



RESUMEN CÓDIGO INTERNACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA (CICSLM)

El CICSLM, en adelante el “Código” es un conjunto de recomendaciones dirigidas a regular la comercialización de los sucedáneos de la leche humana, los biberones o mamaderas y las tetinas o chupetes, de manera de frenar la comercialización agresiva e indebida de sustitutos de la leche humana. En 1981, la 34.ª Asamblea Mundial de la Salud aprobó el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna como requisito mínimo para proteger y fomentar la alimentación adecuada del lactante y del niño pequeño (1,2).

¿Cuál es el objetivo del Código?

Por medio del Código se pretende «proporcionar a los lactantes una nutrición segura y suficiente, protegiendo y promoviendo la lactancia natural y asegurando el uso correcto de sucedáneos de la leche humana, cuando éstos sean necesarios, sobre la base de una información adecuada y mediante métodos apropiados de comercialización y distribución» (artículo 1) (1,2).

El Código aboga por el amamantamiento de los lactantes. En caso de no ser amamantados, el Código también aboga por alimentar a los lactantes de forma segura con la mejor alternativa nutricional disponible. Los sucedáneos de la leche humana deben estar disponibles cuando se necesiten, pero no deben promoverse. El Código es expresión de la voluntad colectiva de los gobiernos de garantizar la protección y el fomento de una alimentación óptima para lactantes y niños y niñas pequeños (1,2).

¿Cuál es la recomendación para la alimentación de lactantes y niños y niñas pequeños de la Organización Mundial de la Salud?

Para que los lactantes tengan un crecimiento, un desarrollo y una salud óptimos, la OMS recomienda iniciar la lactancia en la primera hora de vida y mantenerla como única forma de alimentación durante los seis meses siguientes; a partir de ese momento, se recomienda seguir con la lactancia hasta los dos años, como mínimo, complementada adecuadamente con otros alimentos inocuos (1).

¿Por qué es importante proteger el Código?

El Código es uno de los elementos más necesarios para establecer condiciones generales que permitan que las madres, basándose en información imparcial y sin influencias comerciales, tomen las decisiones más acertadas acerca de la alimentación de los niños y niñas y reciban el pleno apoyo que necesitan (1,2).

La comercialización indebida de los productos alimenticios que compiten con la lactancia suele afectar negativamente la decisión de una madre de amamantar a su lactante de manera óptima (1,2).



¿Cuáles productos abarca el Código?

El Código se aplica a la comercialización y prácticas relacionadas con los siguientes productos (1,2):

1. Los **sucedáneos de la leche humana**, incluidas las preparaciones para lactantes. Cabría incluir aquí cualquier producto lácteo (o que se pueda utilizar en sustitución de la leche) que se comercialice específicamente para alimentar a los lactantes y niños de hasta 3 años de edad, incluidos los preparados complementarios y las leches de crecimiento.
2. **Otros alimentos y bebidas** (p. ej., los zumos, infusiones y aguas) que se promocionen como productos adecuados para alimentar a los lactantes durante los primeros 6 meses de vida cuando esté recomendada la lactancia exclusiva;
3. Las **mamaderas y chupetes**.

¿Cómo se traduce en la práctica?

En el año 2017, el código amplió la prohibición de publicidad de fórmulas para niños hasta los 36 meses para evitar publicidad cruzada (1). Las prohibiciones en la práctica incluyen:

- Publicidad de sucedáneos de la leche humana en el sistema de salud o para el público en general.
- Dar muestras gratuitas y especialmente su distribución a través del sistema de salud.
- Suministros gratuitos o a bajo precio a los hospitales o centros de salud.
- Contacto entre el personal comercial de las compañías y madres.
- Distribución de material educativo (folletos, libros, videos) con los logos de las compañías que comercializan sucedáneos de la leche humana o productos contenidos en el Código.
- Regalos a los trabajadores de la salud.
- Muestras gratuitas para los profesionales de la salud, excepto para la evaluación profesional o para investigación en el ámbito profesional.
- Fotos de bebés y otras imágenes que idealicen la alimentación con fórmula en las etiquetas de leche artificial.
- La exhibición de carteles o productos incluidos en el Código.
- Los términos “leche maternizada” o “humanizada”.
- Publicidad al público por ningún medio, ni ofertas o descuentos.

Además, establece que las etiquetas de otros productos deben llevar información necesaria para uso adecuado de una forma que no desaliente la lactancia y que las publicaciones para trabajadores de salud sólo deben contener información científica y objetiva.

De esta forma, **el Código prohíbe la publicidad y no la venta de las fórmulas infantiles y los productos que se abarcan en éste.**



Referencias

1. Organización Mundial de la Salud (OMS). Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna. Preguntas frecuentes (actualización 2017) [Internet]. Ginebra: Suiza; 2017. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1083489/retrieve>
2. Organización Mundial de la Salud (OMS). Código internacional de comercialización de sucedáneos de la leche materna. Ginebra: OMS; 1981.