna; ii) desaliente la lactancia materna:

.....
.....

b. Describa cualquier dibujo, imagen o fotografía, o texto que idealice el uso de los sucedáneos de la leche materna, como por ejemplo, afirmaciones sobre propiedades nutricionales y beneficios para la salud del producto:

.....
.....

10. Detalles y comentarios adicionales. (Por favor utilice este espacio para describir todo aquello no contemplado en las preguntas anteriores. Utilícelo también para escribir el texto promocional en su lenguaje original:

.....
.....

6. Si existe un evento financiado por una compañía relacionado con la alimentación infantil, ¿involucra una asociación público-privada de la compañía con una entidad pública/agencia/ONG)?

SÍ NO

Evento financiado por una compañía. Las compañías muchas veces desarrollan eventos sobre alimentación infantil a nivel de una comunidad o localidad e involucran a instituciones de gobierno. A veces conforman alianzas o asociaciones con los gobiernos, Agencias Internacionales, asociaciones profesionales y ONGs para dirigir programas. No todas las alianzas o asociaciones público-privadas violan el Código Internacional pero sí derivan problemas por conflictos de interés. Vea la Herramienta para conocer más sobre este tema. Registre cualquier iniciativa o programa relacionado con la alimentación infantil que involucre a un fabricante o distribuidor de productos bajo el alcance del Código Internacional.

Si la respuesta a la pregunta 6 es SÍ por favor llene la siguiente tabla:

<i>Compañía</i>	<i>Entidad pública / Agencia / ONG involucrada (si hubo)</i>	<i>Nombre del evento / programa</i>	<i>Tipo de apoyo en dinero o especie</i>	<i>Marca (escriba "NO" si no hubo)</i>

Detalles: Por ej. describa la naturaleza de la iniciativa o el esquema propuesto en esta alianza o asociación (por ej. un programa de nutrición de base comunitaria para niños y niñas con desnutrición entre 6 y 24 meses en áreas rurales)

7. ¿Existe alguna campaña de relaciones públicas ligada al evento? (por ejemplo, el lanzamiento de un desfile, campaña o actividad pública para dar a conocer el proyecto en la comunidad, con una fecha determinada o en un período de tiempo? Adjunte el material publicitario, si existe.

SÍ NO

8. Si la comunidad enfrenta dificultades de alimentación de lactantes, niñas y niños pequeños debido a enfermedad, epidemia o emergencias y se donan, promueven y distribuyen productos bajo el alcance del Código Internacional, ¿involucran a los fabricantes y distribuidores de los mismos?

Alimentación infantil en situaciones extremadamente difíciles: Ambos, el Código Internacional y las resoluciones posteriores de la AMS son operativas en todas las circunstancias. Cuando hay enfermedad, pandemia o emergencia, los mercados se desestabilizan y algunas compañías buscan posicionarse, desarrollando actividades de promoción y distribuyendo productos bajo el alcance del Código. Esto va en contra de los lineamientos internacionales. Por ello, reportar este tipo de violaciones ayuda a la toma de decisiones y a que las agencias de ayuda respondan correctamente.

Si la respuesta es SI, por favor llene la siguiente tabla:

<i>Tipo de circunstancias</i>	<i>Compañía</i>	<i>Nombre de marca</i>	<i>Tipo de violación*</i>	<i>Adjunta muestra, ejemplar o foto Sí No</i>

Detalles: Por ej. describa cuándo y cómo esos productos se distribuyen a esas comunidades afectadas.

*Tipo de violación

- A. Publicidad
- B. Promoción en comercio o tienda
- D. Promoción en sistema de salud
- E. Muestras a las madres

- F. Contacto de la compañía con las madres
- G. Donaciones de productos gratuitos o de bajo costo
- H. Otros, explique (use una página adicional si es necesario)

16 JUN 2017

Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios
(DIGEMAPS)

“Año del Desarrollo Agroforestal”

Santo Domingo, D. N

A : Fabricantes, Importadores, Propietarios/Gerentes de Farmacias, Hospitales, Clínicas, Supermercados y Tiendas

Asunto : Investigación post comercialización de los sucedáneos de la leche materna

Al tiempo de saludarle, tenemos a bien solicitar su colaboración para el desarrollo de una investigación que se llevará a cabo en los meses de junio/julio 2017, para determinar la inocuidad y calidad de los sucedáneos de la leche materna de fabricación local e importada, comercializados en la República Dominicana.

Este programa se desarrolla en cumplimiento de la Ley General de Salud 42-01, la Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o usuario No. 358-05, Ley 8-95 que regula la comercialización de los sucedáneos de leche materna, lo establecido en el NORDOM -53, Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (Preenvasados) y el RTD/675 Etiquetado de alimentos preenvasados. Etiquetado Nutricional. Reglamento para el Etiquetado Nutricional.

En la metodología definida los establecimientos de fabricación, venta y distribución de sucedáneos de la leche materna, representan el punto de toma de muestra y la fuente de información para el desarrollo de este estudio. En ese sentido, solicitamos su colaboración con los inspectores durante la visita, quienes podrán responder las preguntas sobre la recogida de muestras de productos.

Los inspectores, estarán debidamente identificados con sus respectivos carnets y respaldados por quien suscribe, Directora General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios, mediante la presente comunicación firmada y sellada.

Sin otro particular, y agradeciendo su apoyo se despide,

Atentamente,


Karina Mena, M. Sc. / MESM

Directora General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios

KMF/FRC /ada

sc

Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios
(DIGEMAPS)

“Año del Fomento de la Vivienda”

- **Abott**

Productos	Cantidad	Presentación
Similac Immunity	5	Lata 400g
Similac Total Comfort	5	Lata 360g
Similac Sensitive sin lactosa	5	Lata 375g
Similac Formula de Inicio	1 caja de 24 frascos	59ml
Elecare	5	Lata 400g

- **NutriBen**

Productos	Cantidad	Presentación
Crema de Arroz sin Gluten	5	Cajas 300g
8 cereales con miel fibra	5	Cajas 300g
Cereales sin gluten maíz arroz	5	Cajas 300g
Crecimiento (trigo avena)	5	Cajas 300g
Leche de inicio natal	5	Lata 400g
Formula de soya sin lactosa	5	Lata 400g
Leche de inicio hipo alérgica AC	5	Lata 400g
Papilla de inicio fruta, maíz, arroz, sin gluten	5	Cajas 300g

- **Arla**

Productos	Cantidad	Presentación
M1 Formula láctea	5	Lata 400g
M2 formula láctea C.	5	Lata 400g
M1 Gold Formula Infantil	5	Lata 360g
M2 Gold Formula Seguimiento	5	Lata 360g

- **Babino**

Productos	Cantidad	Presentación
Babino Gold 1	5	Lata 400g
Babino Gold 2	5	Lata 400g
Babino Gold 3	5	Lata 400g
Babino H.A.	5	Lata 400g

Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios
(DIGEMAPS)

“Año del Fomento de la Vivienda”

- **Baltimore Dominicano (Baldom)**

Productos	Cantidad	Presentación
Oli Compota Frutas Mixtas	5	Frascos 113g
Oli Compota Ciruela	5	Frascos 113g
Oli Compota Frutas Tropicales	5	Frascos 113g
Oli Compota Melocotón	5	Frascos 113g
Oli Compota Guayaba	5	Frascos 113g
Oli Compota Manzana Piña	5	Frascos 113g
Oli Compota Zanahoria Naranja	5	Frascos 113g

- **Álvarez & Sánchez (Compotas Heinz)**

Productos	Cantidad	Presentación
Heinz Colado Banana	5	Frascos 113g
Heinz Colado Postre de frutas	5	Frascos 113g
Heinz Colado Guayaba	5	Frascos 113g
Heinz Colado Mango	5	Frascos 113g
Heinz Colado Pera	5	Frascos 113g
Heinz Colado Melocotón	5	Frascos 113g
Heinz Colado Ciruela Pasa	5	Frascos 113g
Heinz Colado Manzana	5	Frascos 113g

- **Chupetín Cereales Infantil**

Productos	Cantidad	Presentación
Cereal Infantil 3 Cereales con frutas	5	Lata 300g
Cereal Infantil 5 Cereales	5	Lata 300g
Cereal Infantil Trigo con Miel	5	Lata 300g
Cereal Infantil Arroz	5	Lata 300g

- **Chupetín Fácil Pack Compota**

Productos	Cantidad	Presentación
Compota Coctel de Frutas	5	Fácil Pack 113g
Compota Manzana	5	Fácil Pack 113g
Compota Banana	5	Fácil Pack 113g
Compota Postre de Frutas	5	Fácil Pack 113g

Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios
(DIGEMAPS)

“Año del Fomento de la Vivienda”

- **Chupetín Frascos Compota**

Productos	Cantidad	Presentación
Compota Ciruela	5	Frascos 113g
Compota Frutas Mixtas	5	Frascos 113g
Compota Melocotón	5	Frascos 113g
Compota Naranja Zanahoría	5	Frascos 113g

- **Chupetín Frascos Compota**

Productos	Cantidad	Presentación
Compota Frutas Tropicales	10	Fácil Pack 148g
Compota Manzana Guineo	10	Fácil Pack 148g

- **Batimore Dominicana (Baldom)**

Productos	Cantidad	Presentación
Compota de Manzana	5	Fácil Pack 113g
Compota Coctel de Frutas	5	Fácil Pack 113g
Compota de Pera	5	Fácil Pack 113g
Compota de Banana	5	Fácil Pack 113g

- **Batimore Dominicana (Baldom)**

Productos	Cantidad	Presentación
Cereal Crema de Arroz sin Gluten	5	Cajas 300g
Buenas Noches Verduras a la crema	6	Frascos 190gr
Buenas noches Guisantes Tiernos Jamón Cocido	8	Frascos 190gr
Natur Zanahoria Baby T.	6	Frascos 235g
Natur Arroz con pollo	6	Frascos 235g
Natur Verduritas Deliciosas de pavo	6	Frascos 235g
Hero Baby Manzana	6	Frascos 115g
Hero Baby Pera y Platano	6	Frascos 115g
Hero Baby Frutas	6	Frascos 115g
Hero Baby Coctel de Frutas	6	Frascos 115g
Hero Baby Meri. Melocoton	5	2x130g
Hero Baby Meri. Natillas	5	2x130g



Comisión Nacional
de Lactancia Materna



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas