

Código de Comercialización de sucedáneos de la Leche Materna (CCSLM) ley 18284 art 1353 CAA



Dra. Patricia Barrios Skrok
 coord. IBFAN ARG
 Equipo Lactancia PBA
 Comité Nacional Lactancia SAP
 GOLD WABA 2008

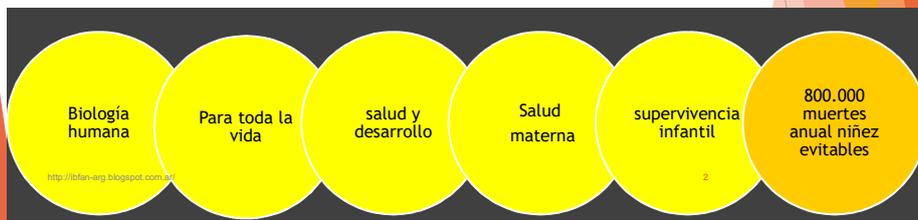
NO aceptamos patrocinio de ninguna índole de parte de empresas fabricantes de sucedáneos de la leche materna, equipos relacionados ni alimentos complementarios y les Invitamos a unirse a esta posición ética

▶ **\$ 55 mil millones**

La alimentación infantil importa!"si la lactancia materna no existiera ya, alguien que la inventara hoy merecería un doble premio Nobel de medicina y economía".

Keth Hanson Vicepresidente de Desarrollo Humano, Grupo del Banco Mundial

▶ Organización Mundial de la Salud UNICEF



<http://ibfan-arg.blogspot.com>

Dos cosas que no debemos olvidar durante esta presentación....

RECORDAR EL BIBERON TIENE RIESGOS



NADA ES GRATIS

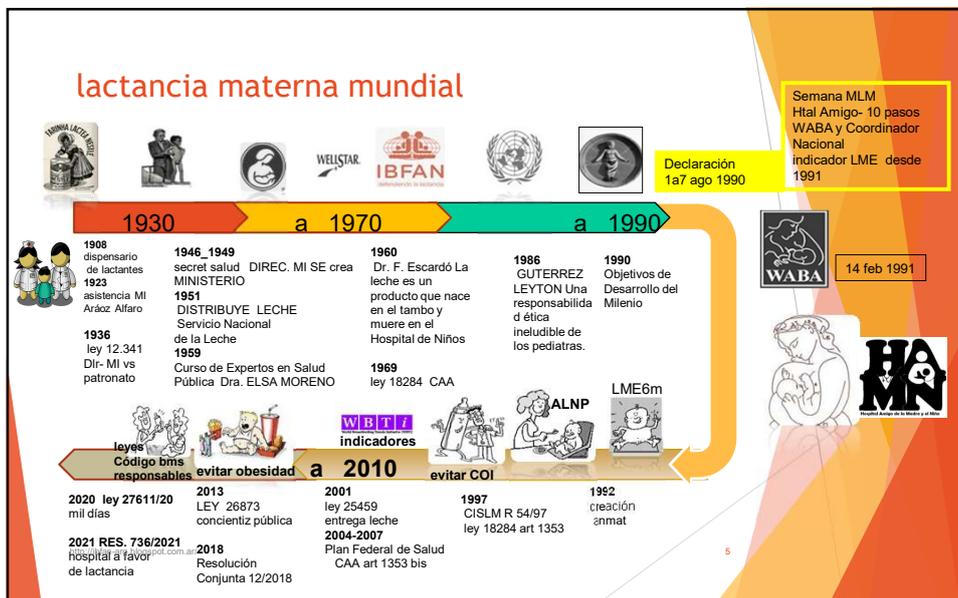


**Objetivos
Código Internacional**

Después de completar esta sesión, los participantes serán capaces de:

- describir las disposiciones principales del *Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna humana* y las resoluciones relevantes posteriores de la Asamblea Mundial de la Salud (El código who);
- explicar cómo los fabricantes promocionan los sucedáneos de la leche humana;
- explicar los problemas con las donaciones y las muestras gratuitas de sucedáneos de la leche materna, y
- reconocer las violaciones al código e indicar las medidas que se deben adoptar al descubrir dichas violaciones.





¿Qué es violación al código

PRODUCTOS COMPRENDIDOS comercializados para lactante menor de 36m:

- Fórmulas Infantiles.
- Alimentos
 - Productos Lácteos,
 - Cereales (en papillas),
 - Mezclas de Verduras,
 - Té o Jugos para Bebés (cuando estén comercializados o cuando de otro modo se indique que pueden emplearse para sustituir parcial o totalmente la leche materna).
 - Leches llamadas de Seguimiento.
- Biberones y Tetinas.

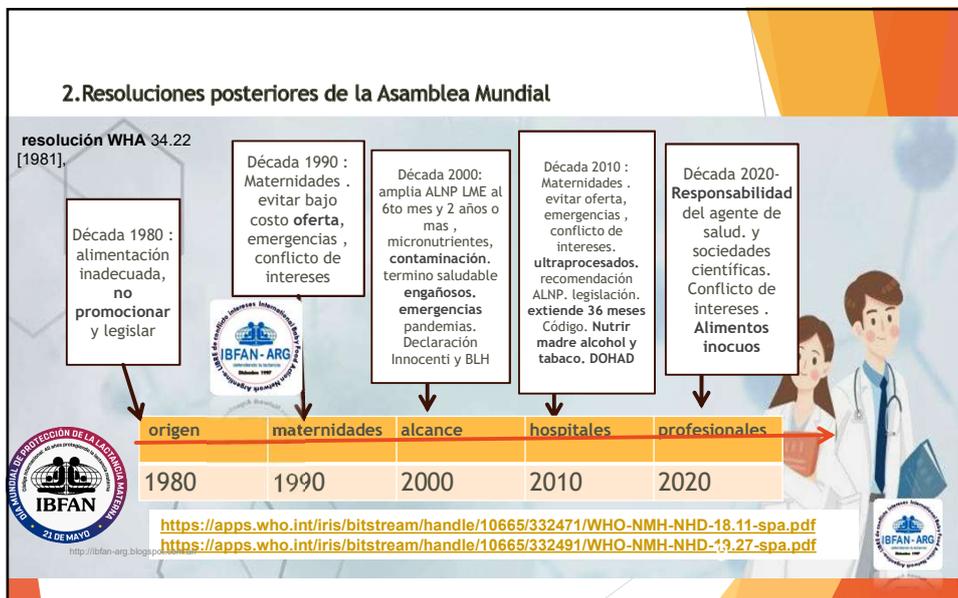


ESPAIO LIBRE DE PROMOCIONES COMERCIALES

7

<p>Art 1 objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutrición segura y adecuada de < 2 años • Proteger y promover LM • Uso correcto de formula x Info y comercialización adecuada  <p>seguridad y uso correcto LM</p>	<p>Art 2 Aplicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos sucedáneos LM (formula, lácteos, líquidos,) • alimentos complementarios para biberón, • biberón y tetinas.  <p>sucedáneos LM, biberones y tetinas</p>	<p>Art 3 Definiciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sustituto de la leche materna • Alimento complementario • Recipiente: • Distribuidor • Sistema de atención de salud • El preparado para lactantes • Etiquetas • Fabricante • Comercialización : Personal • Muestras • Suministros  <p>Definiciones de sucedáneos</p>	<p>Art 4 Responsabilidad gobierno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación, control e Info • Información: ventajas, beneficios, riesgos de no amamantar, dificultades en relectar. Uso adecuado de formula con razón medica y dando los riesgos, sin imágenes que idealizan su uso. • Donaciones solo logo empresa , no marca  <p>Responsabilidad gobierno</p>		
<p>Art 5 público general y madres</p> <ul style="list-style-type: none"> • SIN PUBLICIDAD • SIN MUESTRAS • SIN PROMOCIONES de descuentos • CON precios bajos a largo plazo • SIN CONTACTAR CON EMBARAZADAS, PUERPERAS Y/O ENTORNO  <p>sin contacto con embarazadas y puérperas</p>	<p>ART 6 Los sistemas de salud</p> <ul style="list-style-type: none"> • PERSONAL RESPONSABLE • NO promover sucedáneo • SIN promociones empresarias • EXPLICACION de uso sucedáneos individual • DISTRIBUCION por institucion no empresa • DONACIONES solo logo.  <p>sin promoción sin contacto con empresas</p>	<p>Art 7 personal de salud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estimular la lactancia a madre y entorno • Información científica. No es lo mismo. • Sin incentivos financieros o de materiales • Sin repartir muestras (salvo para evaluación científica) • Declaración de conflicto de interés a la institución (becas, cursos, etc)  <p>Personal de Salud</p>	<p>Art 8 personal fabricantes y distribuidores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin incentivos de venta en promotores • No realizar capacitaciones  <p>Personal fabricantes y distribuidores</p>		
<p>Art 9. Etiquetado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información para uso adecuado y no interferir LM • Claro, legible, comprensible con Aviso importante superioridad LM • Usar bajo prescripción medica • Instrucción preparación, riesgos • Sin imágenes, sin decir humanizado, maternizado, etc • Advertir ese producto no debe ser la única alimentación del bbe • Indicar: ingredientes, composición, condiciones almacenamiento, nro. lote, fecha vencimiento  <p>ETIQUETADO</p>		<p>Art 10 Calidad del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos alta calidad • Según CODEX y normas higiene vigentes  <p>Calidad del producto</p>		<p>Art 11 Aplicación y seguimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicar políticas nacionales y medidas, leyes y reglamentos que protegen LM con Código • Control de art 6 y 7. No aplica a fabricantes ni distribuidores salvo por Responsabilidad Social e Info p/ su personal • Actuar gobierno con ONG  <p>Aplicación y seguimiento</p>	

https://www.sap.org.ar/uploads/archivos/files_folleto-codigo-lactancia_1501602802.pdf



art 4 MATERIAL INFORMATIVO PARA EL PERSONAL DE SALUD es violatorio: <http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

Folleto, publicidad en revista científica o de cualquier otro modo presentado, será violatorio si:

1. No destaca la superioridad de la lactancia humana
2. No advierte efectos negativos del biberón sobre la lactancia natural ni repercusiones sociales y financieras de su uso
3. No advierte sobre la dificultad de volver a la lactancia materna al introducir biberón
4. No especifica el uso correcto del producto Ni aclara los riesgos de alimentos o preparaciones inadecuadas
5. Posee texto y /o imagen que idealiza el uso del producto
6. La información no es científica y objetiva

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>



Aniversario del Código: Protección de la Lactancia Materna Contra el Marketing Agresivo de sucedáneo de leche humana.




Un entorno propicio para la lactancia materna requiere un paquete esencial de intervenciones:

- Maternidad/protección de los padres
- Capacitación de profesionales de la salud y trabajadores comunitarios
- Iniciativas Hospital amigo de la madre y el niño A favor de lactancia humana (IHAN)
- Implementación y seguimiento del Código OMS
- Asesoramiento comunitario en lactancia

Las empresas de sucedáneos de leche humana han incumplido continuamente el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna y las resoluciones relevantes de la Asamblea Mundial de la Salud (WHA), lo que contribuye a la mala nutrición y, en muchos casos, a muertes prevenibles en bebés y niños pequeños.

Cada año se pierden más de 800.000 vidas debido a una lactancia materna humana subóptima.

En este aniversario del Código, la Alianza Mundial insta a todos los países a mejorar la implementación, el seguimiento y el cumplimiento del Código.

Es vital garantizar que el Código se implemente y controle en su totalidad para frenar la comercialización agresiva de sucedáneos de la leche humana pues crea una barrera importante para la lactancia materna humana en todos los países.

#IBFAN2021 #WABA #PROTECTBREASTFEEDING #SHARERESPONSIBLY #BREASTFEEDING #SDGs
<https://worldbreastfeedingweek.org/2021/the-code-at-40/>



OBSTETRICS & GYNECOLOGY

El alto costo del almuerzo gratis

Wall, L Lewis MD, DPHil¹; Marrón, Douglas PhD²

Información del autor

Obstetricia y ginecología: julio de 2007 - Volumen 110 - Número 1 - p 169-173
 doi: 10.1097 / 01.AOG.0000268800.46677.14

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>



Mastellone Hnos. donó productos La Serenisima a profesionales de la salud de 21 hospitales

Se incrementa la presión para eliminar los fondos de la industria de los programas de educación médica continua

Connie O'Connell

Asociación Médica Canadiense. Diario 182 (17), E775, 2010

El dinero de la industria fluye a los proveedores de CME, ya sean sociedades médicas, empresas privadas, universidades u hospitales, lo que permite a los médicos la oportunidad de aprender de forma gratuita o con descuento. De hecho, el Consejo de Acreditación de EE. UU. Para Educación Médica Continua (ACCME), que es responsable de garantizar que los cursos de CME no estén coloreados por compañías que intentan inflar el mercado de sus propios medicamentos o dispositivos, dice que la industria proporcionó casi el 40% de la 2.200 millones de dólares gastados en cursos acreditados en 2009. Alrededor del 60% de los proveedores de CME tomaron dinero de la industria.

Mastellone entregó 10.800 unidades de SENSE, una bebida a base de leche y café, a 21 hospitales, clínicas e instituciones de la Provincia de Buenos Aires, CABA y Mendoza como un gesto hacia quienes están dejando todo para cuidar a la población en momentos de emergencia.




Responsabilidades



Agente de salud

- Promover y proteger LMH
- Información científica y actualizada
- SIN financiamiento ni material industrial
- SIN muestras gratis
- NO aceptar patrocinio ni auspicio industrial (beca, viaje, etc)

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/> 13

art 5 Publicidad de otro alimento, y cualquier bebida

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

- Se promociona y/o Muestra imágenes para menores de 36 meses
- Promociona su uso con biberón
- Dice "para toda la familia", "desde el nacimiento" o similar
- Se propone como alternativa de la leche materna
- Se entrega muestra del producto (tamaño original o reducido)

- Biberones, chupetes, tetinas y cualquier implemento para la alimentación con biberón: Toda publicidad de estos productos será violatoria por si misma.




<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

art 7 PROMOCION es violatoria:

<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

- Donación de productos comprendidos
- Entrega directa indirecta de muestras o Regalos al personal o a las madres
- Donación de equipamiento y/o servicios en forma espontanea
- Equipamiento con logotipo y/o marca de productos comprendidos
- Pago de becas, cursos, investigaciones, y otros no denunciados
- Exhibidor especial
- Descuentos especiales
- Ofertas
- Ventas vinculadas
- Promoción por lanzamiento
- Posters de propaganda
- Regalos por compra de productos
- Contacto de personal de la compañía con el publico
- Personal del comercio recomienda una marca en particular
- Material informativo sobre productos o que induce su uso
- Incentivo de venta al comercio



Responsabilidades

Instituciones

- Impulsar y proteger la LH cumplir código OMS
- NO exhibir promoción ni propaganda de productos
- NO circular representantes empresarial
- DE administrar donación a lugares caritativos no debe usarse como promoción de ventas
- LOS equipos comprados x tramite normal sin marca ni inducir a ventas



<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

16

art 9 Cuando una ETIQUETA viola el Código? Alimentos y bebidas para menores de 36 meses de edad:

1. Imagen o texto que idealiza la lactancia artificial
2. Falta de la leyenda "Aviso Importante" donde dice que la Lactancia Materna es superior
3. No advierte sobre los riesgos de una preparación inadecuada
4. La etiqueta se despegará fácilmente o está en otro idioma
5. No tiene N° de partida o lote, fecha de vencimiento claramente legible
6. No indica cómo preparar fácilmente ni cómo almacenar ni consulta a su médico.
7. No declara ingredientes, composición ni análisis de nutrientes

EL ETIQUETADO

SIN IMAGEN DE LACTANCIA QUE IDEALICE SU USO

SIN FRASES QUE HAGAN DUDAR...

ETIQUETADO

datos:
Ingredientes, composición, condiciones almacenamiento, nro. lote, fecha vencimiento

ES PROHIBIDO

SIN FRASE ENGAÑOSA (SIMILAR, SALUDABLE, INSPIRADA EN...)

- Leche Humanizada
- Leche Maternizada
- Equivalente de Leche materna.

NO ES HUMANIZADA NI MATERINIZADA SIN IMÁGENES QUE IDEALIZAN

Riesgos de no LM
Instrucción uso
AVISO Importante LM
X indicación médica
Complementa la alimentación Nutricional

<http://lbfan-arg.blogspot.com.ar/>

EVITAR ser COMPLICES NECESARIOS de PRESIONAR a las madres a comprar formulas

Las empresas socaban la CONFIANZA de las mujeres en su decisión de amamantar

ENVIAN promotores espontáneos para que "eviten complicaciones"

PROVOCAN que se vea ofensivo amamantar

No tienen en cuenta los beneficios científicamente comprobados

<http://lbfan-arg.blogspot.com.ar/>

Diluyen las formulas para ahorrar dinero sin medir las consecuencias

AUTOEVALUACION DEL CODIGO DE COMERCIALIZACION DE SUCEDANEOS DE LECHE MATERNA

COMO COMPRA?



1 establecimiento rechaza donaciones de sucedaneos?

QUE MUESTRA?



2 empresas instalan promotores?

QUIENES ESTAN?



3 contactan con las madres directa o indirectamente?



4 Establecimiento rechaza fiestas, info no científica, dinero, becas?



5 mantiene todas las latas y los biberones preparados FUERA DE VISTA



6 se le avisa que en este establecimiento usara biberón o sucedáneo lacteo con razón medica justificada



7 El personal conocen los riesgos de no amamantar que socavan los beneficios de la lactancia materna natural.

HOSPITAL RECHAZA?

QUE SE VISUALIZA?

HOSPITAL NORMATIZA?

PERSONAL CUMPLE?

Denuncia

Obtenga la mayor cantidad de detalles que sea posible. Información mínima:
<https://www.who.int/es/publications/i/item/9789241513494>

NETCODE TOOLKIT
 MONITORING THE MARKETING OF BREAST-MILK SUBSTITUTES: PROTOCOL FOR PERIODIC

Enviar con sus fotos/ imágenes (si alguna) en formato JPG
ibfan_arg@gmail.com
publicidad@anmat.gov.ar
ref.lact

<https://ibfan-arg.blogspot.com/2020/08/vigilancia-del-codigo-internacional-de.html>
<http://ibfan-arg.blogspot.com.ar/>

Denuncia rápida y fácil de Violaciones al Código

(Ad. Puede monitorear y ayudar a proteger la salud infantil)

IBFAN continuamente recopila violaciones y agradece su apoyo

Ha visto últimamente, prácticas de la compañías que violan el Código Internacional, que incluyen las resoluciones posteriores referencias de la ANMAT (¿que desalientan la lactancia materna)? Si es así, podemos a recopilar información llenando este Formulario y enviándolo a IBFAN ICDC, email: code@ibfan-icdc.org (con copia a ibfanarg@gmail.com). También puede llenar el Formulario electrónico en línea en <http://www.datos-icdc.org/index.php/contact-us> o descargar la aplicación para android en http://www.ibfan-icdc.org/files/Kobo_instructions.pdf

Nombre: _____ Grupo IBFAN (si existe) _____
 Dirección: _____
 E-mail: _____

Tenga en cuenta que su identidad así como el resto de sus datos personales son confidenciales

Descripción de la Violación del Código Internacional (por favor responda a todas las preguntas sobre cuándo, dónde, quién, qué y cómo).

1. Breve descripción de la violación (incluya titular o lema si se trata de un material de la compañía) _____

2. ¿Cuándo se observó la violación? (día/mes/año) **Fecha y frecuencia** _____

3. ¿Dónde? (lugar, ciudad, país) **establecimiento o comercio y localidad** _____

4. ¿Quién viola el Código Internacional y cómo? **Cuál compañía**

Compañía	Marca	Tipo de Producto 1	Tipo de violación
	producto		

Tipo de producto

1. Tipo de producto

- Fórmula infantil, incluyendo las especiales
- Fórmula de crecimiento
- Leche de crecimiento
- Cereal
- Papilla/composta de frutas/vegetales/carne

- Jugos/agua mineral o embotellada
- Biberón
- Tetina
- Otros (describa en "Tipo de producto" - use páginas adicionales si es necesario)

Tipo de violación

1. Tipo de violación

- Publicidad - impresa/en línea
- Publicidad en establecimiento de salud
- Contacto de la compañía con las madres - personalmente o a través de redes sociales/aplicación teléfono móvil
- Donación de productos en establecimiento de salud
- Muestra gratuita

- Regalos a personal de salud
- Regalos a madres
- Fijación inadecuada
- Promoción en comercio/tienda
- Patrocinio
- Otros (por favor, detalle y utilice hojas adicionales si es necesario)

5. Observaciones / detalles (utilice hojas adicionales si es necesario). _____

De ser posible, incluya un stampado, fotografía o imagen escaneada de la violación al Código.

¡Estaré
¡en acción somos fuertes!

Ningún sucedáneo puede sustituir el contenido nutricional que ofrece la leche materna, ya que se contraponen a los beneficios que ésta le ofrece tanto a la madre como a su hijo.

Reduce el contacto físico

Contaminación ambiental

Incrementa el riesgo de desarrollar enfermedades agudas y crónicas.

Comprometen el neurodesarrollo.

Afectan el desarrollo maxilofacial.

Perjudican su proceso de digestión.

más costos economía familiar

Aumentan el riesgo de muerte súbita infantil.

Incrementa el riesgo de desarrollar enfermedades agudas y crónicas.

BFAN-ARG
Asociación Argentina de Intereses Internacionales Baby Food
defendiendo la lactancia
Establecida 1997

¡MAMANAR ES MEJOR DE TODAS!

<http://bfan-arg.netcode> <https://www.who.int/es/publications/item/9789241513494>

Taller

- ▶ Su amigo José, trabaja para una compañía de fórmulas. Es representante de una compañía y le visita para promover el uso de una nueva fórmula mejorada. El dice que esta fórmula es especialmente útil para bebés desnutridos. El ofrece proporcionar lo suficiente para que puedan dársele dos latas gratis a cada madre.
- ▶ Como le llamas a la leche para el lactante? Que marca es la que circula?

Existe una creciente preocupación por el aumento del uso de sustitutos de la leche materna

FIGURA 2.1 | Porcentaje de lactantes de 4 a 6 meses de edad alimentados con preparaciones para lactantes, por regiones de UNICEF, 2018

Región	Porcentaje
El Caribe	28%
América Latina y el Caribe*	20%
América Latina y el Caribe**	4%
América Latina y el Caribe***	6%
América Latina y el Caribe****	6%
Mundo	11%

FIGURA 2.2 | Tendencias en el porcentaje de lactantes de 0 a 6 meses alimentados exclusivamente con leche materna, por regiones de UNICEF alrededor de 2005 y 2018

Región	2005 (%)	2018 (%)
Alta	88	85
Alta y Media	85	84
Media	80	78
Baja y Media	72	71
Baja	68	67
Baja y Media	65	64
Mundo	75	74

Nota: Entre 2005 y 2018 se estima de leche materna exclusivamente de 47% en el mundo a un 42% en países de ingresos medios-altos como el Brasil. *Incluye a Chile, excluyendo a los subgrupos de "Chile de alta exposición" (20% 2018) que tienen el 6% de lactantes maternos. Las estimaciones representativas se basan en datos de encuestas representativas de 10 a 15 países de la región. **Incluye a Chile y Argentina. ***Incluye a Chile y Argentina. ****Incluye a Chile y Argentina. Fuente: UNICEF, 2019.

<http://bfan-arg.blogspot.com.ar/>

22

Puntos Clave:

El personal debe rechazar la donación. Debe estimularse la lactancia materna para estos bebés.

- ▶ *Dos latas alimentarían a un bebé solamente por corto tiempo.*
- ▶ *¿Qué sucedería después de que las dos latas se terminen? Estas madres necesitan tener una conversación con un consejero en alimentación infantil sobre maneras sostenibles de alimentar a su bebé. Las muestras, los carteles y los folletos gratuitos no se necesitan.*
- ▶ *Le ofrece llevarlo de viaje a un congreso extranjero, ud acepta, allí encuentra a colega prestigioso que busca personal para un IHAN. Le preguntaron con quien viajaron y uds en vez de decir con la familia o amigos le nombra una empresa dejando serio al distinguido profesor. Piensan que es su perfil apto para ese lugar.?*
- ▶ *Silvana desea encontrar un pediatra a favor de la lactancia. Su secretaria avisa que estará de viaje con empresa Láctea. que actitud tomara Silvana?*



Dra Patricia Barrios Skrok - 2009

23

Marque la respuesta Verdadero (V) o Falso (F)

- ▶ a. Dar a las madres trípticos producidos por las compañías de leche materna que pueden afectar las prácticas de alimentación infantil. V F
- ▶ b. Los sucedáneos de la leche materna incluyen a la fórmula, tés, y jugos (así como otros productos) V F
- ▶ c. El Código Internacional y la HAL prohíben el uso de la fórmula para los recién nacidos en la sala de las maternidades V F
- ▶ d. El trabajador de salud puede recibir cualquier publicación o materiales de las compañías siempre que no se comparta este material con las madres. V F
- ▶ e. Las donaciones de fórmula deben entregarse directamente a las madres en situaciones de emergencia. V F



<http://lbfan-arg.blogspot.com.ar/>

24