

Documento de debate:

Aclaración y orientación sobre la promoción inadecuada de alimentos para el lactante y el niño pequeño

ANTECEDENTES

1. La alimentación adecuada del lactante y el niño pequeño es fundamental para su salud y desarrollo. Los lactantes deberían ser alimentados exclusivamente con leche materna durante los seis primeros meses de vida y a partir de entonces con una alimentación complementaria sana y apropiada desde el punto de vista nutricional, mientras se mantiene la lactancia hasta al menos los dos años de edad.¹
2. Suscita preocupación que la promoción inadecuada de sucedáneos de la leche materna y algunos alimentos y bebidas complementarios comercializados para lactantes y niños pequeños haya menoscabado los progresos hacia el logro de la alimentación óptima de los lactantes y niños pequeños.² Se ha constatado que en muchos países se venden alimentos como adecuados para su introducción antes de los seis meses de edad, se promueven indirectamente los sucedáneos de la leche materna mediante su asociación con alimentos complementarios comercializados, y se afirma de forma inexacta que determinados productos mejorarán la salud del niño o su rendimiento intelectual.^{3,4}
3. Está demostrado que los alimentos complementarios reducen la ingesta de leche materna si las cantidades facilitadas representan una proporción considerable de las necesidades calóricas. La calidad de los alimentos complementarios comercializados varía enormemente: algunos de ellos mejoran la ingesta de nutrientes al ofrecer micronutrientes esenciales que normalmente faltan en los regímenes alimentarios de los niños pequeños; en cambio otros son preocupantes por el elevado contenido de azúcares añadidos, grasas saturadas o *trans* y sal.⁵
4. Una comercialización inadecuada de los alimentos y bebidas complementarios comerciales puede ser engañosa y generar confusión en los cuidadores con respecto a las calidades nutricionales y saludables de esos alimentos y bebidas, así como del uso inocuo y adecuado de los mismos. Las madres y otros cuidadores muchas veces no entienden las diferencias entre los productos lácteos dirigidos a niños de diferentes edades. Es más, la promoción de alimentos y bebidas

¹ OMS/UNICEF. Estrategia Mundial para la Alimentación del Lactante y del Niño Pequeño, Ginebra. 2003. <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9243562215.pdf?ua=1>

² Resolución 63.23 de la Asamblea Mundial de la Salud. http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA63/A63_R23-sp.pdf.

³ En el marco del proyecto *Evaluación e Investigaciones en Alimentación Infantil* se ha realizado una serie de estudios, publicados por Helen Keller International. En los estudios se examinan diferentes aspectos de la promoción de alimentos en Camboya, Nepal, el Senegal y Tanzania. En imprenta.

⁴ Euromonitor International. *Baby food trends in Brazil and Norway*. Informe personalizado compilado por Euromonitor International Consulting para la Organización Mundial de la Salud. Junio de 2015.

⁵ Tzioumis, E., Kay, M., Wright, M., Adair, L. *Health effects of commercially-available complementary foods: a systematic review*. Informe para la Organización Mundial de la Salud, 2015.

complementarios antes de los seis meses de edad se ha asociado con el cese prematuro de la lactancia materna exclusiva.⁶

5. Para evaluar si la promoción es inadecuada pueden considerarse los criterios siguientes.⁷ La promoción es inadecuada si:
 - a. va en contra de las prácticas recomendadas de lactancia materna;
 - b. contribuye a la aparición de la obesidad infantil y las enfermedades no transmisibles;
 - c. el producto no contribuye a mejorar la nutrición del lactante y el niño pequeño en el país;
 - d. va en contra del consumo de alimentos adecuados preparados en casa o locales;
 - e. es engañosa, genera confusión o podría dar lugar a un uso inapropiado.
6. En el presente documento se recogen recomendaciones específicas para contribuir a conseguir el objetivo de poner fin a la promoción inadecuada de alimentos y bebidas para el lactante y el niño pequeño.

ÁMBITO

7. En las siguientes recomendaciones, el término «alimento» se utiliza para hacer referencia tanto a alimentos como a bebidas.
8. La presente orientación abarca todos los alimentos fabricados para su venta que se comercializan como adecuados para alimentar a lactantes y niños pequeños de hasta dos años de edad. Por lo general, se parte de que la franja de edad a la que va dirigida la alimentación complementaria va desde los 6 a los 24 meses de edad, aunque puede que la lactancia materna se mantenga más allá de los dos años. Se considera que los productos «se comercializan como adecuados» en esta franja de edad si a) se utilizan las palabras bebé/pequeño/lactante/chiquitín/niño pequeño o similares, b) se recomienda una edad de introducción inferior a los dos años, c) se utiliza la imagen de un niño que parece menor de dos años o que se alimenta con biberón, o d) los productos se presentan de algún otro modo como adecuados para niños menores de dos años. Ahora bien, incluso los alimentos comercializados como adecuados para niños de más de 24 meses de edad pueden presentarse de un modo que también promocióne los productos para niños más pequeños. Por lo tanto, las recomendaciones siguientes relativas a la promoción cruzada (recomendación 5) y a las alusiones a las propiedades nutricionales y saludables de los productos (en la recomendación 4) deberían aplicarse a todos los productos comercializados como adecuados para niños de hasta 36 meses de edad. Ello está en consonancia con las directrices pertinentes del Codex, que se aplican hasta que el niño cumple 36 meses.⁸
9. La promoción de alimentos para lactantes y niños pequeños se da en todos los sectores, tengan o no ánimo de lucro. La presente orientación es aplicable en todos los casos, puesto que los

⁶ Smith, J.P., Sargent, G.M., Mehta, K., James, J., Berry, N., Koh, C., Salmon, L., Blake, M. *A rapid evidence assessment: Does marketing of commercially available complementary foods affect infant and young child feeding?* Informe para la Organización Mundial de la Salud, 2015.

⁷ Asamblea Mundial de la Salud. Nutrición de la madre, el lactante y el niño pequeño. Informe de la Secretaría. EB134/15. 20 de diciembre de 2013. http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB134/B134_15-sp.pdf.

⁸ Directrices del Codex sobre Preparados Alimenticios Complementarios para Lactantes de Más Edad y Niños Pequeños. CAC/GL-8-1991 (revisadas en 2013). http://www.codexalimentarius.org/download/standards/298/CXG_008s.pdf.

principios enunciados a continuación son importantes independientemente del responsable de la promoción.

RECOMENDACIONES

Recomendación 1: Alimentación sana del lactante y el niño pequeño

Debería promoverse una alimentación óptima del lactante y del niño pequeño tomando como punto de partida los Principios de orientación para la alimentación complementaria del niño amamantado.⁹ En la orientación debería hacerse hincapié en el uso de alimentos idóneos disponibles a nivel local que se preparen y se administren de forma inocua.¹⁰

Recomendación 2: Sucedáneos de la leche materna

El Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna debería aplicarse de forma inequívoca a todos los productos que funcionan como sucedáneos de la leche materna. Entre ellos cabría incluir cualesquiera productos lácteos (líquidos o en polvo) comercializados para niños pequeños de hasta dos años de edad (incluidos los preparados complementarios y las leches de crecimiento).

Recomendación 3: Productos

Los alimentos para lactantes y niños pequeños no se deberían promover a menos que cumplan todas las normas nacionales, regionales y mundiales pertinentes relativas a su composición, seguridad, calidad y nutrientes. Todos los productos alimenticios procesados para lactantes y niños deberían cumplir las normas y directrices del Codex aplicables.¹¹ Los países deberían formular normas nutricionales para definir qué productos son apropiados para este grupo de edad, poniendo un énfasis especial en la limitación de los azúcares añadidos, las grasas saturadas o *trans* y la sal. Los productos comprendidos en las disposiciones del Código no se deben promocionar.¹²

⁹ Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud. Principios de orientación para la alimentación complementaria del niño amamantado. 2003. http://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/a85622/es/.

¹⁰ OMS/UNICEF. Estrategia Mundial para la Alimentación del Lactante y del Niño Pequeño, Ginebra. 2003. <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9243562215.pdf?ua=1>.

¹¹ Directrices del Codex sobre Preparados Alimenticios Complementarios para Lactantes de Más Edad y Niños Pequeños. CAC/GL-8-1991 (revisadas en 2013). Norma del Codex para Alimentos Elaborados a base de Cereales para Lactantes y Niños Pequeños (Codex/STAN 074-1981, revisada en 2006). Norma del Codex para Alimentos Envasados para Lactantes y Niños (Codex/STAN 73-1981, revisada en 1989). Lista de Referencia del Codex de Compuestos Vitamínicos para Uso en Alimentos para Lactantes y Niños (CAC/GL 10-1979, revisada en 2009).

¹² El artículo 5 del Código establece que ‘no deben ser objeto de publicidad ni de ninguna otra forma de promoción destinada al público en general los productos comprendidos en las disposiciones del presente Código.’

Recomendación 4: Mensajes y etiquetado

Al promoverse alimentos para lactantes y niños pequeños se deberían fomentar prácticas de alimentación óptimas y evitar mensajes inapropiados.

De manera específica, los mensajes y etiquetas deberían:

- Incluir una mención de la importancia de la lactancia materna exclusiva durante los seis primeros meses de vida y de la continuación de la lactancia hasta los dos años de edad o más.
- Indicar una edad recomendada de introducción (no inferior a seis meses) y mencionar la importancia de no introducir la alimentación complementaria hasta aproximadamente los seis meses de edad.
- Indicar el tamaño apropiado de las raciones en consonancia con los principios de orientación para la alimentación complementaria.¹³
- Redactarse en el idioma o idiomas locales, ser legibles y mostrar de forma visible toda la información requerida.

Los mensajes y etiquetas no deberían:

- Contener nada que pueda sugerir el consumo del producto por lactantes menores de seis meses (incluidas fotografías, hitos, textos, imágenes, ilustraciones, cifras, etapas y biberones o tetinas).
- Incluir ninguna información o imagen que pueda disuadir o ir en detrimento de la lactancia materna o sugerir que el producto es equivalente o superior a la leche materna.
- Disuadir o ir en detrimento de una alimentación complementaria adecuada ni incluir ninguna imagen o texto que pueda sugerir que los productos comerciales son mejores que los alimentos preparados en el hogar.
- Recomendar el suministro del producto en un biberón ni promover de ninguna otra forma la alimentación con biberón.
- Contener la aprobación de un profesional u organismo ni nada que pueda interpretarse como tal, a menos que esto haya sido autorizado específicamente por los órganos de reglamentación nacionales o internacionales.
- Aludir a las propiedades nutricionales y saludables de los alimentos para lactantes y niños pequeños, excepto cuando así lo dispongan las directrices pertinentes del Codex¹⁴ o la legislación nacional.

¹³ Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de la Salud. Principios de orientación para la alimentación complementaria del niño amamantado. 2003. http://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/a85622/es/.

¹⁴ Directrices del Codex para el Uso de Declaraciones Nutricionales y Saludables (CAC/GL 23 -1997, revisadas en 2012). www.fao.org/ag/.../32444-09f5545b8abe9a0c3baf01a4502ac36e4.pdf. No se consideran declaraciones nutricionales: a) la mención de sustancias en la lista de ingredientes; b) la mención de nutrientes cuya indicación en la etiqueta sea obligatoria; y c) la declaración cuantitativa o cualitativa de ciertos nutrientes o ingredientes en la etiqueta si así lo exige la legislación nacional.

Recomendación 5: Promoción cruzada

No se deberían promover de manera cruzada o indirecta los sucedáneos de la leche materna por medio de la comercialización de alimentos para lactantes y niños pequeños de hasta 36 meses.

- El diseño o etiquetado de los envases de alimentos complementarios y sus mecanismos de promoción deben diferenciarse de los empleados para los sucedáneos de la leche materna con el fin de que no sirvan también para promover los sucedáneos de la leche materna. Los productos alimenticios complementarios no se deberían comercializar utilizándose combinaciones de colores, diseños, nombres, eslóganes, mascotas u otros símbolos que sean similares a los utilizados para comercializar los sucedáneos de la leche.
- Las empresas que comercialicen sucedáneos de leche materna deben abstenerse de promover directa o indirectamente sus productos alimenticios para lactantes de más edad y niños pequeños mediante el establecimiento de relaciones con madres o cuidadores (por ejemplo, mediante la creación de clubes de bebés, la impartición de clases de puericultura, el establecimiento de líneas de asistencia telefónica y la celebración de concursos).

Recomendación 6: Conflictos de intereses

Quienes produzcan, distribuyan y promuevan alimentos para lactantes y niños pequeños no deberían crear posibles conflictos de intereses en los establecimientos de salud o los sistemas sanitarios. Del mismo modo, los establecimientos de salud y los sistemas sanitarios deberían evitar esos conflictos de intereses. Las empresas o sus representantes se deberían abstener de:

- Proporcionar productos gratuitos, muestras o alimentos de precio reducido para lactantes o niños pequeños a familias a través de trabajadores de la salud o establecimientos sanitarios, excepto en emergencias nacionales, en cuyo caso el gobierno deberá dar su aprobación, y/o en el marco de programas de salud oficialmente autorizados. En estas circunstancias, los productos se deberían distribuir en envases sin marca.
- Donar o distribuir equipamiento o servicios a los establecimientos de salud.
- Dar regalos o incentivos a los trabajadores de la salud.
- Utilizar los establecimientos sanitarios para organizar eventos o concursos, poner en marcha líneas de asistencia telefónica o campañas o dar regalos a padres, cuidadores y familias.
- Emplear a personas para que informen sobre la alimentación complementaria en establecimientos de salud.
- Proporcionar a los trabajadores de la salud cualquier información que no sea científica o no esté documentada.

Recomendación 7: Comercialización de alimentos para niños

El conjunto de recomendaciones de la OMS sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños¹⁵ se tendría que aplicar plenamente, y habría que velar en especial por que en los lugares frecuentados por lactantes y niños pequeños no se comercialice en modo alguno ningún alimento con alto contenido de grasas saturadas, ácidos grasos *trans*, azúcares libres o sal. Con respecto a los alimentos infantiles no comercializados específicamente para lactantes o niños pequeños, existe la posibilidad de que estos sean consumidos en edades más tempranas. Estos productos, en caso de que se utilicen habitualmente para alimentar a niños menores de 24 meses pero no sean adecuados para este grupo de edad, deberían contener una etiqueta con la advertencia correspondiente.

¹⁵ Organización Mundial de la Salud. Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños. OMS. 2010.