

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FACULDADE DE MEDICINA

CURSO DE NUTRIÇÃO

ALUNA: JENIFER EVANGELISTA BORGES BELISÁRIO

Infrações na comercialização de fórmulas infantis, bicos, chupetas e mamadeiras em
supermercados em Uberlândia, Minas Gerais

Orientadora: Ana Elisa Madalena Rinaldi

Uberlândia-MG

2023

Título: Infrações na comercialização de fórmulas infantis, bicos, chupetas e mamadeiras em supermercados em Uberlândia, Minas Gerais

Título em inglês: Violations in the marketing of infant formulas, teats, pacifiers and bottles in supermarkets in Uberlândia, Minas Gerais

Autores:

1. Jenifer Evangelista Borges Belisário; Bruna Souza Pereira, Islésia da Silva Oliveira; Camila Abadia Rodrigues Meira; Leandro Alves Pereira; Antônio Marcos Machado de Oliveira; e Ana Elisa Madalena Rinaldi
2. Curso de Nutrição, Faculdade de Medicina, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, Minas Gerais;

Resumo

Objetivo: Verificar a presença de infrações na comercialização de fórmulas infantis para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras nos supermercados em Uberlândia-MG. **Métodos:** Estudo transversal cuja amostra foi composta por 140 supermercados localizados nos cinco setores geográficos do município (28 no setor norte, 27 sul, 33 oeste, 31 leste, 21 central). As violações na comercialização foram analisadas utilizando-se um questionário no qual foram descritos os produtos comercializados (fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes, mamadeiras, bicos, chupetas), a presença de quaisquer tipos de promoção comercial (exposição e apresentação especial, brindes, ofertas, cupons de desconto, venda casada) e marcas comerciais. As infrações observadas foram descritas em frequências absolutas e relativas e foi realizado teste qui-quadrado para comparar a presença de infrações segundo setor geográfico e tipo de administração do supermercado (rede; independente). **Resultados:** Houve variação entre as regiões na disponibilidade de produtos, sendo a região central a que mais concentrou supermercados que vendiam os produtos infantis pesquisados. A presença dos produtos nos supermercados foi superior naqueles que pertenciam à rede comercial. Foram verificadas promoções comerciais para fórmulas infantis para lactentes e seguimento de lactentes em 0,7% dos estabelecimentos. Para mamadeiras, o percentual de promoção foi de 7,9% (marcas: Fiona[®], Lolly[®], Kuka[®], Lillo[®]). Para bicos, o percentual foi de 2,2% (Kuka[®], Lillo[®], Neopan[®]) e para chupetas, 5,7% (Cefisa[®], Fiona[®], Kuka[®], Lolly[®], Lillo[®]). **Conclusão:** As infrações ainda acontecem e são um problema para a amamentação. Estratégias para fiscalização e propagação da NBCAL são fundamentais para a redução das infrações.

Palavras chaves: Aleitamento materno, alimentos infantis, infrações.

Abstract

Objective: To verify the presence of infractions in the commercialization of infant formulas, teats, pacifiers and baby bottles in supermarkets in Uberlândia-MG. **Methods:** Cross-sectional study whose sample consisted of 140 supermarkets located in the five geographic sectors of the municipality (28 in the north sector, 27 in the south, 33 in the west, 31 in the east and 21 in the central sector). Violations in commercialization were analyzed using a questionnaire in which the products marketed (infant formulas for infants and follow-up formulas for infants, baby bottles, teats, pacifiers), the presence of any type of commercial promotion (exhibition and special presentation, gifts, offers, discount coupons, tie-in sales) and trademarks. The observed infractions were described in absolute and relative frequencies and a chi-squared test was performed to compare the presence of infractions according to geographic sector and type of supermarket administration (chain; independent). **Results:** There was variation between regions in the availability of products, with the central region being the one that most concentrated supermarkets that sold the children's products surveyed. The presence of products in supermarkets was higher in those belonging to a commercial network. Commercial promotions for infant formulas and infant follow-up formulas were verified in 0.7% of the establishments. For baby bottles, the promotion percentage was 7.9% (brands: Fiona®, Lolly®, Kuka®, Lillo®). For teats, the percentage was 2.2% (Kuka®, Lillo®, Neopan®) and for pacifiers, 5.7% (Cefisa®, Fiona®, Kuka®, Lolly®, Lillo®). **Conclusion:** Infractions still happen and they are a problem for breastfeeding. Strategies for enforcement and propagation of NBCAL are fundamental for the reduction of those violations.

Introdução

Apesar dos vários benefícios que a amamentação traz, não apenas à saúde do bebê como também à da mãe, esta prática ainda compete com um mercado gigantesco de substitutos do leite materno, que tem crescido cada vez mais.¹ Esse crescimento é explicado pelos investimentos bilionários dessas indústrias no marketing de seus produtos que transmitem a mensagem distorcida e equivocada de que as fórmulas são equiparáveis ou até superiores ao leite materno. Com isso, ignoram e escondem o fato de que essa escolha pode trazer consequências negativas em âmbitos econômicos, ambientais e, principalmente, na saúde dos bebês.¹ Segundo Baker *et al.* (2020) os pais nem sempre possuem autonomia sobre a alimentação dos seus filhos, pois estão sob influência da globalização das indústrias e das suas estratégias de marketing, além de terem um apoio limitado à amamentação por parte dos profissionais de saúde e também pela sociedade, que não protege devidamente à maternidade e tão pouco apoiam a amamentação de modo efetivo.²

Diante do crescente mercado de substitutos do leite materno, em 1974, a Assembleia Mundial de Saúde se reuniu com os países signatários com a finalidade de tomar medidas para promover o aleitamento materno e evitar práticas que prejudicassem a amamentação e a alimentação das crianças.³ Em 1981, a Organização Mundial de Saúde (OMS) criou o Código Internacional de Substitutos do Leite Materno com o objetivo de combater as práticas de marketing que podem influenciar nas escolhas das mães quanto ao processo de amamentar, além de garantir que informações seguras sobre os alimentos infantis pudessem ser transmitidas de forma apropriada.³

Como forma de proteção ao aleitamento no Brasil e acompanhando a OMS, em 1988 foi criada a primeira versão da Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para Lactentes (NBCAL), que regulamenta o comércio destes produtos.⁴ Essa norma passou por revisões em 1992, 2001 e 2002, até que, em 2006, foi estabelecida como Lei Federal nº 11.265/2006 e em 2018 foi regulamentada pelo Decreto 9.579/18, dispondo acerca do marketing dos produtos que interferem na amamentação, de modo a evitar irregularidades e exageros das empresas que produzem e comercializam esse tipo de alimento.⁴
⁵ A fiscalização da Lei é de responsabilidade da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) juntamente com as vigilâncias estaduais e municipais,⁶ no entanto, esse monitoramento ainda está longe do ideal.⁷

O último monitoramento realizado pela ANVISA foi em 2006 e nele, foram encontradas diversas violações à NBCAL.^{7,8} Um monitoramento realizado em 2014 pela (Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar - *International Baby Food Action Network* (IBFAN) juntamente com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) encontrou 114 infrações à Lei nº 11.265/2006 em cinco estados brasileiros. Dessas violações, 95,6% estavam relacionadas à comercialização indevida, promoções ilegais e à publicidade dos produtos regulamentados pela NBCAL.⁹ O último monitoramento

realizado no país pela IBFAN em parceria com o IDEC ocorreu no ano de 2020 e também foram encontradas diversas infrações à NBCAL.¹⁰

Em Mossoró, Rio Grande do Norte, foi realizado estudo transversal no ano de 2016 que verificou a comercialização de produtos regulamentados pela NBCAL nos estabelecimentos comerciais da cidade, encontrando irregularidades em 72% deles.¹¹ O estudo de Silva et al (2020) tinha como objetivo avaliar a comercialização de fórmulas infantis, bicos, mamadeiras e protetores de mamilo em estabelecimentos comerciais no município do Rio de Janeiro. As principais irregularidades encontradas estavam relacionadas à promoção comercial indevida de fórmulas infantis, mamadeiras e bicos. Esses produtos apresentavam desconto de preço além da exposição especial.⁷

No Brasil, ainda existem poucos estudos realizados que analisam o cumprimento da lei nº 11.265/2006, e embora os monitoramentos da IBFAN sejam de grande importância para investigar o cumprimento da NBCAL, eles não são realizados com frequência, o que dificulta o acompanhamento e fiscalização da lei. O último monitoramento realizado no país foi promovido pela IBFAN em parceria com o IDEC entre julho e outubro de 2020. Nesse monitoramento foram incluídas lojas físicas e online, analisando redes sociais, sites de farmácias, supermercados, fabricantes e até os *marketplaces* e foi encontrado 390 infrações à NBCAL.¹² Em função de não termos um panorama nacional sobre o cumprimento da NBCAL, a soma de estudos regionais pode minimizar esta lacuna e gerar ações que inibam as infrações. Desta forma, o objetivo desse estudo foi analisar a presença de infrações na comercialização de fórmulas de nutrientes para recém-nascidos de alto risco, fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes, mamadeiras, bicos e chupetas, produtos cuja promoção comercial é proibida pela NBCAL, nos supermercados em Uberlândia-MG.

Métodos

Local do estudo e amostra

Estudo do tipo transversal realizado em supermercados do município de Uberlândia-MG. A vigilância sanitária vinculada à Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura Municipal de Uberlândia disponibilizou o censo dos estabelecimentos referentes ao ano de 2019. Adicionalmente, em 2020, os estabelecimentos foram consultados no website “Guia Mais” para verificar novos estabelecimentos. Por meio deste material, foi realizada a geocodificação para verificar a localização de todos os supermercados do município e em seguida o cálculo amostral.

Cálculo amostral

Em Uberlândia há 215 supermercados localizados nas cinco regiões geográficas, sendo 40 na norte, 49 na região leste, 40 na sul, 52 na oeste e 34 na região central. A seleção dos supermercados foi realizada por amostragem aleatória simples proporcional ao número de supermercados presente em cada região geográfica, sendo considerado erro máximo de 5% e nível de confiança de 95%. Todas as variáveis do estudo são categóricas e, como não há dados históricos, adotou-se um intervalo de confiança conservador para proporções no cálculo do tamanho da amostra. Assim, a amostra foi composta por 140 supermercados, sendo 28 na região norte, 31 na leste, 27 na sul, 33 na oeste e 21 na região central. A coleta de dados foi realizada entre novembro de 2021 e julho de 2022.

Instrumento de pesquisa

Foi elaborado um questionário para realizar a análise das infrações na venda das fórmulas baseado na Lei nº 11.265/2006. Esse questionário é composto por uma lista de todos os produtos infantis cuja promoção comercial é proibida pela NBCAL, os quais são: fórmulas de nutrientes para recém-nascidos de alto risco, fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras. Após listar os produtos disponíveis para venda, foi verificada a presença de promoções e o tipo desta promoção: exposição especial, brindes, ofertas, cupons de desconto, venda “casada” com outros produtos. Cada produto infantil foi organizado em uma variável de estudo a ser configurada como variável dicotômica (sim/não) e foi analisado se estes produtos eram comercializados em cada estabelecimento, se havia a presença de promoção comercial (sim/não), o tipo de promoção comercial e a marca comercial do produto em promoção. Uma outra variável acrescentada no questionário foi o tipo de supermercado no que tange o tipo de administração (rede comercial ou rede independente). Estas questões foram respondidas pela própria pesquisadora por meio da observação dos produtos infantis nas gôndolas dos supermercados e suas características.

As questões que compõem o questionário foram embasadas no Manual de Curso e Capacitação em Monitoramento, disponibilizado pela Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN BRASIL). Este projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Uberlândia (CAAE: 45531621.2.0000.5152).

Análise estatística

Os dados foram analisados utilizando o programa Stata versão 15.1. Os resultados foram expressos em frequências relativas para o total dos supermercados, por setor geográfico e tipo de administração do supermercado. A presença de promoção comercial por produto foi expressa em percentual e foi descrito o tipo de promoção segundo marca comercial. Foi realizado teste qui-quadrado para verificar se a venda dos produtos diferiu segundo os setores geográficos e o tipo de administração.

Resultados

Neste estudo foram incluídos 140 estabelecimentos, dos quais 28 estavam localizados na região norte, 31 na leste, 27 na sul, 33 na oeste e 21 na região central. Do total de estabelecimentos, 50,0% comercializam fórmulas infantis para lactentes, sendo 82,7% em supermercados de rede, e 49,3% comercializam fórmulas infantis de seguimento para lactentes, 70% comercializam mamadeiras, 58,6% comercializam bicos e 67,2% comercializam chupetas. Em nenhum estabelecimento foi encontrada fórmula de nutriente para recém-nascidos de alto risco. Além disso, 54% dos supermercados pertenciam a alguma rede e o restante eram estabelecimentos independentes (dados não descritos em tabela).

A frequência de produtos por regiões está descrita na tabela 1. Destacamos que há comercialização maior de fórmulas para lactentes e de seguimento para lactentes, bicos e chupetas nos supermercados localizados na região central. Observamos maior frequência de supermercados que vendiam chupetas e mamadeiras em comparação com os outros produtos analisados em todas as regiões geográficas. A tabela 2 descreve a frequência de comercialização dos produtos segundo administração do supermercado. Nela observamos que a presença de todos os produtos foi superior nos supermercados de rede.

As promoções de fórmulas infantis para lactentes foram encontradas em 0,7% dos estabelecimentos com apenas a marca Danone[®] apresentando desconto de preço. As promoções de fórmulas infantis de seguimento para lactentes também foram encontradas em 0,7% dos estabelecimentos, porém a única marca encontrada foi a Nestlé[®], que apresentou desconto de preço e venda “casada” com outros produtos. Para mamadeiras foram encontradas promoções comerciais em 7,9% dos estabelecimentos com as marcas Fiona[®] e Lolly[®] apresentando exposição especial e Kuka[®] e Lillo[®] apresentando tanto exposição especial quanto desconto de preço. Para os bicos, 2,2% dos estabelecimentos apresentaram promoções, tendo as marcas Kuka[®] e Lillo[®] apresentando exposição especial e a marca Neopan[®] apresentando desconto de preço. Por fim, em 5,7% dos estabelecimentos encontrou-se promoções para chupetas, tendo as marcas Cefisa[®], Fiona[®], Kuka[®] e Lolly[®] apresentando exposição especial e a marca Lillo[®] apresentando exposição especial e desconto de preço (Quadro 1).

Discussão

Os produtos pesquisados neste estudo, com exceção das fórmulas de nutrientes indicadas para recém-nascidos de alto risco, foram encontrados em grande parte dos estabelecimentos, sendo verificadas infrações na comercialização de todos eles. Houve variação significativa entre as regiões na

disponibilidade de produtos, sendo a região central a que mais concentrou supermercados com todos os produtos. O percentual de supermercados que vendiam mamadeiras foi semelhante entre os diferentes setores. As mamadeiras, chupetas e bicos foram comercializadas em mais de 50% dos supermercados presentes na nossa amostra e foram os produtos que apresentaram maior percentual de promoções comerciais ilegais. Observamos maior frequência na comercialização dos produtos nos supermercados de rede em comparação com os independentes, além disso, encontramos um maior número de produtos apresentando exposição especial, seguido por desconto de preço e tendo apenas um caso de venda “casada” com outros produtos.

Algumas possíveis explicações para não encontrarmos as fórmulas de nutrientes indicadas para recém-nascidos de alto risco em nenhum supermercado analisado, é a possibilidade desse produto ser pouco procurado, uma vez que ele é usado frequentemente por pacientes que estão em hospitais e, portanto, a compra seria de responsabilidade do próprio estabelecimento. Além disso, elas podem apresentar custo elevado, pois são para condições nutricionais especiais.

Em nossa pesquisa encontramos uma frequência maior de produtos vendidos em supermercados de rede e uma das possíveis explicações para isso é o fato de esses estabelecimentos serem maiores, e, portanto, terem maior variedade de produtos. Além disso, eles geralmente possuem uma visualização maior e, em alguns casos, preços menores em comparação com supermercados pequenos.

A exposição especial e desconto de preço foram as estratégias promocionais que mais encontramos neste estudo, ao contrário do estudo de Silva et al (2020) que encontraram mais desconto de preço do que exposição especial ao somar as irregularidades encontradas nas farmácias, supermercados e lojas de departamento. No entanto, quando analisada apenas a sessão de supermercados, também foi encontrado uma quantidade maior de exposições especiais do que desconto de preço.⁷

Destacamos que em nosso trabalho as marcas Lillo[®] e Kuka[®] foram as únicas marcas que apresentaram irregularidades na comercialização dos três produtos infantis, a saber mamadeiras, bicos e chupetas. A estratégia de exposição especial estava presente em todos esses produtos, e para mamadeiras e chupetas, estavam associadas com desconto de preço. No estudo de Lopes et al (2017) as marcas Lillo[®], Lolly[®] e Kuka[®] foram as que mais apresentaram irregularidades para esses três produtos.¹³

O estudo de Silva et al (2020) citado anteriormente, foi realizado na zona sul do Rio de Janeiro, analisando 240 farmácias, 88 supermercados e 24 lojas de departamento. Eles observaram que mais de um quinto dos estabelecimentos faziam promoções comerciais dos produtos analisados no nosso estudo. Apesar de ter sido encontrado um número maior de infrações quando comparado com a nossa pesquisa,

essa diferença pode ser explicada por terem como objeto de estudo não apenas supermercados, mas farmácias e lojas de departamento também.⁷

Estratégias de promoções para a comercialização destes produtos reduzem a autonomia dos pais ou responsáveis quanto a alimentação de seus filhos e ainda colocam em risco o aleitamento materno.¹⁴ No caso dos produtos infantis como bicos, chupetas e mamadeiras, o seu uso pode levar à redução da frequência das mamadas e do volume de leite, impactando a produção de leite materno.¹⁵ O uso de fórmulas infantis está relacionado com o desmame precoce e tem sido negativamente associado com uma prevalência maior de algumas doenças na fase adulta, como diabetes, obesidade e até mesmo a alguns tipos de câncer, enquanto que o aleitamento materno é fator protetor para essas doenças.¹⁶

O descumprimento da NBCAL ainda é algo bem presente na sociedade, não apenas em estabelecimentos físicos, mas também no meio virtual, onde as fiscalizações são mais difíceis de ocorrer.¹⁷ O monitoramento realizado pela IBFAN em parceria com o IDEC em 2020 teve como objeto de pesquisa lojas físicas de 49 municípios em 12 estados brasileiros e diversos sites e plataformas virtuais que comercializam os produtos que abrangem a NBCAL. Neste monitoramento foram encontrados 13,3% de irregularidades na comercialização de fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes no ambiente virtual, 20,5% de irregularidades na venda de mamadeiras na internet e 7,1% em lojas físicas, 4% de irregularidades na comercialização de bicos apenas na internet e 19,3% de irregularidades para chupetas em sites e 2,4% em lojas físicas.¹⁰ Esses dados mostram que as infrações na comercialização desses produtos ainda são um problema em todo o país, mesmo a Lei n° 11.265 e o Decreto n° 9.579/2018 estarem em vigor há tantos anos no Brasil.

Nosso estudo não apresentou elevado percentual de violações quando comparado com outros estudos.^{7,18} No entanto, destacamos como limitações a perda amostral de alguns supermercados devido a não existência deles no endereço fornecido, o que pode ser justificado pela dinamicidade do comércio. Além disso, por ser um estudo transversal, a coleta de dados foi realizada uma única vez em cada estabelecimento. Desta forma, não é possível saber por quanto tempo a promoção dos produtos foi mantida e a ocorrência de novas promoções para os produtos sem promoção em outros momentos. Outra limitação é a ausência de informação sobre a promoção ser decidida pelos gerentes dos estabelecimentos comerciais ou pelas empresas. Como pontos positivos, destacamos que a amostra foi representativa, abrangendo toda a cidade de Uberlândia, além de contribuir para um melhor conhecimento sobre a situação nacional no cumprimento da NBCAL.

Com base nos resultados encontrados, concluímos que as promoções comerciais proibidas pela NBCAL, ainda são um problema na cidade de Uberlândia, MG. Apesar de termos encontrado uma quantidade menor de infrações em comparação com outros estudos, elas ainda acontecem e podem trazer problemas como prejuízo ou até interrupção da amamentação. Uma maior fiscalização e punições mais severas tanto nos estabelecimentos comerciais quanto no meio virtual são fundamentais para a proteção

da amamentação e para a redução do marketing abusivo das empresas que produzem e comercializam produtos e alimentos infantis. O conhecimento e senso de importância do código pela população são essenciais para o cumprimento da Lei e proteção da amamentação. Sugerimos que em futuros trabalhos seja feita uma investigação mais aprofundada sobre o conhecimento da NBCAL pelos gerentes e donos de estabelecimentos a fim de termos um melhor panorama sobre essa situação no país. Estudos como o nosso são importantes pois além de auxiliarem na fiscalização do código, ainda contribuem para o maior conhecimento sobre a situação nacional frente ao cumprimento da NBCAL, garantindo maior proteção do direito das mães e dos bebês quanto à amamentação.

Referências

1. Rollings NC, Bhandari N, Hajeebhoy N, Horton S, Lutter CK, Martines JC, *et al.* Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? *The Lancet*, [S.L.], v. 387, n. 10017, p. 491-504, jan. 2016. Elsevier BV; [citado 2020 mai 15] [http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736\(15\)01044-2](http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736(15)01044-2). Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(15\)01044-2/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(15)01044-2/fulltext).
2. Barker P, Santos T, Neves PA, Machado P, Smith J, Piwoz E, *et al.* First-food systems transformations and the ultra-processing of infant and young child diets: the determinants, dynamics and consequences of the global rise in commercial milk formula consumption. *Maternal & Child Nutrition*, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 1-18, 3 nov. 2020. Wiley. [citado 2021 out 11] <http://dx.doi.org/10.1111/mcn.13097>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/mcn.13097>.
3. WORLD HEALTH ORGANIZATION. *International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes*. Geneva: WHO, 1981. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/254911/WHO-NMH-NHD-17.1-eng.pdf>.
4. Brasil - Ministério Da Saúde. *Bases para a discussão da Política Nacional de Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno*. Brasília - DF: Editora Ms, 2017. P. 66 Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/bases_discussao_politica_aleitamento_materno.pdf. Acesso em: 26 maio 2020.
5. Brasil – Presidência da República. Decreto nº 9.579, de 22 de novembro de 2018. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9579.htm. Acesso em: 11 out. 2021.
6. De Araújo MF, Rea MF, Pinheiro KA, Schmitz BA. Avanços na norma brasileira de comercialização de alimentos para idade infantil. *Revista de Saúde Pública*, [S.L.], v. 40, n. 3,

- p. 513-520, jun. 2006. FapUNIFESP (SciELO). [citado 2020 mai 26] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-89102006000300021>.
7. Da Silva KB, De Oliveira MI, Boccolini CS, Sally EO. Illegal commercial promotion of products competing with breastfeeding. *Revista de Saúde Pública*, [S.L.], v. 54, p. 10, 27 jan. 2020. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA). [citado 2021 mai 12] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054000854>.
 8. Monteiro R. Norma brasileira de comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância: histórico, limitações e perspectivas. *Rev Panam Salud Publica*. 2006;19(5):354-62. [citado 2021 jan 30] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s1020-49892006000500014>.
 9. Brasil – Instituto Brasileiro De Defesa Do Consumidor. Leis de proteção ao aleitamento materno são desrespeitadas no Brasil, indica monitoramento da Ibfan Brasil e Idec. 2015. Disponível em: <https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/leis-de-proteco-ao-aleitamento-materno-so-desrespeitadas-no-brasil-indica-monitoramento-da-ibfan-brasil-e-idec>. Acesso em: 19 jan. 2021.
 10. Brasil – Instituto Brasileiro De Defesa Do Consumidor. Monitoramento. 2021. Disponível em: <https://idec.org.br/defesa-da-amamentacao/monitoramento>. Acesso em: 11 out. 2021.
 11. Gurgel TE. Monitoramento da promoção comercial de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e de produtos de puericultura em estabelecimentos comerciais de Mossoró, Rio Grande do Norte. *Nutrivisa - Revista de Nutrição e Vigilância em Saúde*, Fortaleza, v 3, n. 1, p. 21-25 abr. 2016. [citado 2020 mai 15] Disponível em: <https://www.revistanutrivisa.com.br/wp-content/uploads/2016/07/nutrivisa-vol-3-num-1.pdf>.
 12. Melo M, Iwasawa N . Monitoramento inédito revela infrações da indústria de substitutos do leite materno em plena pandemia. 2020. O Joio e o Trigo. [citado 2021 mai 27] Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2020/12/monitoramento-inedito-revela-infracoes-da-industria-de-substitutos-do-leite-materno-em-plena-pandemia/>.
 13. Lopes AG, PEREIRA, Pereira AC, Da Fonseca EP, Mialhe FL. Irregularidades sanitárias na promoção comercial em rótulos de produtos para lactentes e os riscos para a saúde. *Saúde em Debate*, [S.L.], v. 41, n. 113, p. 539-552, abr. 2017. FapUNIFESP (SciELO). [citado 2022 dez 26] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-1104201711315>.
 14. Grummer-Strawn LM, Holliday F, Jungo KT, Rollins N. Sponsorship of national and regional professional paediatrics associations by companies that make breast-milk substitutes: evidence from a review of official websites. *Bmj Open*, [S.L.], v. 9, n. 8, p. e029035, ago. 2019. BMJ. [citado 2022 dez 26] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2019-029035>.
 15. Sampaio RC, Brito MB, Siebra LG, Gonçalves GK, Feitosa DM, Cabral KS, *et al.* Associação entre o uso de chupetas e interrupção da amamentação: uma revisão de literatura. *Brazilian*

- Journal Of Health Review, [S.L.], v. 3, n. 4, p. 7353-7372, 2020. Brazilian Journal of Health Review. [citado 2022 dez 27] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.34119/bjhrv3n4-011>.
16. Cândido FG, Freitas BA, Soares RC, Bittencourt JM, Ribeiro DN, Moraes DC, *et al.* Breastfeeding *versus* free distribution of infant formulas by the Public Health System. *einstein (São Paulo)*, São Paulo, v. 19, eAO6451, Nov. 2021. [citado 2023 jan 02] Disponível em: https://doi.org/10.31744/einstein_journal/2021AO6451.
 17. Prado IS, Rinaldi AE. Compliance of infant formula promotion on websites of Brazilian manufacturers and drugstores. *Revista de Saúde Pública*, [S.L.], v. 54, p. 12, 6 fev. 2020. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA). [citado 2022 dez 29] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054001327>.
 18. Bertoldo LA, De Oliveira MI, Boccolini CS. Violations in the marketing of milks and complementary foods that compete with breastfeeding in Rio de Janeiro City, Brazil. *Revista Paulista de Pediatria*, [S.L.], v. 41, p. 1-8, 2023. FapUNIFESP (SciELO). [citado 2022 dez 27] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1984-0462/2023/41/2021228>.

TABELAS

Tabela 1: Frequência da comercialização de fórmula infantil (FI) para lactentes, FI de seguimento para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras nos supermercados segundo região geográfica. Uberlândia-MG, 2021-2022.

Produto	Regiões geográficas					p-valor
	Norte	Leste	Sul	Oeste	Central	
Frequência (Intervalo de confiança 95%)						
FI para lactentes	42,9 (26,1; 61,5)	29,0 (15,8; 47,2)	59,3 (40,1; 75,9)	51,5 (34,8; 67,9)	76,2 (53,8; 89,8)	0,013
FI de seguimento para lactentes	35,7 (20,3; 54,8)	25,8 (13,4; 43,9)	63,0 (43,6; 78,9)	54,6 (37,6; 70,6)	76,2 (53,8; 89,8)	0,002
Mamadeiras	67,9 (48,7; 82,2)	61,3 (43,3; 76,7)	66,7 (47,2; 81,8)	66,7 (49,1; 80,6)	95,2 (72,5; 99,4)	0,097
Bicos	42,9 (26,1; 61,5)	48,4 (31,5; 65,6)	59,3 (40,1; 75,9)	57,6 (40,4; 73,2)	95,2 (72,5; 99,4)	0,003
Chupetas	64,3 (45,2; 79,7)	51,6 (39,4; 68,5)	59,3 (40,1; 75,9)	72,7 (55,2; 85,3)	95,2 (72,5; 99,4)	0,016

Tabela 2: Frequência de comercialização de FI para lactentes, FI de seguimento para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras segundo administração do supermercado. Uberlândia-MG, 2021-2022.

Produto	Tipo de administração		p-valor
	Rede	Independentes	
FI para lactentes	72,0	24,6	0,000
FI de seguimento para lactentes	66,7	29,2	0,002
Mamadeiras	82,7	55,4	0,000
Bicos	74,7	40,0	0,000
Chupetas	82,7	49,2	0,000

Quadro 1: Tipo de promoções encontradas segundo marcas comerciais de FI para lactentes, FI de seguimento para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras. Uberlândia-MG, 2021-2022

Produto	Marca e tipo de promoção
FI para lactentes	Danone [®] - Desconto de preço
FI de seguimento para lactentes	Nestlé [®] - Desconto de preço e venda “casada” com outros produtos
Mamadeira	Lillo [®] - Exposição especial e desconto de preço Kuka [®] - Exposição especial e desconto de preço Lolly [®] - Exposição especial Fiona [®] - Exposição especial
Bico	Lillo [®] - Exposição especial Kuka [®] - Exposição especial Neopan [®] - Desconto de preço
Chupeta	Cefisa [®] - Exposição especial Fiona [®] - Exposição especial Kuka [®] - Exposição especial Lolly [®] - Exposição especial Lillo [®] - Exposição especial e desconto de preço