

neuromarketing y conflicto de interés que violan el Código de sucedáneos de leche materna



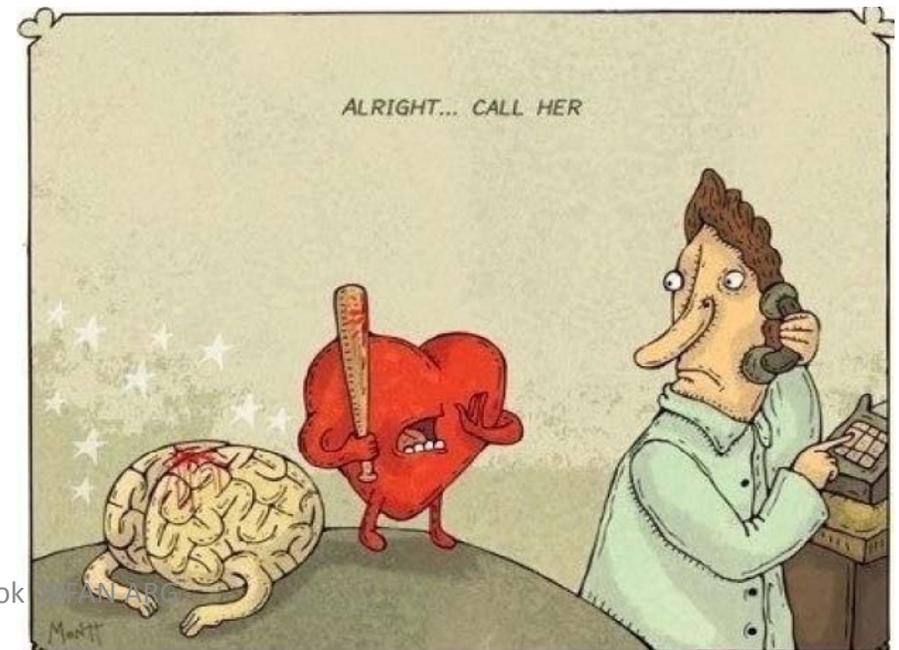
Dra Patricia Barrios Skrok

IBFAN ARG - SUBCOMISION LACTANCIA – MI PBA

Quien toma las decisiones?



- REALMENTE CREES QUE TOMAS TUS PROPIAS DECISIONES RAZONANDO?

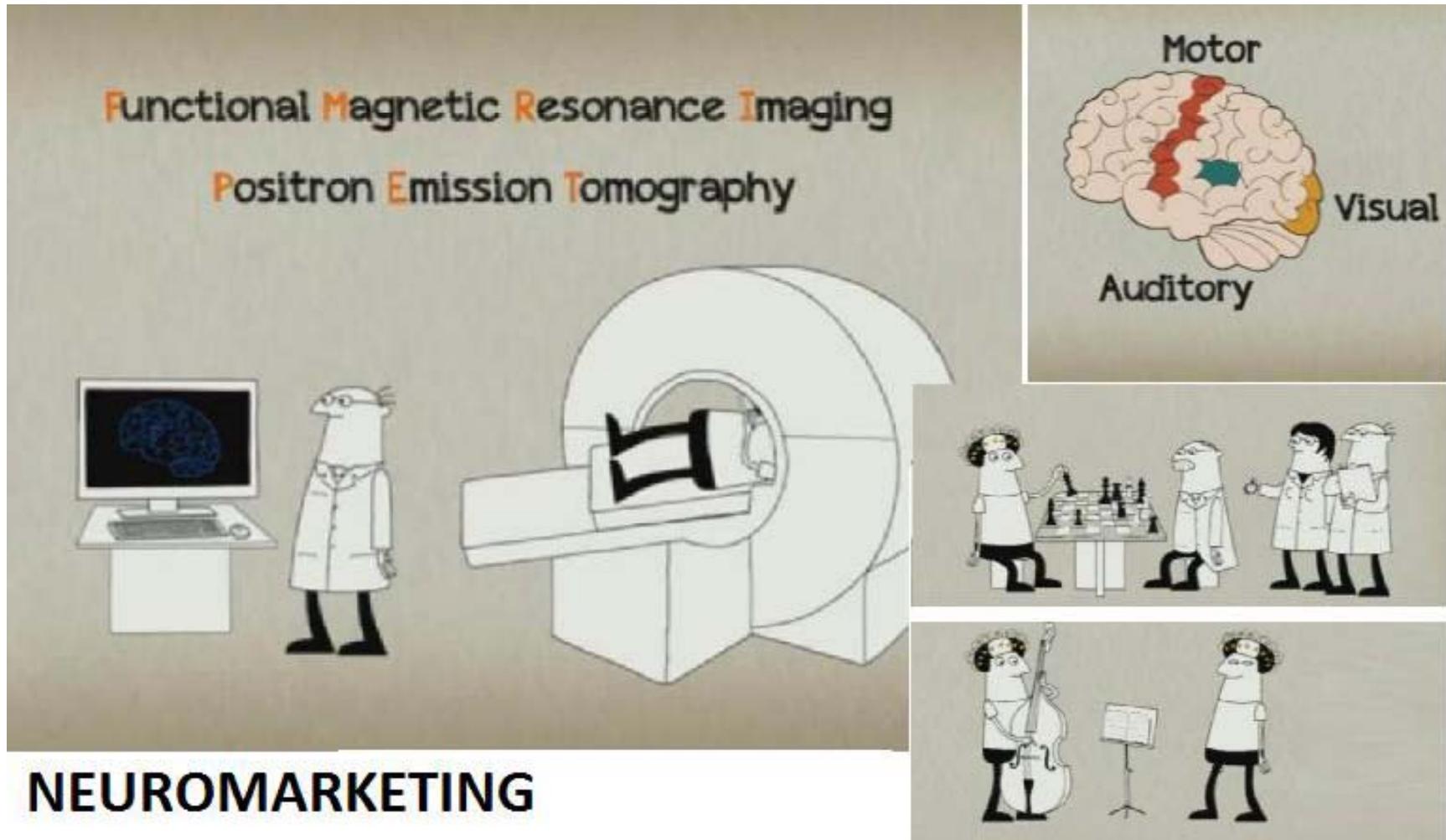


Que es el neuro marketing



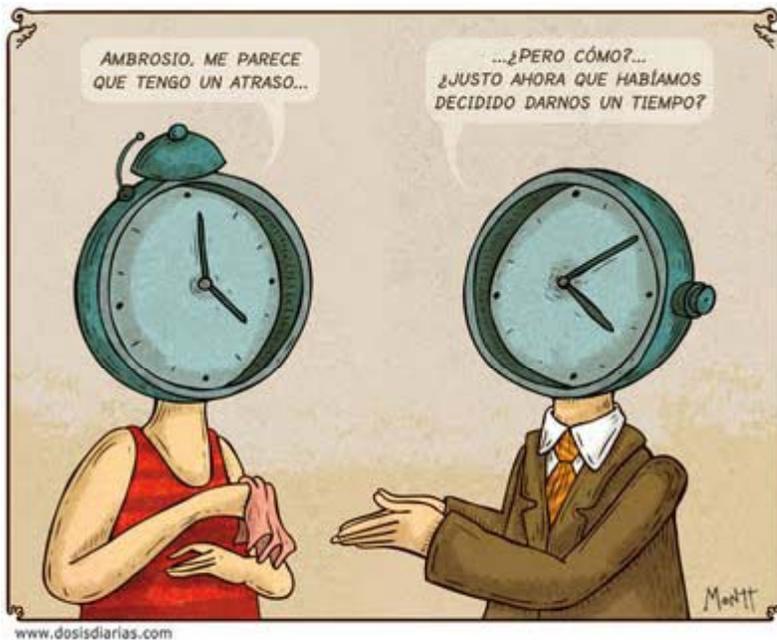
- neurociencia + **marketing**, (investigan segmentan – estrategia)
- Que efectos tienen sobre el cerebro la publicidad y otras acciones comunicativas
- SE PUEDE predecir la conducta de los consumidores?

Observan nuestra conducta



Sensibilización : subconsciente

Martin Lindstrom calculo que a los 66 años hemos visto mas de 2.000.000 de anuncios, lo cual supone una media de 8 horas de anuncios televisivos, durante los 5 días en semana durante 6 años.





- **NEURONAS ESPEJO:** Bostezo, empatía.

- **NEUROTRANSMISORES**

- **Función y personalidad:**

Dopamina: PSICOTICISMO (DOPAMINA) AGRESIVIDAD

Norepinefrina: Mariposas en estomago, dilata pupila
EXTROVERSION (ADRENALINA) ACCION

Serotonina exaltación y euforia;

y la **oxitocina** relaciona sexual y las conductas
maternal y paternal.

RED SOCIAL (F) descuentos, usan ADICCION a ser
MARCA (EGO)

MERCADEO CONTEXTUAL. USAN GPS para
detectar y conectarte con amigos para consumir.

ENTRAR A WEB QUE DETECTA PREFERENCIAS X
PERFIL

FUTURO: aprendizaje mediante juego de simulación





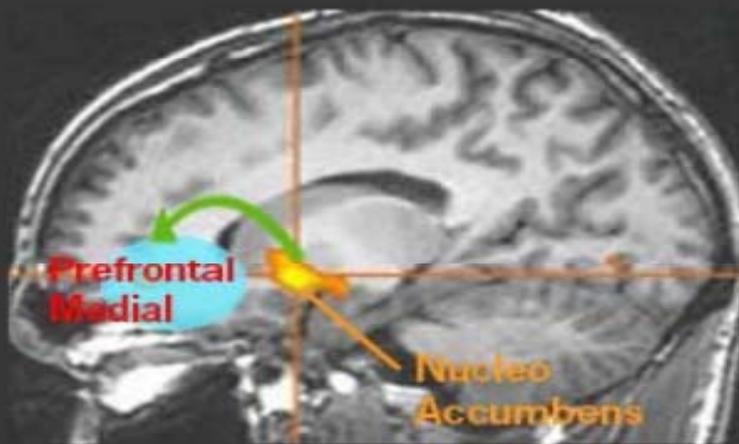
¿Víctimas de la manipulación mediática del marketing o no?



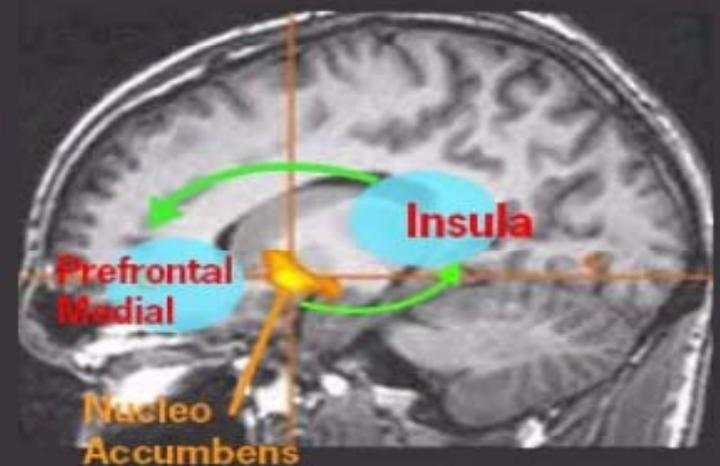
MIAMI AD SCHOOL PRO



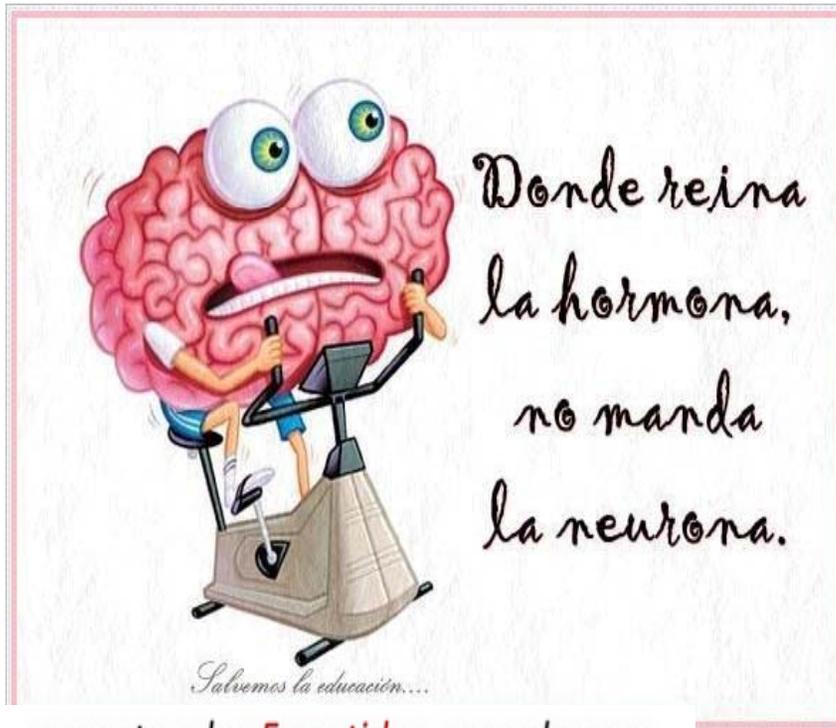
Circuito involucrado en la decisión de compra



Circuito implicado en el procesamiento de precios excesivos



Por preferencia se activa núcleo accumbens si hay desagrado se activa la insula procesada por la corteza prefrontal medial que integra las sensaciones de pérdida y ganancia, determinando la decisión de compra.



Los sentidos

- Recibimos 11 millones de items por seg.
- Procesamos solo 40 items por segundos el RESTO es en forma subconciente.

respecto a los **5 sentidos**, recordamos:

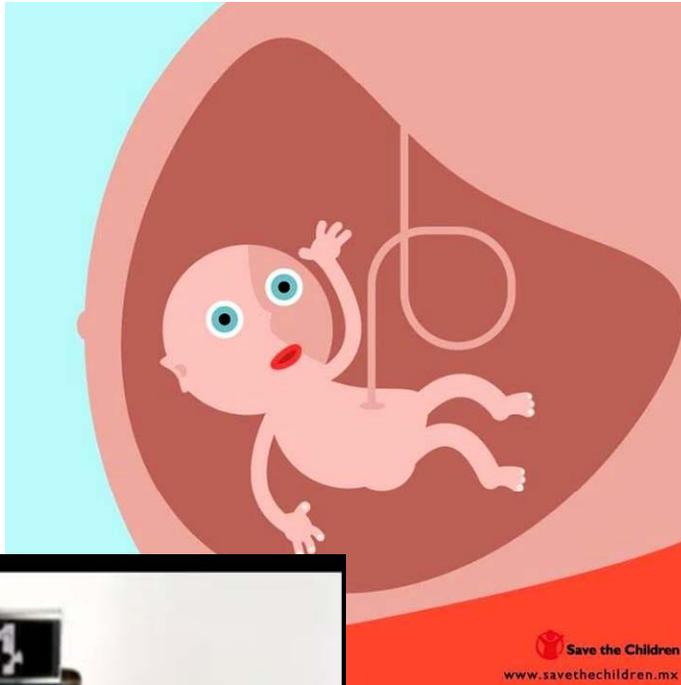
- 35% de lo que **olemos**
- 15% de lo que **saboreamos**
- 5% de lo que **vemos**
- 2% de lo que **oímos**
- 1% de lo que **tocamos**



EL 85% DE LAS
DECISIONES DE
COMPRA ES
SUBCONCIENTE

EMBARAZADA compran en
SUPER con **música agradable**
, hijos se relajan al entrar.

Desde cuando afecta el marketing?



- lo que consumen las mujeres embarazadas influye en los hábitos adultos del bebé.



líder del mercado de caramelos niños filipinos.

Ya nada es espontaneo



- La gente le gusta recordar el pasado y va x el subconsciente ,que llaman ECO (65% de las marcas.)
- DANONE - gusto del agua
- Una marca no es un producto, tiene un PODER EVANGELIZADOR (un enemigo poderoso, atractivo central que llama la atención y tiene promotores que saben contar historias.)
- UNA GENERACION DEL YA

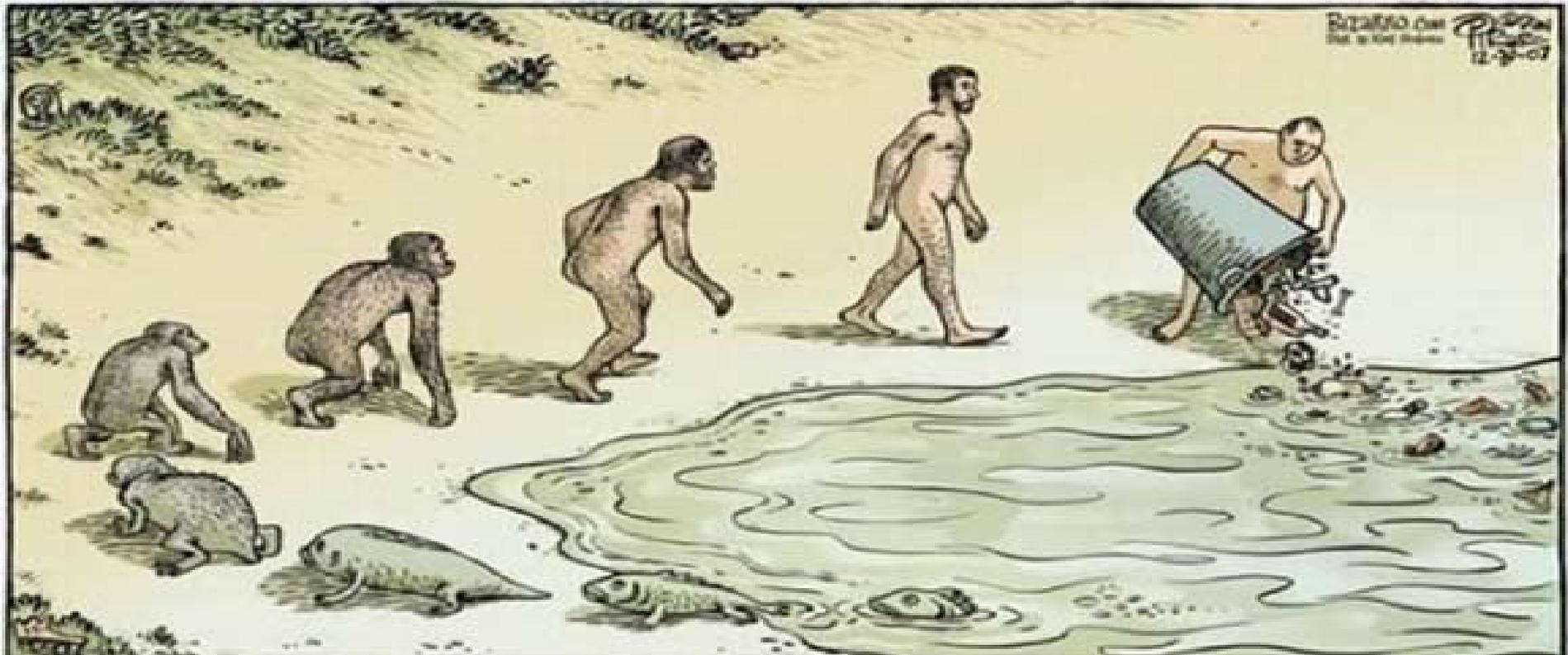


LA LACTANCIA MATERNA es durante toda la historia de la humanidad la forma en que biológicamente y antropológicamente nos ha permitido sobrevivir a otras especies.

Y además de trabajar para sostenerla, documentar lo que haces y protegerla es indispensable ...

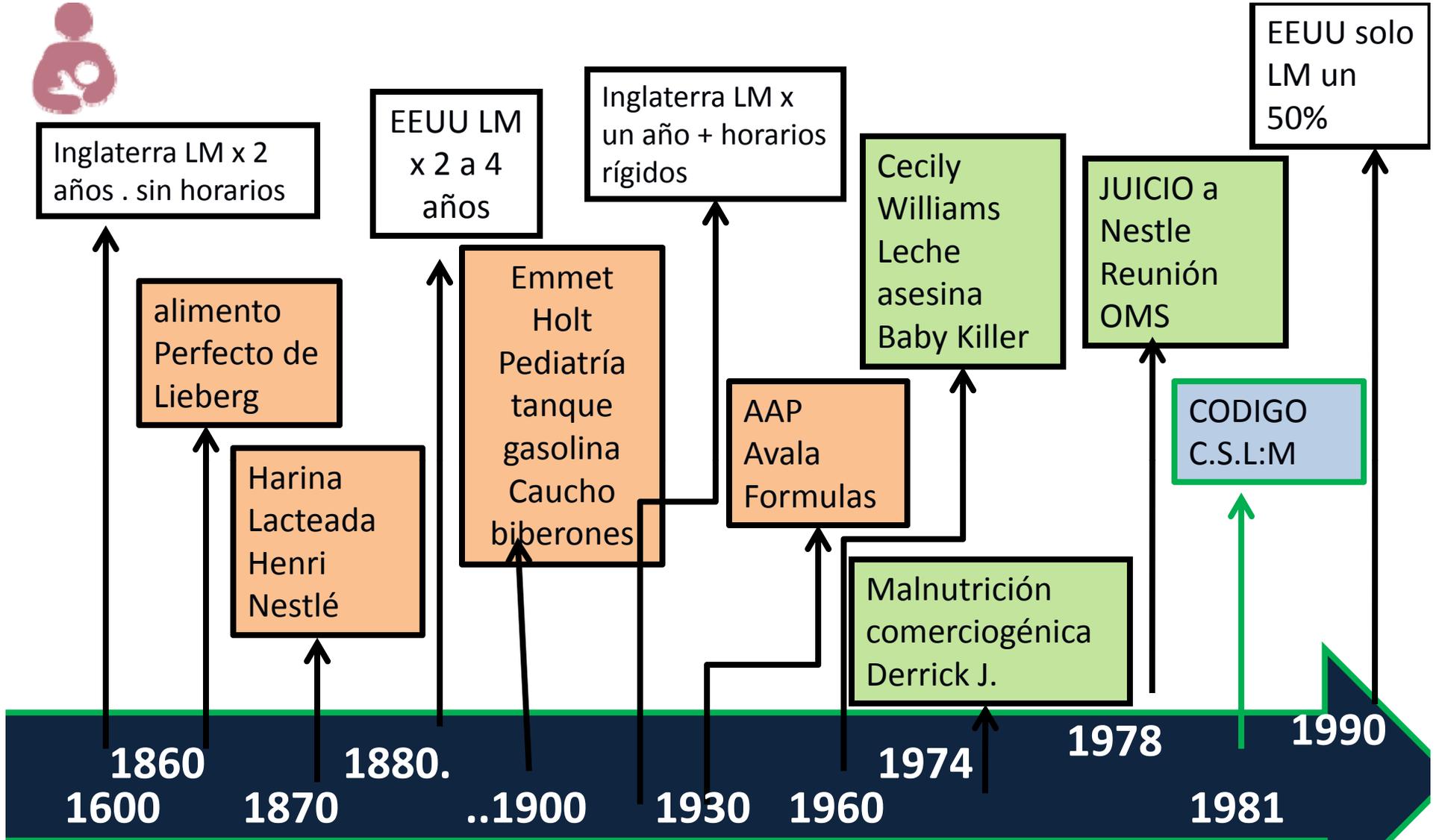
SI SALVA VIDAS, NO PROTEGERLA ES MORTAL.





¿Cuál es el costo social y económico de no amamantar?

- 50 a 60% de la mortalidad infantil
- 61% de las muertes por diarrea
- 53% de las muertes por neumonía
- Bajo peso al nacer: 4 a 14 veces mayor mortalidad infantil.
- 65% mayor repitencia escolar
- Menor productividad laboral



QUE BUSCA EL CODIGO DE SUCEDANEOS?

NUTRICION SEGURA

LACTANCIA
NATURAL

Uso correcto FA

Información
científica

Comercialización
no agresiva



Código de sucedáneos

1. OBJETIVO

- Protección, correcto uso e información

2. ALCANCES

- Alimentos de menores de 36MESES, bibe,chup.

3. DEFINICION

- Sucédáneos (leches, tetinas, complem)

4. INFORMAR

- Objetiva coherente, sin marca, control

5. PUBLICO

- Puntos ventas, contacto, regalos

6. SISTEMA SALUD

- Donacion sin marca, sin visitantes

7. AGENTES DE SALUD

- Saber, respetar, sin incentivos ni muestras

8. EMPLEADOS EMPRESA

- No incentivos, ni educar a clientes

9. ETIQUETAS

- Leyenda, lenguaje, informa riesgos,etc

10. CALIDAD

- Calidad adecuada sin aditivos toxicos

11. APLICACION

- Vigilancia y denuncia: observatorio



~~Tomme Tippee~~

Muy parecido al pecho materno

~~Tomme Tippee~~

Textura delicada closer to nature™

" (KEINE BABYERSATZNAHRUNG)

Dra Patricia Barrios Skrol

~~Tomme Tippee~~

Como el pecho materno

~~Tomme Tippee~~

Fiel succión closer to nature™

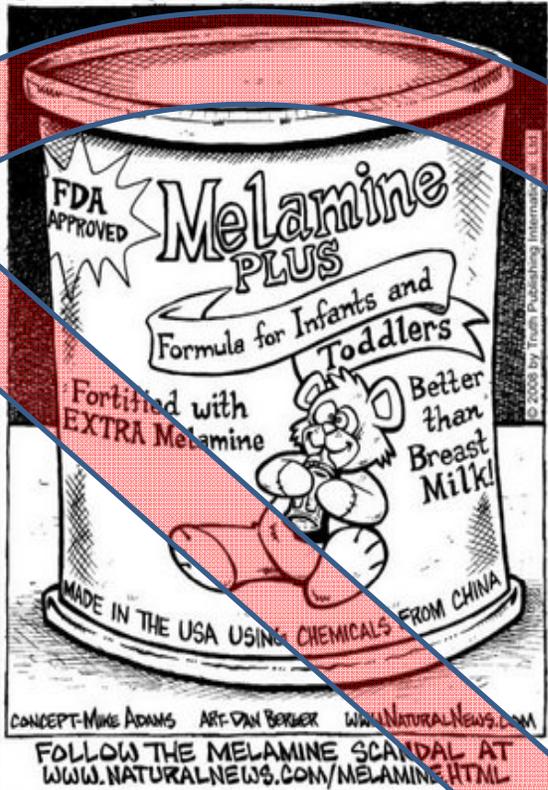
farmacia

en alimentación infantil
esta farmacia te da +
al precio que buscas

farmacia

marcas de confianza
proximidad, atención, consejo...

COUNTERTHINK - MELAMINE INFANT FORMULA



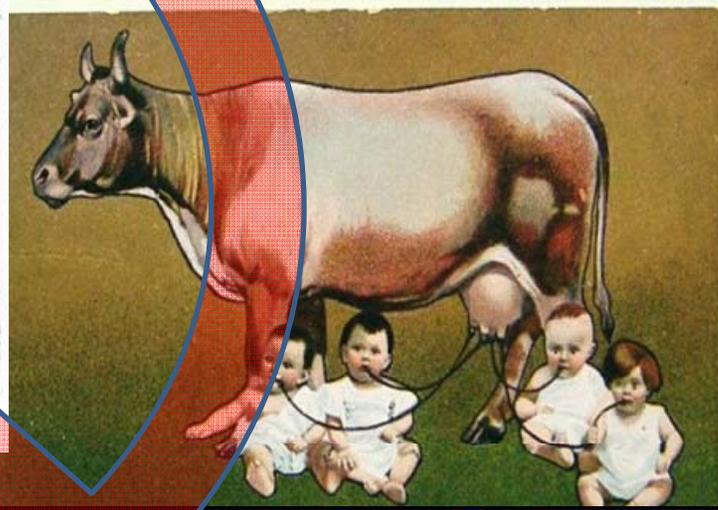
EN LA COMPRA DE UNA NIDO KINDER 1+ 1.600 gr. NESTLÉ **GRATIS** NIDO KINDER 1+ 360 gr. NESTLÉ

NIDO INSTANTÁNEA 840 gr. NESTLÉ **\$72⁵⁰**

NAN 3 1 a 3 años 800 gr. NESTLÉ **\$109⁰⁰**

EXCELLA GOLD NIDO 3 900 gr. **\$162⁹⁰**

PROGRESS GOLD 3 c/LUTEÍNA 400 gr. **\$79⁹⁰**



Similac

Similac MOM'S \$135K PAYDAY

PAY TO THE ORDER OF Amy Kaminski \$ 135.000,00

One hundred thirty-five thousand and 00/100 dollars

FOR Doing it all! From the makers of Similac

Dra Patricia Barrios Skrok IBFAN ARG
Acostumbramos pro

NUTRICIA · Bagó

Nº 1 EN NUTRICIÓN

Con el

de Inv

en

CRECER

Nutri

CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE NUTRICIÓN INFANTIL DE ALLIANDRO O'DONNELL



De Mamá
a Mamá

Consigue gratis este lote
de NIDINA 2, da tu opinión
y gana fantásticos premios

ESTE MES
PROBAMOS

Nestlé
NIDINA
PREMIUM

200
lotes de
REGALO



NOTA IMPORTANTE: La leche materna es la mejor para los bebés. Antes de utilizar una fórmula infantil conviene consultar a tu profesional de la salud.

HOY TE DEJO COMETER TUS PROPIOS ERRORES
PARA QUE MAÑANA DESCUBRAS TUS GRANDES ACIERTOS.

Todas tus decisiones en las primeras etapas de tu hijo influyen en su futuro.
Resolver algunas cosas solito la hace más perseverante.



Dra. Patricia Barrios Skrok IBFAN ARG

✓ SEMIDESCHEMADA

✓ CON PROBIÓTICOS

Nestlé WaterNes

Los más peques ya saben qué es lo bueno de ser realmente natural.

Pequeños detalles hacen mejor tu día.

Yoghurt Nestlé

Un poquito de mamá siempre

Únete en www.volvamonoslocos.com

Coca-Cola

Somos los locos que **creemos** en un futuro mejor.

¿Tu compañero de al lado se está durmiendo? Seguramente su bebé no está tomando

Dormir bien es vital para el desarrollo de los bebés y la tranquilidad de sus padres, por eso te presentamos la primera y única fórmula infantil en México que favorece el patrón de sueño de los bebés.

Nestlé NAN Buenas Noches y Felices Sueños

¿6 meses de papá y duermes 2 horas diarias?

Nestlé NAN Buenas Noches y Felices Sueños

Dra Patricia Barrios Skrok

Con **IMMUNOFORTIS** refuerza naturalmente el sistema inmune de tu bebé

¿Por qué comer Danonino cada día es tan importante para el crecimiento de tu hijo?

Porque Danonino concentra lo mejor de la leche.

El primer año en la vida de un niño se caracteriza por una elevada velocidad de crecimiento. Más

the perfect bottle

Convenient to use at home or on the go

Includes: 8 bottles, 1 nipple & ring

Similac FOR SUPPLEMENTATION

For breastfeeding moms who choose to introduce formula

Infant Formula with Iron

8-2 FL. OZ BOTTLES (1 PT) / 8-59 mL BOTTLES (472 mL)

IMMUNE SUPPORT BRAIN & EYE STRONG BOIES

Early Shield LUTEIN & DHA

DHA/ARA BIRTH TO 12 MONTHS DO NOT ADD WATER BREAST-MILK-BASED | READY TO FEED EXPERTS RECOMMEND BREASTFEEDING

For breastfeeding moms who choose to introduce formula

Practicas que desalientan la LME

Sociocultural

- Sexual. Pudor, Status

Económicos

- Sala lactancia, leyes, educación

Salud

- Interferir copap, inicio, aceptar regalos, LVE xrutinas

Propagandas

- Modernoso, seudocientifico

CONFLICTO DE INTERESES

El juicio de un profesional
INFLUENCIADO

1rio: salud paciente /
profesional

2daria: económico/ personal



MEDICO
INVESTIGADOR



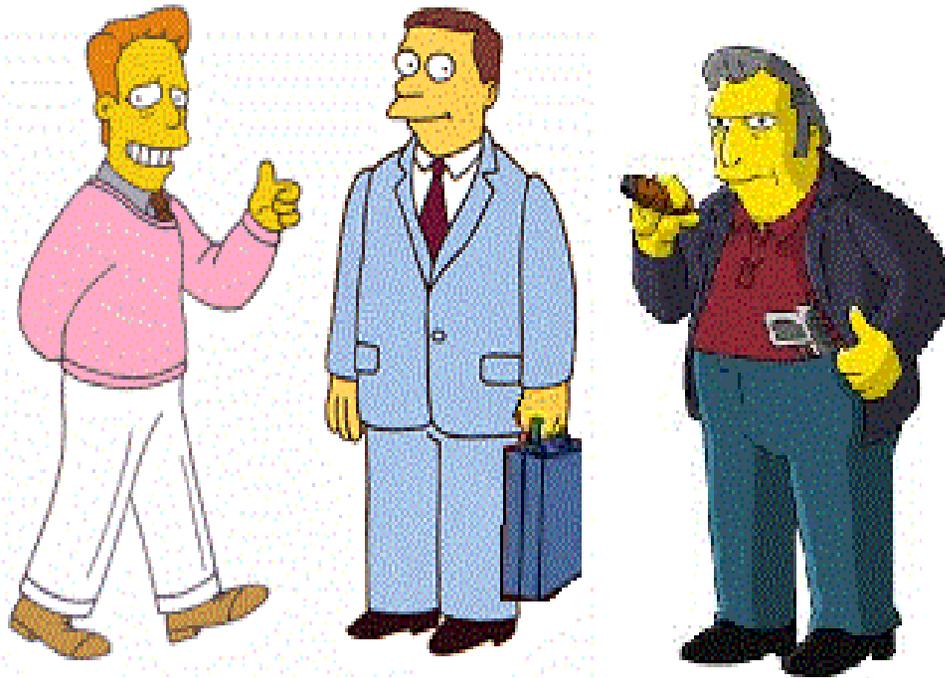
PACIENTE

INDUSTRIA FARMACEUTICA



el riesgo principal de esta relación consiste en una excesiva
“comercialización” de la propia ciencia

ASUMIR RESPONSABILIDADES DISMINUYE LOS CONFLICTOS DE INTERES



- UD CONTRATARIA PARA QUE LO DEFENDIERA EL MISMO ABOGADO DEL DELINCUENTE??

reconocer que los códigos de conducta profesionales

“Principles of Biomedical Ethics”
T. L. Beauchamp – J. F. Childress (1979)

NO DAÑAR

- no hacer nada malo a alguien aunque nos lo pida

JUSTICIA : equidad

- tratar a todos los seres humanos sin diferencias + consideracion y respeto

AUTONOMÍA

- Deciden por si solos

BENEFICIENCIA

- Proteger bienestar evitar riesgos

principios de no-dañar y de justicia, tendrían prioridad sobre

los de autonomía y beneficencia.

“Es bueno hacer lo que se debe” Kant.

- Somos la única especie que le **quita** la madre al bebe y la cambia por otro envase de menor calidad.
- Incluso la única que la **desvaloriza**, en vez de imitar.
- *"La ciencia sin la ética es ciega y la ética sin la ciencia es vacía".*
Kant



Sell them NOW!
BREAST MILK
\$20.00 per 4 ounces,
daily over two years
= \$14,600.00

¡Véndenlos ahora!
LECHE MATERNA
20 dólares por 4 onzas.



Comunicación, Marketing e Infancia



La autorregulación en industrias específicas: el caso del Código Internacional para la Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna*

Un marketing responsable desde el punto de vista de los derechos del niño exige la reevaluación y revisión de aquellas prácticas de marketing que dificulten el cumplimiento del derecho de los niños a la comida y la nutrición, así como a disfrutar de la mejor salud posible. Este es un tema crucial en el marketing de alimentos infantiles que puedan influir en la prevalencia y duración de la lactancia materna. En palabras de Stephen Lewis, antiguo Director:

Adjunto de UNICEF: "Aquellos que hacen afirmaciones sobre preparados para lactantes con la intención consciente de minar la confianza de las mujeres en la leche materna no deben ser considerados como empresarios inteligentes que se limitan a hacer su trabajo, sino como violadores de los derechos humanos de la peor calaña."**

Dra Patricia Barrios Skrok IBFAN ARG

Para proteger la lactancia natural, el Código Internacional prohíbe la promoción inadecuada de los sustitutos de la 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. Estas prácticas suelen afectar negativamente a las decisiones de las madres y a su capacidad para amamantar a sus bebés de manera óptima. El Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna³ y las posteriores resoluciones pertinentes de la Asamblea de la Salud son instrumentos fundamentales para regular y reducir las prácticas inadecuadas de comercialización.

En el informe se presenta el grado de aplicación del Código en los países

Para asegurar que el Código se lleva a efecto en los países es necesario conocer la situación relativa a su aplicación en cada país, los obstáculos que la dificultan y en qué áreas se necesita asistencia. La OMS, el UNICEF y la IBFAN han elaborado conjuntamente el primer informe mundial sobre la situación relativa a la aplicación del Código en 194 países.⁴ En este informe se explica la situación jurídica del Código, incluyendo el grado en que sus disposiciones se han incorporado en las medidas jurídicas nacionales. Además, se informa sobre los esfuerzos realizados por los países para vigilar y hacer cumplir el Código mediante el establecimiento de mecanismos oficiales.



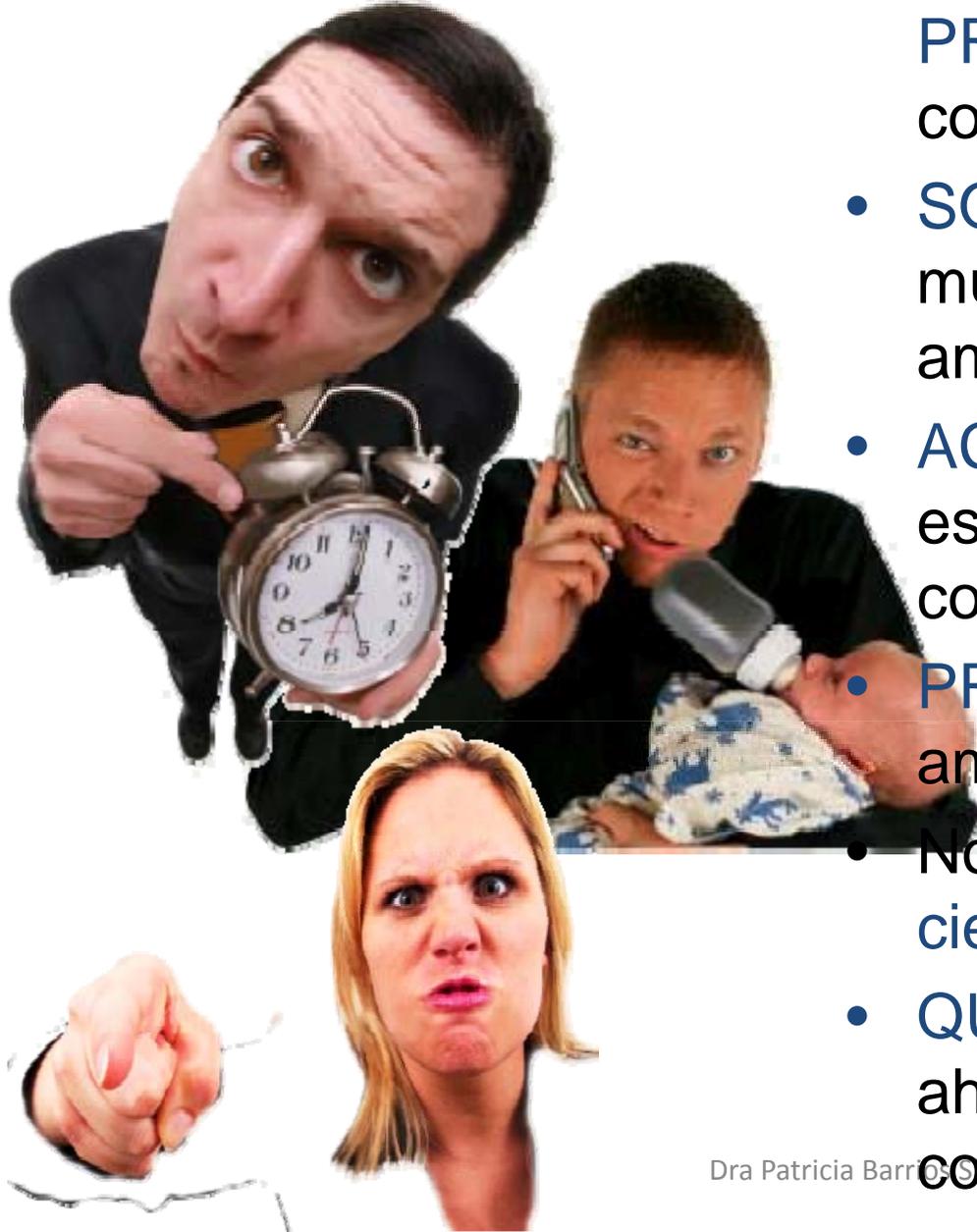
Los obstáculos a la aplicación, la vigilancia y control del cumplimiento

Los países siguen enfrentando obstáculos importantes que dificultan la aplicación del Código y de las posteriores resoluciones pertinentes de la Asamblea de la Salud. Algunos de los obstáculos son:

- la falta de voluntad política para incorporar el Código en la legislación y velar por su cumplimiento;
- la injerencia continua de los fabricantes y distribuidores en los esfuerzos de los gobiernos por establecer o reforzar las medidas de vigilancia y aplicación del Código;
- la ausencia de datos y conocimientos suficientes en cuestiones relacionadas con el Código;
- la coordinación insuficiente entre los responsables de la aplicación;
- las limitaciones nacionales e internacionales en cuanto a los recursos necesarios para la promulgación de legislación, su vigilancia y el control de su cumplimiento.

RESPONSABILIDAD como EVITAR AGENTE DE SALUD

- **COMPLICES NECESARIOS** de **PRESIONAR** a las madres a comprar formulas
- **SOCABAR** la **CONFIANZA** de las mujeres en su decisión de amamantar
- **ACEPTAR PROMOTORES** espontáneos para que “eviten complicaciones”
- **PROVOCAR** que se vea ofensivo amamantar o comparar.
- No tener en cuenta los beneficios **científicamente** comprobados
- **QUE** Diluyan las formulas para ahorrar dinero sin medir las **consecuencias**





1 de cada 4 bebés nace por cesárea. Los bebés nacidos por cesárea tienen mayor riesgo de infecciones gastrointestinales¹.

¿Y si pudieras reducirlo en un 46%?

B **NIDINA CON BL**
ayuda en los casos de nacimiento por cesárea, introduciendo bifidobacterias en la flora intestinal de los lactantes¹

B **ESPGHAN**
La Sociedad Europea de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica reconoce la eficacia del BL para la prevención de las infecciones gastrointestinales² con una reducción del 46% del riesgo.

B **Premiun** contiene el componente de

PROTECCIÓN N
Demostrada para TODOS

NIDINA PREMIUN

AEP

Documentación destinada a los profesionales de la salud

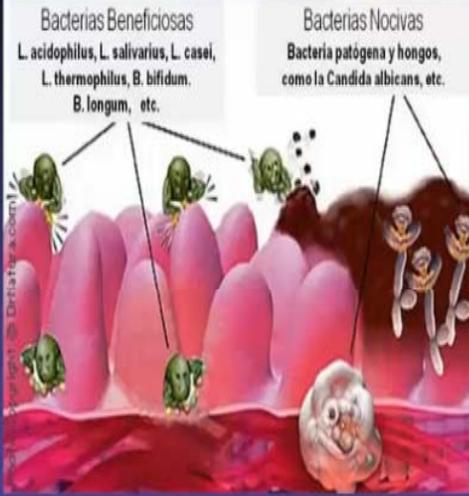
Nota importante: La leche materna es el mejor alimento para el lactante durante los primeros meses de su vida y, cuando sea posible, será preferible a cualquier otro alimentación

www.espepediatria.org

imagen extraída de telasmos.org, museo de la lactancia

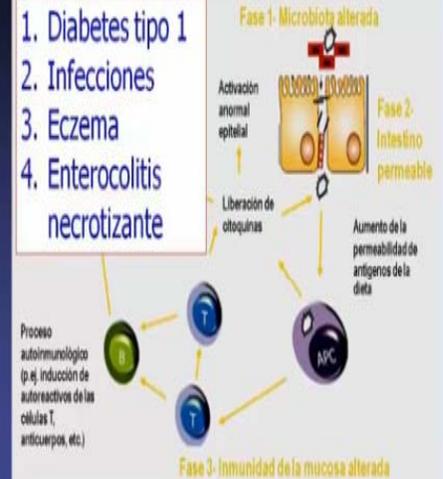
Dra Patricia Bar

La bacteria comensal "Buena"



Fórmula Causa Enfermedades

1. Diabetes tipo 1
2. Infecciones
3. Eczema
4. Enterocolitis necrotizante



Flora fecal según la dieta

Lactantes con lactancia exclusiva (n=6)		Lactantes con alimentación mixta (n=12)		Lactantes alimentados con fórmula (n=6)	
Especies	No.	Especies	No.	Especies	No.
<i>Lactobacillus casei</i> sb <i>casei</i>	2	<i>Bifidobacterium longum</i>	10	<i>Bifidobacterium suis</i>	4
<i>Lactobacillus salivarius</i>	1	<i>Bifidobacterium bifidum</i>	8	<i>Bifidobacterium globosum</i>	3
<i>Lactobacillus casei</i> sb <i>ranosus</i>	1	<i>Bifidobacterium catenulatum</i>	6	<i>Bacteroides fragilis</i>	2
<i>Lactobacillus gasseri</i>	1	<i>Bifidobacterium adolescentis</i>	4	<i>Bacteroides thetaiotaomicron</i>	1
<i>Lactobacillus plantarum</i>	1	<i>Bifidobacterium infantis</i>	3	<i>Clostridium ramosum</i>	3
<i>Lactobacillus fermentum</i>	1	<i>Bifidobacterium breve</i>	2	<i>Clostridium clostridioforme</i>	2
<i>Streptococcus waineri</i>	3	<i>Staphylococcus epidermidis</i>	6	<i>Clostridium innocuum</i>	1
<i>Streptococcus anginosus</i>	2	<i>Bacteroides vulgatus</i>	5	<i>Clostridium sporogenes</i>	1
<i>Streptococcus agalactiae</i>	1	<i>Bacteroides ovatus</i>	2	<i>Clostridium carnis</i>	1
<i>Streptococcus salivarius</i>	1	<i>Escherichia coli</i>	12	<i>Clostridium freudii</i>	1
<i>Streptococcus sp</i>	1	<i>Enterococcus faecalis</i>	4	<i>Clostridium spiriforme</i>	1
<i>Clostridium perfringens</i>	1	<i>Veillonella dispar</i>	2	<i>Clostridium xylanolyticum</i>	1
<i>Propionibacterium acnes</i>	2	<i>Veillonella atypica</i>	2	<i>Staphylococcus haemolyticus</i>	1
<i>Actinomyces neui</i>	1			<i>Staphylococcus aureus</i>	1
<i>Anthobacter globiformis</i>	1			<i>Staphylococcus saprophyticus</i>	1
				<i>Bacillus subtilis</i>	2
				<i>Rothia dentocariosa</i>	1
				<i>Coriobacterium sp</i>	2
				<i>Brevibacterium iodinum</i>	1
				<i>Saccharomonas spor</i>	1
				<i>Eubacterium sp</i>	1
				<i>Phaenarctobacterium faecium</i>	1

Harmsen, H, et al. J Ped Gastroenterology & Nutrition. 2000;30:6.

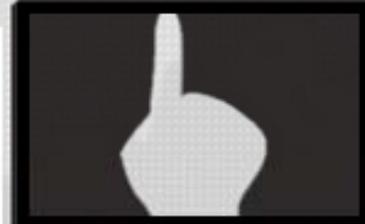
PROHIBIDO



Muestras gratis de productos o artículos seudopromocionan la lactancia materna.



venta directa rebajas de promoción de descuento



Declaraciones de propiedades saludables y nutricionales en los anuncios y etiquetas, sin aviso IMPORTANTE!!



promoción engañosa información incorrecta



minando la superioridad de la Lactancia o idealizar el USO de sucedaneos



anuncios de televisión



Comidas, regalos y becas a los agentes de salud.

con o sin etiquetas de marca, los bienes materiales dados a la opinión pública todavía violan el código

PREVENCIÓN

EVITAR SOCAVAR LA LACTANCIA, PROMOCIONAR LA FORMULA o SUSTITUIR EL AMAMANTAMIENTO

INFORME : EN QUE FECHA LO ENCONTRO, DONDE, QUE PRODUCTO SE REFIERE, CUAL ES LA MARCA, QUE COMPAÑÍA, QUE TIPO DE MERCADEO (CARTEL, DONACION, FOLLETO, PUBLICIDAD, MUESTRAS, ETIQUETAS, REGALOS A MADRES O PROFESIONALES, ETC)



NO CONFRONTE CON LA
EMPRESA REALICE LA
DENUNCIA AL GARANTE
NACIONAL.

SI UN NIÑO O NIÑA RECIBE LECHE
MATERNA COMO PRIMER ALIMENTO



•Estará protegido
de enfermedades
infecciosas.



•Desarrollará su
sistema digestivo.



•Estos beneficios
se extienden por
meses.

Gracias por cuidar su
derecho a ser sano.

Denuncias

enviar por correo a

lactancia.pmi.pba@gmail.com

DENUNCIAS

observatoriocodigo@dinami.gov.ar

[www.ibfan-](http://www.ibfan-alc.org/denuncias.php)

[alc.org/denuncias.php](http://www.ibfan-alc.org/denuncias.php)

ó

publicidad@anmat.gov.ar