



## RESUMEN DEL CÓDIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA

Adoptado por la 34 Asamblea Mundial de la Salud en 1981 como un compromiso ético que los distintos gobiernos adherentes han de implementar y legislar para proteger la salud de los neonatos lactantes, el Código propone:

- 1. Objetivos:** Proteger y promover la lactancia materna por medio de una comercialización y distribución apropiadas de los sucedáneos de la leche materna.
- 2. Alcance:** El Código se aplica a los sucedáneos de la leche materna cuando están comercializados o cuando de otro modo se indique que pueden emplearse para sustituir parcial o totalmente a la leche materna.

### Los sucedáneos de la leche materna incluyen alimentos y bebidas como:

- Fórmula infantil
- Leches de seguimiento
- Otros productos lácteos
- Tés y jugos para bebés
- Cereales y mezclas de verduras. También se aplica a los biberones y tetinas. Puesto que se recomienda la lactancia materna exclusiva por 6 meses, todos los alimentos complementarios comercializados o de otros modos presentados para uso antes de los seis meses son sucedáneos de la leche materna.

- 3. Publicidad:** No está permitida ninguna publicidad al consumidor de los productos arriba mencionados.
- 4. Muestras:** No son permitidas muestras para las madres, sus familias ni los agentes de salud.
- 5. Servicios de salud:** Ninguna promoción comercial de productos en los servicios de salud, es decir ninguna exposición de productos, afiches, calendarios ni entrega de material promocional. No se pueden usar "enfermeras de maternidad" ni personal similar pagado por las compañías.
- 6. Agentes de salud:** No se pueden dar regalos o muestras a los agentes de salud. La información sobre productos que se les entrega debe ser objetiva y científica.
- 7. Donaciones o suministros gratuitos:** No están permitidas las donaciones o ventas a bajo precio de suministros de sucedáneos de la leche materna en cualquier parte del sistema de atención de salud.
- 8. Información:** Los materiales de información y educativos deben explicar los beneficios de la lactancia materna y los riesgos para la salud asociados al uso del biberón, así como el costo del uso de fórmula infantil.
- 9. Etiquetas:** Las etiquetas de los productos deben declarar claramente la superioridad de la lactancia materna, la necesidad de consultar a un agente de salud antes de usar el producto y contener avisos sobre los riesgos para la salud. No deben contener imágenes de bebés u otras, ni llevar texto que idealice el uso de la fórmula infantil.
- 10. Calidad:** Los productos que no son apropiados, como la leche condensada azucarada, no se deben promover para los bebés. Todos los productos deben ser de alta calidad (normas del Codex Alimentario) y tener en cuenta las condiciones climáticas y de almacenamiento del país donde se usan.

Fuente: "Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna", Organización Mundial de la Salud