



Publicado en Internet:
26-mayo-2025

Enara Legarda-Ereño Rivera:
enara.legarda-erenorivera@osakidetza.eus

Comunicación. Miscelánea

Análisis del conocimiento y concienciación sobre determinantes comerciales de la salud en Pediatría

Enara Legarda-Ereño Rivera^a, Ainhoa Zabaleta Rueda^b, María Unsain Mancisidor^c

^aHospital Universitario Donostia. San Sebastián. Guipúzcoa. España.

• ^bCS Pasaia San Pedro. Pasaia. Guipúzcoa. España.

• ^cCS Hernani. Hernani. Guipúzcoa. España.

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Los determinantes comerciales de la salud (DCS) son las actividades del sector privado que afectan a la salud, directa o indirectamente, positiva o negativamente. Los DCS afectan a toda la población, siendo la población pediátrica la más vulnerable. Un ejemplo es la comercialización de fórmulas comerciales infantiles (FCI). El marketing de FCI es un sistema de influencia multifacético, sofisticado, poderoso y con muchos recursos que genera demanda y ventas de sus productos a expensas de la salud y los derechos de las familias, mujeres y niños. Este marketing se dirige también a profesionales sanitarios y establecimientos científicos y los conflictos de interés generados amenazan su integridad e imparcialidad.

En 1982 se creó el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (CICSLM) para proteger a las familias de las tácticas agresivas de la industria de FCI. Sin embargo, las violaciones al código nunca han cesado y en la legislación española se incluyen solamente algunas disposiciones del código.

El objetivo es estudiar el conocimiento sobre los DCS entre los pediatras de la provincia.

METODOLOGÍA

Es un estudio descriptivo, observacional, mediante una encuesta de Google Forms, en la que se recogen los datos en SPSS. Se ha encuestado a pediatras de Atención Primaria (AP), hospitalarios y residentes de Pediatría.

RESULTADOS

Se han recogido 82 encuestas: el 85,4% son mujeres y el 56,1% trabajan en AP.

Solo el 24,4% está familiarizado con el concepto de DCS y consideran que la industria les influye en su actividad asistencial (del 1 al 10) una mediana de 4 [2-6].

El 90,2% tuvo su primera experiencia con un visitador médico durante la residencia. El 100% ha recibido obsequios de la industria farmacéutica (el 97,5% en el último año) (**Tabla 1**).

El 57% de los encuestados evita poner publicidad en sus consultas, aunque al realizar la encuesta, un 80% tenía algún objeto con publicidad.

Solo un 25% de los encuestados conoce el CICSLM. El 13,8% no recibe muestras gratuitas de FCI, y un 10,5% decide no ofrecerlas.

El 92,7% de los encuestados afirma que se debería instruir más sobre los DCS durante la residencia.

CONCLUSIONES

Un cuarto de los encuestados conoce los conceptos DCS y el CICSLM, y se continúan violando sus directrices en nuestra provincia.

La mitad aproximadamente cree que las visitas comerciales interrumpen su actividad asistencial, retrasan las consultas

Tabla 1. Influencia de las visitas de los comerciantes en las consultas

Reciben visitas	98,5%
Atiende en consulta	85,7%
Atiende en pasillo/lugar predeterminado	6,3%/6,3%
Atiende en horario predeterminado	20,6%
Siente obligación de interrumpir la consulta	48,4%
Considera que retrasan la consulta	60,9%
Ha considerado rechazar visitas comerciales	50%
Conversaciones con compañeros sobre rechazar visitas	24%

Cómo citar este artículo: Legarda-Ereño Rivera E, Zabaleta Rueda A, Unsain Mancisidor M. Análisis del conocimiento y concienciación sobre determinantes comerciales de la salud en Pediatría. Rev Pediatr Aten Primaria Supl. 2025;(34):e140-e141.

y ha considerado rechazarlas. Un 57% de los pediatras intenta evitar poner publicidad, aunque solo un 20% lo cumplía al realizar la encuesta.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no presentar conflictos de intereses en relación con la preparación y publicación de este artículo.

ABREVIATURAS

AP: Atención Primaria • **CICSLM:** Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna • **DCS:** determinantes comerciales de la salud • **FCI:** fórmulas comerciales infantiles.