

PRIMER INFORME

Infracciones al Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna en México



RESUMEN EJECUTIVO

La lactancia materna es un derecho humano y representa la intervención más costo-efectiva para proteger la salud y el neurodesarrollo infantil. Sin embargo, México presenta una de las prevalencias más bajas en América Latina, con solo un 34.2% de lactancia exclusiva durante los primeros seis meses.

Uno de los obstáculos críticos para la lactancia es el marketing agresivo y poco ético de los sucedáneos de la leche materna y fórmulas comerciales infantiles, cuyo mercadeo en México asciende a 536 millones de dólares anuales. Asimismo, esta problemática se ve impulsada por un entorno digital dinámico que permite a las empresas evadir las regulaciones tradicionales.

A pesar de la existencia del Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna (el Código) en 1981 y sus resoluciones posteriores, las empresas continúan publicitando e idealizando sus productos mediante:

- Afirmaciones nutricionales sin sustento científico;
- Publicidad engañosa en redes sociales y medios tradicionales;
- Estrategias de “marketing depredador” que debilitan la confianza de las madres y familias en la lactancia/leche humana.

Ante la dificultad logística de rastrear e identificar miles de publicaciones en línea, UNICEF México, en alianza con Alive & Thrive, la academia, el gobierno y la sociedad civil, desarrolló la plataforma tecnológica Código Lactancia (Código Lactancia México), herramienta que utiliza Inteligencia Artificial para la detección automática de infracciones e incorpora un componente de participación ciudadana para realizar reportes en tiempo real.

De abril de 2024 a enero del 2026 el monitoreo de Código Lactancia identificó 1,030 presuntas infracciones en plataformas digitales en los rubros de promoción al público, etiquetado y declaraciones de salud, siendo Nestlé, Mead Johnson y Abbott las empresas con más infracciones al Código, lo que evidencia que el incumplimiento es la norma y no la excepción.

Para transformar estos hallazgos en cambios reales para la salud pública de México, se proponen las siguientes acciones a corto, mediano y largo plazo, respectivamente:

1. Aplicación inmediata de la normativa: Iniciar sanciones y medidas coercitivas graduales, priorizando las infracciones más visibles en etiquetado y medios digitales.
2. Sensibilización y participación: Ampliar el conocimiento del Código tanto en la población general, como en las y los profesionales de la salud.
3. Armonización Legislativa: Integrar la Resolución WHA 78.18 y la Guía de la OMS 2023 al marco legal mexicano para regular específicamente el entorno digital.

México cuenta con la capacidad institucional y, ahora, con la tecnología necesaria para supervisar el cumplimiento del Código. La implementación de Código Lactancia México contribuye a la protección de la lactancia mediante el monitoreo y la identificación de incumplimientos al Código y a la legislación mexicana, con el fin de proteger de manera efectiva el derecho de las infancias a una nutrición óptima.

AGRADECIMIENTOS

Este informe fue elaborado por el Grupo Código Lactancia, integrado por expertas y expertos de la academia, la sociedad civil y las instituciones públicas. El proceso contó además con la colaboración de FHI 360/Alive & Thrive, cuyas contribuciones fueron clave para el desarrollo del presente informe.

Se agradecen los aportes técnicos y especializados de las siguientes personas, integrantes del Grupo (en orden alfabético):

- **MNC. Alfredo Granados Torres**, Secretaría de Salud de Guanajuato
- **Dra. Argelia Esperanza Rojas Mayorquín**, Liga de La Leche de México, ACCLAM y Universidad de Guadalajara
- **MSP. Bianca Franco Lares**, Instituto de Investigaciones para el Desarrollo con Equidad, Universidad Iberoamericana
- **Mtro. Christian Paul Torres de la Rosa**, El Poder del Consumidor
- **Biol. Claudia Judith Sierra Morales**, ACCLAM
- **Mtra. Constance Ching**, FHI 360/Alive & Thrive
- **Mtra. Duong Vu**, FHI 360/Alive & Thrive
- **Mtra. Joseline Guadalupe García Alameda**, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- **Mtra. Kerenth Esmeralda Cuenca Puebla**, Secretaría de Salud – Centro Nacional de Equidad de Género, Salud Sexual y Reproductiva
- **Sra. Linh Nguyen**, FHI 360/Alive & Thrive
- **Dr. Marcos Arana Cedeño**, International Baby Food Action Network (IBFAN)
- **Mtro. Matthias Sachse Aguilera**, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- **Dra. Mishel Unar Munguía**, Instituto Nacional de Salud Pública
- **Mtra. Nadia Lavanderos**, Liga de La Leche de México
- **MSP. Oscar Benjamín Reséndiz Lugo**, El Poder del Consumidor
- **MSP. Pedro Javier Mota Castillo**, Instituto Nacional de Salud Pública
- **Dra. Sonia Hernández Cordero**, Instituto de Investigaciones para el Desarrollo con Equidad, Universidad Iberoamericana
- **Mtra. Susana Torres Pérez**, Secretaría de Salud – Centro Nacional para la Salud de la Infancia y Adolescencia
- **MSP. Valeria Aureoles García**, Servicios Públicos de Salud IMSS-BIENESTAR
- **MSP. Vania Lara Mejía**, Instituto de Investigaciones para el Desarrollo con Equidad, Universidad Iberoamericana
- **Dra. Véronique Lesoinne**, Liga de La Leche Intercultural
- **Dr. Zarihif Roberto Jaimes Contreras**, Secretaría de Salud – Centro Nacional de Equidad de Género, Salud Sexual y Reproductiva
- **Coordinación de Bienestar Social**, Instituto Mexicano del Seguro Social

CONTENIDO

ANTECEDENTES 1

La lactancia materna y la comercialización de sucedáneos de la leche materna	1
El marketing de sucedáneos de la leche materna en México	2
El Código Internacional y las medidas legales relevantes en México	3
Estatus de implementación del Código en México	4
Monitoreo y aplicación	4

CÓMO NACE CÓDIGO LACTANCIA 5

Retos y soluciones para el monitoreo del marketing digital	5
Diseño, desarrollo e implementación de Código Lactancia México	6
Grupo de trabajo técnico de Código Lactancia México	7
Funciones de Código Lactancia México	8
Cómo funciona Código Lactancia	9

RESULTADOS 10

Puntos de referencia y alcance de Código Lactancia México	10
Flujo de trabajo de Código Lactancia México	10
Infracciones identificadas por el auto detector de la IA (plataformas digitales)	11
Compañías con infracciones detectadas	11
Principales tipos de infracciones	12
Infracciones denunciadas por el público a través del formulario de quejas en línea	14
Compañías involucradas en las potenciales infracciones reportadas	14
Tipo de infracción	15

Ubicación———16

Algunos ejemplos de infracciones reportadas———17

PRINCIPALES TEMAS DE INFRACCIÓN———18

Incumplimiento del Código: promoción generalizada de leches de crecimiento para niñas y niños a partir de un año de edad———18

Declaraciones nutricionales y de salud engañosas como herramienta de mercadotecnia predeterminada y premium———20

Acercamiento a madres y padres mediante temas de crianza, clubes y líneas de atención——22

CONSIDERACIONES FINALES———26

RECOMENDACIONES: UN LLAMADO A LA ACCIÓN———27

REFERENCIAS———28

ANTECEDENTES

LA LACTANCIA MATERNA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA

La lactancia materna es un proceso biológico natural que proporciona alimento y una nutrición óptima; además constituye una de las intervenciones costo-efectivas más importantes para proteger el neurodesarrollo, la vida y la salud de lactantes y de las niñas y niños pequeños. Asimismo, ofrece protección inmunológica y brinda beneficios para la salud tanto de la madre como de su hija o hijo (Victora et al; 2016). Adicionalmente, la lactancia materna contribuye a la salud planetaria, al ser un sistema de alimentación sostenible con menor impacto ambiental en comparación con los sucedáneos de la leche materna (Smith et al., 2024).

México presenta una de las prevalencias más bajas de lactancia materna en América Latina, siendo la lactancia exclusiva del 34.2% en los primeros 6 meses y la lactancia continua a los dos años del 43% (González-Castell et al., 2024). Fortalecer la práctica de la lactancia materna en México es una intervención clave que contribuirá a reducir la triple carga de la mala nutrición infantil (desnutrición, exceso de peso—sobrepeso y obesidad—y deficiencias de micronutrientes esenciales) (Keats et al., 2021).

Cada año, las prácticas inadecuadas de lactancia materna contribuyen aproximadamente a 5,500 muertes maternas e infantiles en México y representa un costo económico de 7.4 mil millones de dólares debido a la mortalidad infantil, la morbilidad y los gastos en salud (Alive & Thrive, 2022).

Las prácticas de lactancia materna están influenciadas por una combinación compleja de factores que incluyen leyes y políticas, sistemas de salud, protección de la maternidad, conocimientos y actitudes sobre la lactancia, apoyo social y presiones comerciales (Rollins et al., 2023). Uno de los principales obstáculos para mejorar e incrementar las prevalencias de lactancia materna es la promoción agresiva y poco ética de sucedáneos de la leche materna (fórmulas comerciales infantiles y otros productos que sustituyen parcial o completamente la leche materna) y productos relacionados (biberones, tetinas, chupones y alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños), que engaña a las madres y familias (Becker et al., 2022; OMS, 2022a). Este tipo de marketing socava la lactancia y la alimentación complementaria adecuada al idealizar los productos con afirmaciones nutricionales y de salud sin fundamento, y al minimizar los riesgos de la alimentación con fórmula comercial infantil. Como resultado, el gasto anual por el consumo de sucedáneos de la leche materna en México asciende a 536 millones de dólares (Cheung et al., 2023; Ching et al., 2021; OMS, 2022a; Alive & Thrive, 2022). El marketing en plataformas digitales es especialmente extendido en muchos países, incluido México, donde el dinamismo tecnológico, el incremento del uso de internet y de las redes sociales han dado pie a que las compañías de sucedáneos de la leche materna y alimentos infantiles tengan un mayor alcance y mejores oportunidades de publicitar sus productos a través de estos medios y espacios (OMS, 2022b; OMS, 2023; Mota-Castillo et al., 2023).

EL MARKETING DE SUCEDÁNEOS DE LA LECHE MATERNA EN MÉXICO

Existen evidencias de infracciones constantes al Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (el Código) en entornos físicos (como establecimientos de salud y puntos de venta) y en plataformas digitales (Hernández-Cordero et al., 2019; Mota-Castillo et al., 2023; Valeria Aureoles-García et al., 2025). Un estudio en México mostró que más de la mitad de los sitios web analizados incumplieron el Código, y cerca del 40% incluían recomendaciones de productos realizadas por profesionales de la salud (Unar-Munguía, 2022, Mota-Castillo et al., 2023).

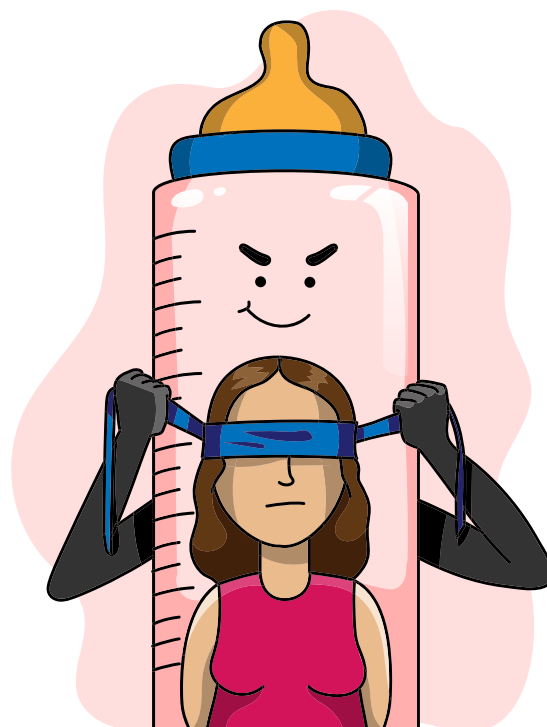
Además, el 33% de las plataformas digitales analizadas promocionaban sucedáneos de la leche materna para bebés de 0 a 6 meses, lo cual está prohibido por las medidas legales nacionales. Entre madres, padres y cuidadores expuestos a este tipo de marketing, más de la mitad (55%) reportaron haber sido convencidos por mensajes que idealizan los sucedáneos de la leche materna. En general, el estudio en una muestra de más de 1,000 madres y padres de niñas y niños menores de dos años, evidenció que el marketing digital está vinculado con un mayor consumo de sucedáneos de la leche materna y una menor probabilidad de lactancia materna exclusiva (Unar-Munguía et al., 2022). En el mismo estudio, los resultados mostraron que la exposición potencial a afirmaciones de salud y nutrición sobre sucedáneos de la leche materna en sitios web y redes sociales en México se asocia con percepciones favorables hacia estos productos (Valeria Aureoles-García et al., 2025).

De manera complementaria, un estudio transversal que entrevistó a 754 madres reveló que más del 40% habían estado expuestas a la promoción de sucedáneos de la leche materna en diversos canales de comunicación masiva, además de las plataformas digitales, incluyendo televisión, radio y medios

impresos. La mayoría de las madres (76%) recibieron recomendaciones de sucedáneos de la leche materna por parte de profesionales de la salud o familiares, y cerca de una de cada cinco (19%) recibió muestras gratuitas de sucedáneos de la leche materna durante visitas hospitalarias (Hernández-Cordero et al., 2022).



Ejemplos de infracciones detectadas en plataformas digitales



EL CÓDIGO INTERNACIONAL Y LAS MEDIDAS LEGALES RELEVANTES EN MÉXICO

En 1981, la Asamblea Mundial de la Salud (AMS) adoptó el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, con el objetivo de regular las prácticas de comercialización que afectan la lactancia materna. Junto con las resoluciones posteriores de la AMS (conocidas en conjunto como “el Código”), este instrumento busca limitar todas las formas de promoción que socavan la lactancia materna y fomentan prácticas inadecuadas de alimentación de lactantes, niñas y niños pequeños, estableciendo responsabilidades para los gobiernos, los sistemas de salud, las y los trabajadores de la salud y las empresas. Asimismo, protege a las y los lactantes, y niñas y niños alimentados con biberón al garantizar información sobre riesgos para la salud, uso adecuado y preparación segura. Los gobiernos están obligados a adoptar el Código como estándares mínimos en forma de medidas legales. Dadas las dificultades para monitorear y hacer cumplir las actividades de marketing digital, en 2023, la Organización Mundial de la Salud publicó la Guía sobre medidas regulatorias para restringir el marketing digital de sucedáneos de la leche materna (OMS, 2023), con recomendaciones específicas para que los gobiernos desarrollen y apliquen regulaciones que limiten la promoción digital de productos dentro del alcance del Código. En mayo de 2025, la AMS adoptó la Resolución WHA 78.18 (“Regulación del marketing digital de sucedáneos de la leche materna”), que reconoce la Guía 2023 como un instrumento normativo clave que los gobiernos deben incorporar en sus medidas legales nacionales e integrar en sus mecanismos de cumplimiento.



Ejemplos de infracciones detectadas en plataformas digitales

ESTATUS DE IMPLEMENTACIÓN DEL CÓDIGO EN MÉXICO

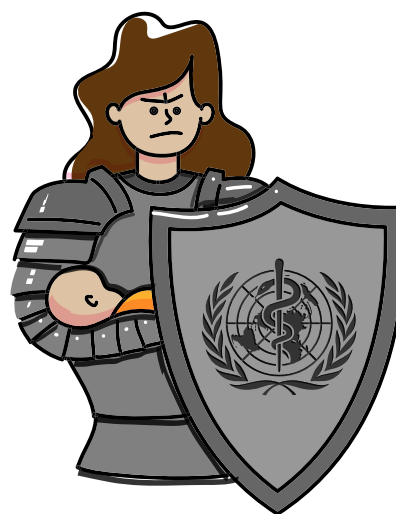
Las medidas legales existentes en México están moderadamente alineadas con el Código (OMS, 2024). Sin embargo, aún existen vacíos en el marco regulatorio nacional que son aprovechados por la industria de sucedáneos de la leche materna para socavar la lactancia materna (Hernández-Cordero et al., 2019, 2022). También existe una falta de regulación que aborde específicamente el marketing digital, lo cual requiere un conjunto distinto de mecanismos de monitoreo, aplicación y actores. Distintas leyes, normas y reglamentos incluyen algunas disposiciones del Código; por ejemplo, la Norma Oficial Mexicana NOM-131-SSA1-2012 regula la información que se presenta en las etiquetas de

fórmulas y alimentos y bebidas para niñas y niños de corta edad, y especifica que los responsables del expendio y suministro al público de estos productos deben cumplir con el Código y sus resoluciones posteriores. Aunque en 2024 se adoptó la Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible (Diario Oficial de la Federación, 2024), donde se hace obligatoria la adecuada implementación del Código para proteger la lactancia materna, aún se requiere la publicación del reglamento de la Ley para precisar las sanciones por incumplimiento y los mecanismos de monitoreo del Código. (Mota-Castillo, Unar-Munguía; 2025).

MONITOREO Y APLICACIÓN

El monitoreo del Código y la aplicación de las medidas legales nacionales son un componente clave de la implementación general del Código (OMS, 2022). Para que las medidas legales sean efectivas en la reducción del marketing inapropiado y en la disuasión del incumplimiento, deben existir mecanismos de monitoreo y aplicación eficientes. Sin embargo, el monitoreo suele ser insuficiente y complejo debido a la gran cantidad de materiales que deben recopilarse, revisarse y analizarse. En la mayoría de los casos, el monitoreo no se realiza de manera sistemática por limitaciones de recursos y capacidad. Por ello, muchos países, incluso aquellos que cuentan con medidas legales, han quedado rezagados en materia de monitoreo y aplicación¹. En muchos casos tampoco existen mecanismos sistemáticos para reportar, recopilar y monitorear el cumplimiento (Unar-Munguía

et al., 2025). Incluso cuando se lleva a cabo monitoreo en terreno, los hallazgos no se integran de manera eficiente en los mecanismos de aplicación.



¹ Una evaluación global realizada por la OMS y UNICEF sobre el estado de la aplicación del Código a nivel nacional en 2016 reveló que los mecanismos formales de supervisión y aplicación siguen siendo muy limitados en todo el mundo.

CÓMO NACE CÓDIGO LACTANCIA

RETOS Y SOLUCIONES PARA EL MONITOREO DEL MARKETING DIGITAL

La amplia exposición y el poder del marketing digital han generado desafíos adicionales que requieren una implementación efectiva del Código en los entornos digitales (OMS, 2022b; OMS, 2023). La Guía 2023 de la OMS sobre medidas regulatorias para restringir el marketing digital de sucedáneos de la leche materna (OMS, 2023) aborda la necesidad de desarrollar mecanismos regulatorios específicos, coordinar acciones entre un conjunto más amplio de organismos gubernamentales y establecer obligaciones legales claras para las entidades involucradas en la cadena de valor del marketing digital, junto con sanciones efectivas, proporcionales y disuasorias para quienes incumplan (OMS, 2023). Dada la magnitud y diversidad de las violaciones, así como la creciente prevalencia del marketing digital en México (Hernández-Cordero et al., 2022; Mota-Castillo et al., 2023), se requiere un nuevo enfoque para enfrentar los retos logísticos asociados con la alta demanda de recursos que implica recopilar, rastrear, analizar y compartir grandes volúmenes de datos en un entorno de marketing en constante cambio (OMS, 2023; Backholer et al., 2024). Es importante destacar que, un sistema que integre perfectamente la supervisión dentro de los

mecanismos de aplicación de la ley, contribuirá a reforzar el entorno normativo en su conjunto. La transformación digital, apoyada en la supervisión y participación humana, puede acelerar y robustecer el monitoreo, así como la aplicación tanto en entornos digitales como no digitales. En este contexto, se necesita un sistema digital de monitoreo eficiente en recursos y de múltiples propósitos, que utilice inteligencia artificial para romper con el statu quo y cerrar las brechas entre los avances tecnológicos acelerados de las empresas en marketing y las acciones de la sociedad civil, los gobiernos y los organismos de las Naciones Unidas.



DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE CÓDIGO LACTANCIA MÉXICO

Ante la necesidad urgente de mejorar las tasas de lactancia materna para contribuir a la reducción de la mala nutrición infantil, y la amplia promoción de sucedáneos de la leche materna en el país, se requiere un nuevo enfoque que reduzca la carga de trabajo y que acelere y fortalezca el monitoreo del cumplimiento del Código en entornos digitales. Reconociendo esta necesidad, UNICEF México, en colaboración con actores de gobierno, de la academia y de la sociedad civil, lideró la ampliación de los esfuerzos nacionales de monitoreo del Código mediante la publicación de una solicitud de propuesta para una plataforma multifuncional de monitoreo que integrara tecnología innovadora de inteligencia artificial, en concordancia con las recomendaciones realizadas a los países en el Congreso del Código de la Organización Mundial de la Salud en 2023 (OMS, 2023). En mayo de 2024, UNICEF México y Alive & Thrive iniciaron una alianza para desarrollar una plataforma digital de monitoreo del Código, posteriormente denominada Código Lactancia México, que consiste en una herramienta de inteligencia artificial para la detección automática de violaciones en plataformas digitales y un componente de participación ciudadana para reportar la promoción de sucedáneos de la leche materna. El objetivo principal de Código Lactancia México es identificar y señalar a las empresas cuyas prácticas de marketing contravienen el Código y legislación nacional, hacer públicos estos incumplimientos y contribuir al cumplimiento de ambos marcos normativos, con el fin de proteger la lactancia materna y la alimentación de lactantes y de niñas y niños pequeños. Sus metas son:

1

Proporcionar una plataforma digital fácil de usar para apoyar el monitoreo del Código.

2

Ofrecer al gobierno de México una herramienta práctica para recopilar violaciones y facilitar acciones de cumplimiento (especialmente en plataformas digitales).

3

Involucrar a la población, incluidas organizaciones de la sociedad civil, en el monitoreo mediante el uso de tecnologías innovadoras.

4

Generar evidencia para la incidencia continua en el fortalecimiento de las medidas nacionales que den efecto al Código.

5

Aumentar la conciencia pública sobre el Código y las prácticas de comercialización dañinas.

6

Visibilizar los sitios donde están ocurriendo estas infracciones al Código y las principales marcas y compañías que lo incumplen.

GRUPO DE TRABAJO TÉCNICO DE CÓDIGO LACTANCIA MÉXICO

Con el apoyo de UNICEF México, se conformó un grupo de trabajo técnico nacional integrado por organismos gubernamentales pertinentes, organizaciones de la sociedad civil e instituciones académicas, con el fin de proporcionar asesoramiento, consultoría y apoyo a lo largo del proceso de desarrollo e implementación. Entre las instituciones participantes se encuentran: Asociación de Consultores Certificados en Lactancia Materna (ACCLAM), Alianza Global para la Alimentación Saludable de Niñas, Niños y Adolescentes (ALSANNA), el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CENSIA), el Centro Nacional de Equidad de Género, Salud Sexual y Reproductiva (CNEGSSR), el Consejo Nuevo León, El Poder del Consumidor, la Fundación Aprende con Reyhan, la Universidad Iberoamericana (IBERO), la International Baby Food Action Network (IBFAN), el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), La Liga de La Leche de México, la Liga de La Leche Intercultural, PILU, la Secretaría de Salud de Guanajuato, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y UNICEF.

Entre junio y noviembre de 2024, se implementaron la versión alfa (versión de prueba inicial) y la versión beta (que contiene todas las funciones principales y se distribuyó a un grupo selecto de usuarios para realizar pruebas finales y recabar comentarios). En noviembre de 2024, se celebró en la Ciudad de México un taller de pruebas de aceptación por parte de las y los usuarios (UAT, por sus siglas en inglés), facilitado conjuntamente por UNICEF México y Alive & Thrive, con la asistencia de los miembros del grupo de trabajo técnico, que cumplió con los siguientes objetivos:

1 Realizar pruebas de la plataforma digital de monitoreo del Código (específicamente la herramienta de autodetección por la IA y el formulario de reporte en línea con mapa en vivo), con un grupo reclutado de usuarias y usuarios potenciales para validar que las herramientas corresponden a las necesidades de las y los usuarios potenciales.

2 Recopilar comentarios de las y los usuarios y abordar problemas de rendimiento.

3 Proporcionar orientación sobre el propósito y las funciones de Código Lactancia México a las organizaciones, secretarías y organismos pertinentes que podrían participar en la supervisión y el cumplimiento del Código.

4 Impulsar el compromiso con la supervisión y el cumplimiento del Código para proteger la lactancia materna y la alimentación de las y los lactantes y las niñas y los niños pequeños.

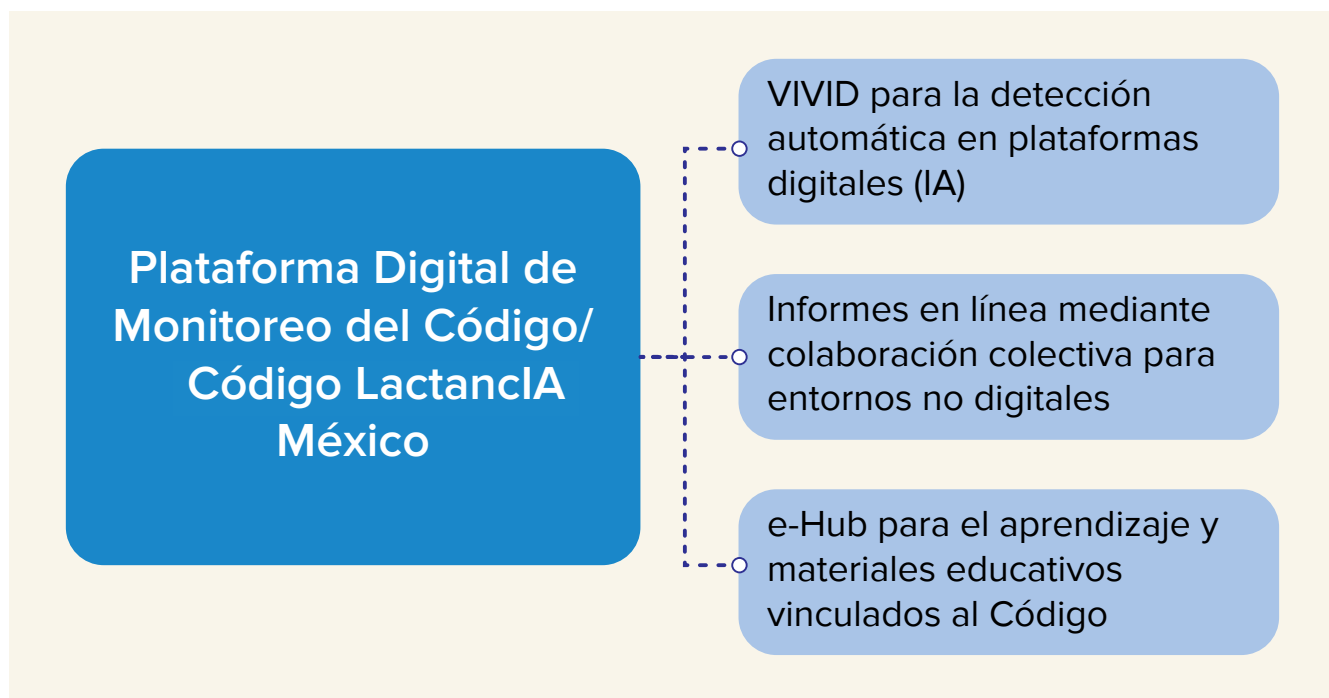
Tras el taller de UAT, se realizaron revisiones de la plataforma y se continuaron las pruebas hasta su lanzamiento el 05 agosto de 2025.

FUNCIONES DE CÓDIGO LACTANCIA MÉXICO

Código Lactancia tiene tres características principales: i) una [herramienta de detección automática por la IA](#) para escanear posibles infracciones en plataformas digitales; ii) un [formulario electrónico de denuncia colaborativa](#) para que el público (incluidos las y los trabajadores sanitarios) pueda denunciar presuntas infracciones (específicamente para entornos no

digitales) y un [mapa vinculado con ubicaciones en tiempo real](#) y notificaciones automáticas a los organismos competentes sobre las infracciones confirmadas; y iii) un [centro electrónico para materiales de referencia y promoción relacionados con el Código a nivel mundial y nacional](#).

Figura 1: Características principales de Código Lactancia México



CÓMO FUNCIONA CÓDIGO LACTANCIA

La función de monitoreo de Código Lactancia se divide en dos grandes rubros de detección: la realizada de forma manual por triadas del grupo de expertos y expertas y la virtual, desarrollada por el virtual violations detector (VIVID). Este último es el que utiliza inteligencia artificial automatizada y aprendizaje automático supervisado para detectar violaciones publicitarias del Código en plataformas digitales.

Mediante el reconocimiento de texto e imágenes clave, la plataforma puede identificar publicaciones que puedan constituir infracciones y relacionarlas con disposiciones específicas del Código. Todas las posibles

infracciones que se han detectado automáticamente son confirmadas posteriormente por una persona del grupo de expertos y expertas. Al hacer esto, el sistema la comparte con el Centro Nacional de Equidad de Género, Salud Sexual y Reproductiva (CNEGSSR) para su seguimiento.

En el caso de las denuncias manuales por la población, son las expertas y expertos, quienes revisan que la información y evidencia adjunta sean claras para confirmar la infracción y de igual manera notificar al CNEGSSR.

RESULTADOS

PUNTOS DE REFERENCIA Y ALCANCE DE CÓDIGO LACTANCIA MÉXICO

Los resultados de Código Lactancia México utilizan como puntos de referencia el Código (incluidas las resoluciones pertinentes de la Asamblea Mundial de la Salud) y la Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible de México de 2024. El alcance de los

productos cubiertos incluye todos los sucedáneos de la leche materna de 0 a 36 meses (incluidas las fórmulas comerciales infantiles, las fórmulas de continuación y las leches de crecimiento); biberones y chupones, y alimentos complementarios de 6 a 36 meses.

FLUJO DE TRABAJO DE CÓDIGO LACTANCIA MÉXICO

Código Lactancia México tiene dos niveles de acceso: el acceso público y el acceso del operador (que requiere un inicio de sesión de usuario para acceder). Todas las posibles infracciones detectadas por el detector de la IA, así como las notificadas manualmente, deben pasar por un proceso de verificación manual («supervisión humana») para mejorar la precisión de la IA y garantizar que todas las infracciones que se muestran al público hayan sido verificadas. En el caso del detector de la IA, la empresa, la marca, el pie de foto, las imágenes, las fechas de rastreo y publicación, y el enlace original se identifican y muestran automáticamente. Las entradas notificadas manualmente a través del formulario en línea muestran información similar, pero las ubicaciones donde se encuentran las presuntas infracciones se muestran como marcadores en el mapa en vivo, y la información relevante se envía automáticamente a los organismos encargados de hacer cumplir la ley para que tomen medidas adicionales una vez que se confirma que la entrada notificada es una infracción. Los marcadores

que identifican las ubicaciones donde se encuentran las infracciones solo desaparecerán del mapa cuando la autoridad competente confirme que se han tomado medidas con respecto a la infracción denunciada. Todas las entradas verificadas permanecerán en las tablas de seguimiento para su registro, incluso después de que se hayan tomado medidas coercitivas. Tanto las entradas detectadas por la IA como las denunciadas manualmente pueden filtrarse y extraerse en documentos de Excel.

Este informe ofrece una descripción y un resumen de las infracciones del Código y de las medidas legales nacionales de México detectadas y denunciadas a través Código Lactancia México entre el 5 de agosto de 2025 (fecha de lanzamiento) y el 31 de enero de 2026².

Las entradas se dividen en dos secciones principales:

1. Identificadas por el auto detector de la IA (plataformas digitales).
2. Recibidas a través del formulario de denuncia en línea.

2 Aunque los datos utilizados en el presente informe fueron recopilados en el periodo comprendido entre el 05 de agosto de 2025 y el 31 de enero de 2026, se identificó que algunas de las páginas capturadas durante dicho intervalo contenían publicaciones con fechas que se remontan a abril de 2025.

INFRACCIONES IDENTIFICADAS POR EL AUTO DETECTOR DE LA IA (PLATAFORMAS DIGITALES)

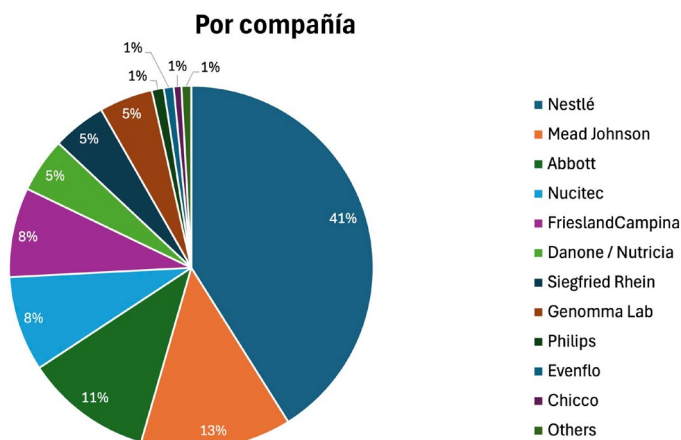
Entre el 05 de agosto 2025 (fecha de lanzamiento) y el 31 de enero 2026, se han detectado un total de 1,030 infracciones³. Las plataformas digitales que se están analizando actualmente son Facebook, Instagram y los sitios web de las empresas. Cabe señalar que cuando una publicación es compartida o republicada en redes

sociales, cada una de estas acciones se contabiliza como una entrada independiente en la base de datos. No obstante, por razones de privacidad, únicamente se registran los enlaces originales de las empresas que fueron compartidos o republicados. No se recopila información privada de los usuarios.

Compañías con infracciones detectadas⁴

Tabla 1: Compañías con infracciones detectadas

Compañía	Ejemplos de marcas	Número de entradas detectadas
Nestlé	NAN, Nidina, Nido, Gerber	423
Mead Johnson	Enfamil, Enfagrow	138
Abbott	Similac, Pediasure	116
Nucitec	Alpha Pro	87
FrieslandCampina	Friso Gold, Friso Gold Comfort Next	82
Danone / Nutricia	Nutrilon	50
Siegfried Rhein	Nutribaby	49
Genomma Lab	Novamil	49
Evenflo	Evenflo	9
Philips	Avent	11
Chicco	Chicco	7
Otras	-	9
Total		1,030



³ Aunque los datos utilizados en el presente informe fueron recopilados en el periodo comprendido entre el 05 de agosto de 2025 y el 31 de enero de 2026, se identificó que algunas de las páginas capturadas durante dicho intervalo contenían publicaciones con fechas que se remontan a abril de 2025.

⁴ El número de infracciones detectadas que se presentan en la tabla no representa una lista exhaustiva de las infracciones existentes.

Principales tipos de infracciones

- **Promoción al público:** Esta categoría incluye actividades de publicidad o promoción contempladas en el Artículo 5 del Código y en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México. Incluye publicaciones promocionales, muestras, descuentos, obsequios y el contacto con mujeres embarazadas o madres.
- **Etiquetado:** Esta categoría incluye infracciones relacionadas con los requisitos de etiquetado establecidos en el Artículo 9 del Código y en las resoluciones de la AMS (WHA) 58.32, así como en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México. Las infracciones incluyen etiquetas sin declaraciones que indiquen la superioridad de la lactancia materna, la necesidad de consultar a un profesional de la salud y advertencias sobre riesgos para la salud; la presencia de imágenes de lactantes u otras imágenes o textos que idealicen el uso de sucedáneos de la leche materna. Otras infracciones en esta categoría incluyen etiquetas sin advertencias de que la fórmula infantil en polvo puede contener microorganismos patógenos (contaminación intrínseca), así como la ausencia de indicaciones sobre su preparación y uso adecuados.
- **Información y educación:** Las infracciones en esta categoría están contempladas en el Artículo 4 del Código y en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México, que prohíben materiales informativos y educativos que idealicen el uso de sucedáneos de la leche materna, que no incluyan declaraciones que expliquen los beneficios de la lactancia materna, los riesgos para la salud asociados con la alimentación con biberón y los costos del uso de fórmulas infantiles. Asimismo, la información sobre productos que no sea objetiva y basada en evidencia científica también se incluye en esta categoría.
- **Declaraciones nutricionales y de salud:** Esta categoría incluye declaraciones nutricionales y de propiedades

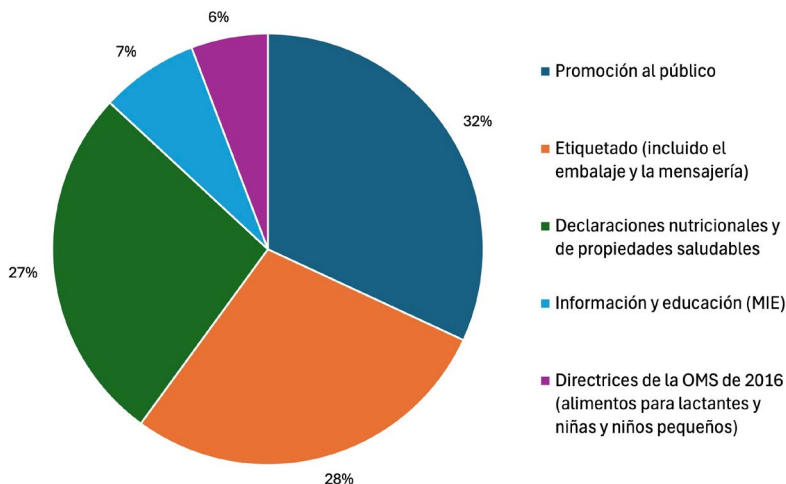
saludables (abordadas en las resoluciones de la AMS 58.32 y 63.23) que sugieren que el producto o sus ingredientes confieren beneficios especiales, incluido el papel fisiológico de un nutriente en el crecimiento, el desarrollo o las funciones normales del organismo. Estas declaraciones pueden aparecer en materiales promocionales o publicaciones en redes sociales y plataformas digitales, en las etiquetas de los productos y en materiales de información y educación.

- **Directrices de la OMS de 2016 (alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños):** Las infracciones en esta categoría incluyen la promoción inapropiada de alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños (0 a 3 años), incluidos mensajes que socavan la lactancia materna y la alimentación complementaria adecuada; la ausencia de mensajes que transmitan la importancia de la lactancia materna y de una alimentación complementaria adecuada; y la promoción cruzada entre alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños y sucedáneos de la leche materna.

Tabla 2: Principales tipos de infracciones

Tipos de infracciones	Descripción	Conteo
Promoción al público	Actividades de publicidad o promoción contempladas en el Artículo 5 del Código y en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México, incluidas publicaciones promocionales, muestras, descuentos, obsequios y el contacto con mujeres embarazadas o madres.	991
Etiquetado (incluido el embalaje y la mensajería)	Requisitos y prohibiciones de etiquetado establecidos en el Artículo 9 del Código y en la resolución 58.32 de la AMS, así como en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México.	873
Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables	Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables (abordadas en las resoluciones 58.32 y 63.23 de la AMS) que sugieren que el producto o sus ingredientes confieren beneficios especiales, incluido el papel fisiológico de un nutriente en el crecimiento, el desarrollo o las funciones normales del organismo.	834
Información y educación (MIE)	Requisitos y prohibiciones establecidos en el Artículo 4 del Código y en las disposiciones pertinentes de las medidas legales nacionales de México en relación con materiales de información y educación.	228
Directrices de la OMS de 2016 (alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños)	Promoción inapropiada de alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños, incluidos mensajes que socavan la lactancia materna y la alimentación complementaria adecuada; ausencia de mensajes que transmitan la importancia de la lactancia materna y de una alimentación complementaria adecuada; y promoción cruzada entre alimentos para lactantes y niñas y niños pequeños y sucedáneos de la leche materna.	179
Total	Cada infracción detectada puede incluir más de un tipo de infracción; cada tipo se contabiliza por separado. Por lo tanto, el número total de tipos es mayor que el número de infracciones detectadas.	3105

Principales tipos de infracciones



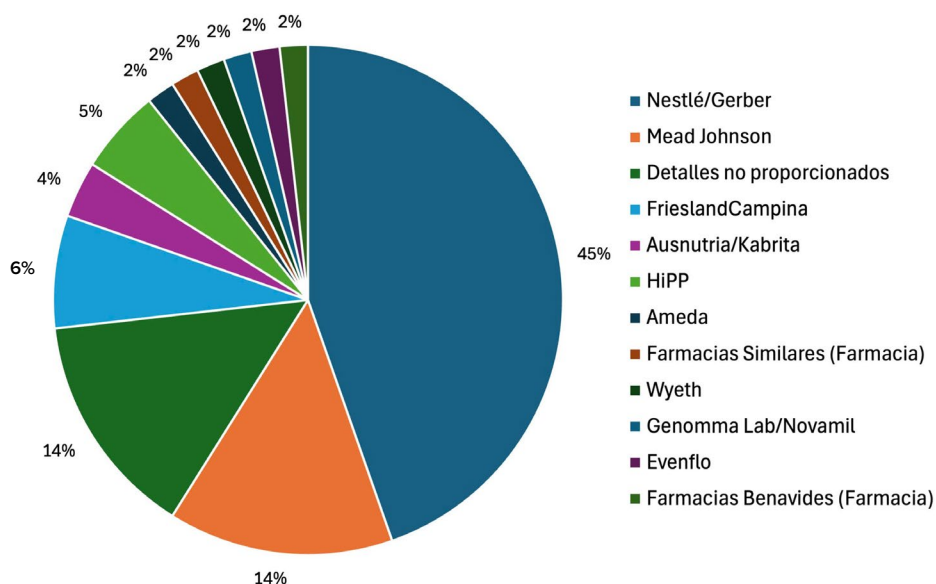
INFRACCIONES DENUNCIADAS POR EL PÚBLICO A TRAVÉS DEL FORMULARIO DE QUEJAS EN LÍNEA

Entre el 05 de agosto, 2025 (fecha de lanzamiento) y el 31 de enero de 2026, se han denunciado un total de 56 presuntas infracciones. Las siguientes tablas resumen los hallazgos con base en las empresas sobre las cuales se reportaron infracciones, los tipos y lugares donde se realizó el reporte.

Compañías involucradas en las potenciales infracciones reportadas

Compañía/Marca	Número de infracciones reportadas
Nestlé/Gerber	25
Mead Johnson	8
Detalles no proporcionados	8
FrieslandCampina	4
Ausnutria/Kabrita	2
HiPP	3
Ameda	1
Farmacias Similares (Farmacia)	1
Wyeth	1
Genomma Lab/Novamil	1
Evenflo	1
Farmacias Benavides (Farmacia)	1
Total	56

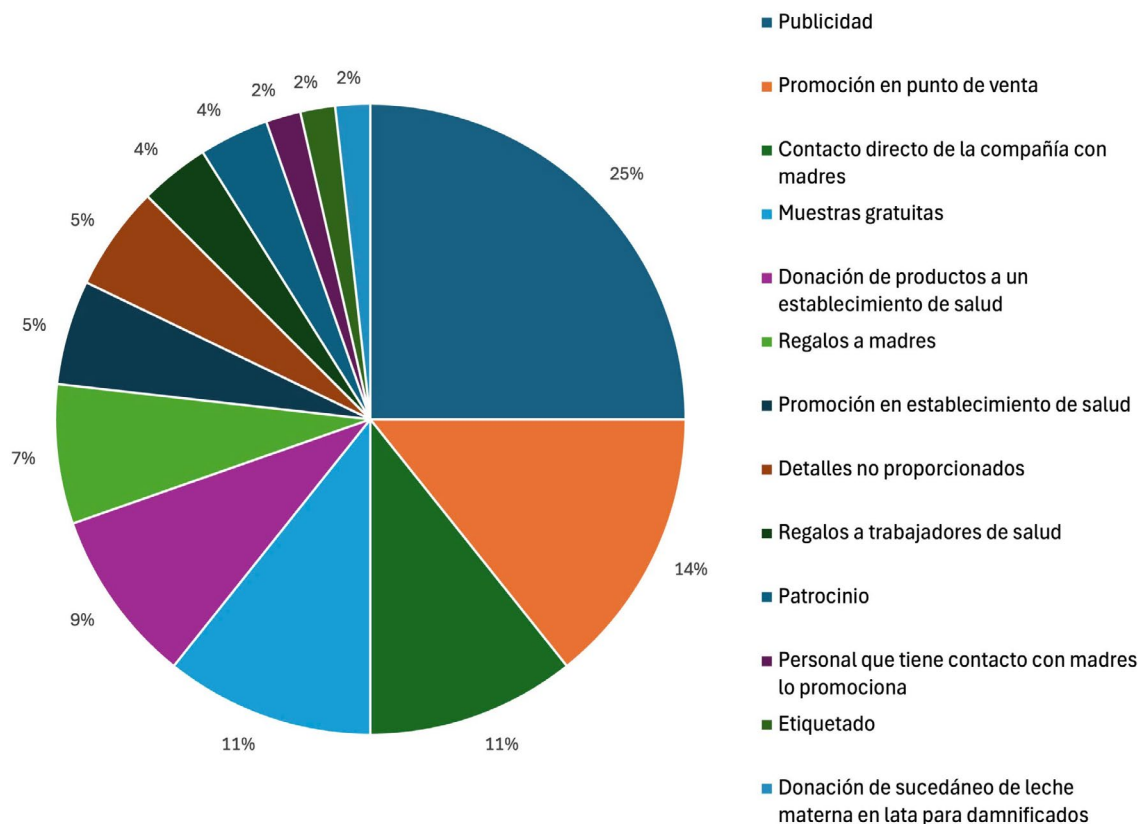
Porcentaje de infracciones reportadas por compañía involucrada



Tipo de infracción

Tipo de infracción	Número de infracciones reportadas
Publicidad	14
Promoción en punto de venta	8
Contacto directo de la compañía con madres	6
Muestras gratuitas	6
Donación de productos a un establecimiento de salud	5
Regalos a madres	4
Promoción en establecimiento de salud	3
Detalles no proporcionados	3
Regalos a trabajadores de salud	2
Patrocinio	2
Personal que tiene contacto con madres lo promociona	1
Etiquetado	1
Donación de sucedáneo de leche materna en lata para damnificados	1
Total	56

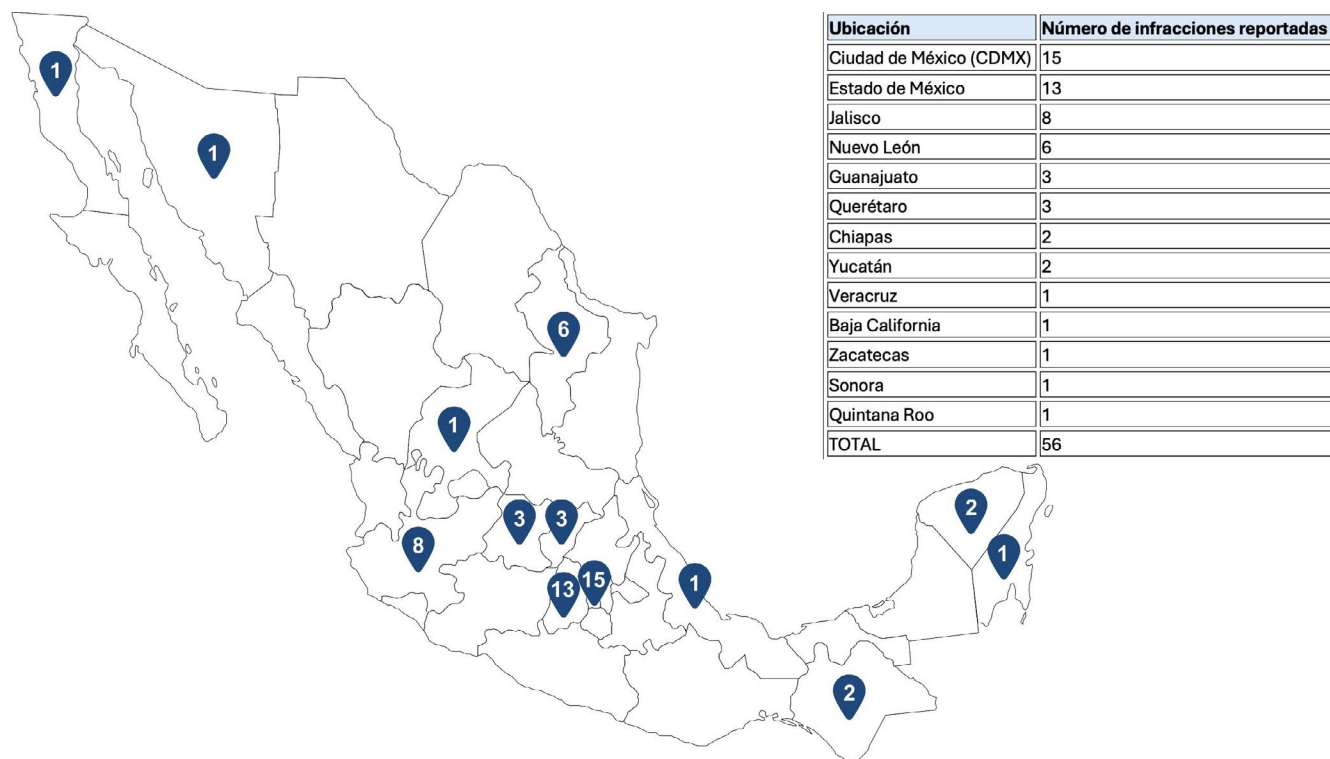
Porcentajes de infracciones reportadas



Ubicación

Ubicación	Número de infracciones reportadas
Ciudad de México (CDMX)	15
Estado de México	13
Jalisco	8
Nuevo León	6
Guanajuato	3
Querétaro	3
Chiapas	2
Yucatán	2
Veracruz	1
Baja California	1
Zacatecas	1
Sonora	1
Quintana Roo	1
Total	56

Figura 2: Ubicaciones marcadas con el número de infracciones denunciadas



Algunos ejemplos de infracciones reportadas



Se reportó un anuncio espectacular que promociona la leche de crecimiento Nidal (de Nestlé) dirigida a niñas y niños a partir de un año. La publicidad también incluye declaraciones nutricionales y de propiedades saludables, al afirmar que fortalece las defensas del sistema inmunológico del menor (observado el 06 de agosto de 2025 en Veracruz).



Un reporte de infracción indica que el etiquetado de un alimento complementario de Gerber utiliza declaraciones nutricionales y de propiedades saludables (la etiqueta señala que el producto “ayuda a la digestión”), lo cual contraviene la resolución WHA 63.23 y las medidas nacionales aplicables (observado el 15 de agosto de 2025 en Jalisco).



Se detectaron donaciones de sucedáneos de la leche materna en un establecimiento de salud. Las donaciones o el suministro a bajo costo están prohibidos por el Código, así como por las disposiciones legales nacionales aplicables (observado el 20 de enero de 2026 en Ciudad de México, CDMX).

PRINCIPALES TIPOS DE INFRACCIÓN

A continuación se presentan algunos de los temas de mercadotecnia que han surgido a partir de los hallazgos recopilados por Código Lactancia México desde su lanzamiento el 05 de agosto de 2025 hasta la fecha.

Incumplimiento directo del Código: Promoción generalizada de leches de crecimiento para niñas y niños a partir de un año de edad

El Código y las medidas nacionales pertinentes de México se aplican a todos los productos comercializados como sucedáneos de la leche materna (o cualquier alimento comercial presentado como sustituto parcial o total de la leche materna), así como a biberones y tetinas. Las Directrices de la OMS de 2016 aclaran además que los productos que funcionan como sucedáneos de la leche materna no deben ser promovidos. Estos productos incluyen no solo la fórmula infantil, sino también la fórmula de continuación y la leche de crecimiento (para niños pequeños), específicamente comercializadas para alimentar a lactantes y niñas y niños pequeños hasta los 3 años de edad.

Muchas de las promociones en línea presentan leches de crecimiento, las cuales están cubiertas por el Código y no deben ser promovidas. Con frecuencia,

las empresas utilizan nombres de marca muy similares (casi idénticos), diseños de envase, etiquetas, textos, imágenes, esquemas de color, símbolos o eslóganes en diversos productos de la misma “línea de productos” con fines de promoción cruzada. En estos casos, las empresas utilizan la leche de crecimiento para promover otros sucedáneos de la leche materna de la compañía (fórmula infantil y fórmula de continuación).

Es importante señalar que la Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible de México (adoptada en 2024) utiliza el Código como referente, y la promoción de cualquier fórmula láctea comercial hasta los 36 meses constituye también una infracción a las medidas nacionales.

La leche materna es el mejor alimento para los bebés y deberá continuar el mayor tiempo posible y apoyamos plenamente la recomendación de la Organización Mundial de la Salud de lactancia materna exclusiva durante los primeros seis meses de vida. Una nutrición materna saludable es clave para iniciar y mantener la lactancia materna. [Conoce más](#)



Nestlé (NAN Optimal Pro) no solo promueve su leche de crecimiento (leche #3), que está dentro del alcance del Código y de las medidas nacionales, sino que al hacerlo también promueve su fórmula infantil y su fórmula de continuación, que tienen una apariencia casi idéntica a la leche de crecimiento NAN Optimal Pro (ejemplo de promoción cruzada).

Declaraciones nutricionales y de salud engañosas como herramienta de mercadotecnia predeterminada y premium

La promoción de productos cubiertos por el alcance del Código constituye una infracción. La mayoría de los mensajes de mercadotecnia que aparecen en etiquetas de productos y en publicaciones en redes sociales afirman mejoras en la inteligencia, la agudeza visual, la digestión y la salud inmunológica del niño, atribuidas a aditivos como DHA (ácido docosahexaenoico), ARA (ácido araquidónico) y diversos prebióticos y probióticos, cuyas formulaciones se han convertido en herramientas centrales de promoción.

Estas declaraciones nutricionales y de propiedades saludables sugieren que el producto o sus ingredientes confieren beneficios especiales, incluido el papel fisiológico de un nutriente en el crecimiento, el desarrollo o las funciones normales del organismo. Sin embargo, estas afirmaciones carecen de sustento y no están respaldadas por evidencia científica (Cheung et al., 2023), y además están prohibidas por las resoluciones 58.32 y 63.23 de la AMS.

Además de la falta de evidencia de que estos aditivos cumplan las funciones que se les atribuyen, también podrían existir efectos adversos desconocidos.

Nestlé (NAN Expert Pro y Optimal Pro) afirma que sus productos pueden mejorar la digestión al reducir el cólico y el estreñimiento, y fortalecer la barrera intestinal. La empresa también sostiene que su ingrediente HMO (oligosacárido de la leche humana) imita la leche materna al añadir prebióticos especializados como 2'-FL para apoyar la función de la barrera intestinal. Comparar el producto con la leche materna implica idealizar, humanizar y maternalizar su uso, lo cual viola el Código y las medidas nacionales.



¿Mami, sientes lo que yo siento?

NAN® 3 CONFORT
EXCLUSIVA FORMULACIÓN DE INGREDIENTES
que pueden ayudar a reducir el cólico y estreñimiento para que tú y tu pequeña se sigan sintiendo de maravilla

Probiótico L. REUTERI®
HMO
3
CON 2'FL HMO
Proteína OPTIPRO
Prebióticos FOS-GOS



NAN
OPTIMALpro
3

Y sus ingredientes Pueden ayudar a fortalecer la barrera intestinal de tu pequeño

HMO
PROTEÍNA OPTIPRO
PROBIÓTICO L. CONFORTIS

La leche materna es el mejor alimento para los bebés y deberá continuarse el mayor tiempo posible. NAN® 3 Optimal Pro no es un sustituto de la leche materna, sino un alimento a base de leche, especialmente desarrollado para niños sanos a partir de 1 año en adelante. El uso de este producto debe hacerse bajo orientación de un profesional de la salud (médico o nutricionista). *Marcas Registradas bajo licencia de su titular: Société des Produits Nestlé S.A., Case Postale 353, 1800 Vevey Suisse.

Friso

¿Sabías que Friso® Gold 3 contiene **HMO 2'-FL**?

Un prebiótico clave que favorece el desarrollo de la microbiota

100% Hecho en HOLANDA

LA LECHE MATERNA ES EL MEJOR ALIMENTO PARA EL BEBÉ.

Friso

Milk Lipid Complex

Bienestar digestivo con Friso® Gold Comfort Next

FrieslandCampina, con sus productos Friso, sigue una estrategia similar, afirmando que el producto favorece el desarrollo de la microbiota intestinal y mejora el sistema digestivo.

Gerber® con

Prebióticos[^]

Sin Sal y sin azúcar añadida[^]

La incorporación a la dieta puede favorecer a la digestión[^] de tus pequeños

Las declaraciones engañosas también se utilizan para promover alimentos complementarios, como en el caso del puré de pera Gerber, que afirma mejorar la digestión, las defensas inmunológicas y la absorción de nutrientes.

Refuerzan el sistema inmunológico:

Contribuyen a fortalecer nuestras defensas naturales.

Aumentan la absorción de nutrientes:

Facilitan la absorción de minerales como: **calcio y magnesio.**

Acercamiento a madres y padres mediante temas de crianza, clubes y líneas de atención

El Código establece que las empresas no tienen permitido establecer contacto directo o indirecto con madres o padres. Sin embargo, a través de clubes en línea, salas de chat y líneas de atención telefónica, utilizan temas que pueden despertar el interés para acercarse a futuras madres y padres, así como a quienes tienen bebés recién nacidos.

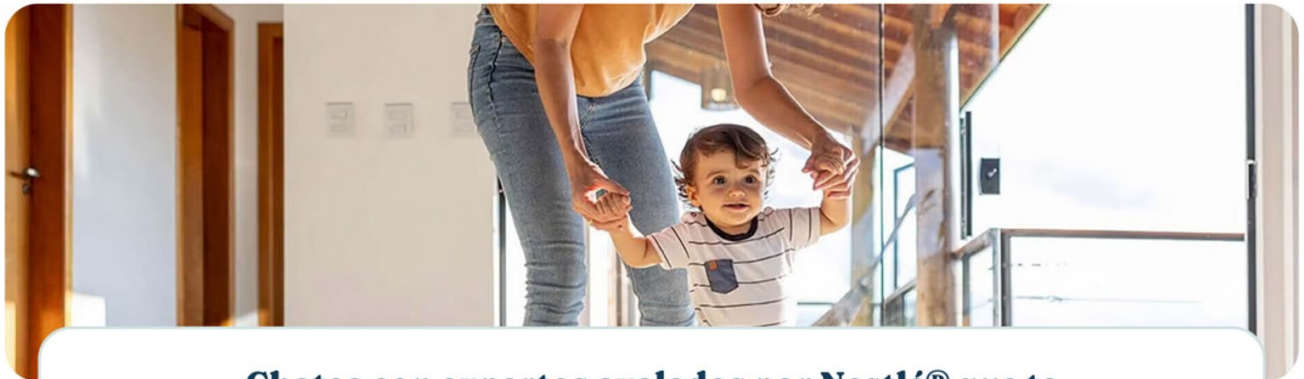
Estas plataformas suelen ofrecer blogs, artículos o videos sobre crianza y nutrición, los cuales están vinculados al registro en clubes de bebés administrados por la empresa o a líneas telefónicas para padres, recopilando información personal que puede utilizarse con fines de mercadotecnia.

En ocasiones, estas actividades no mencionan explícitamente productos cubiertos por el Código; sin embargo, de acuerdo con las Directrices de la OMS de 2016, no es necesario hacer referencia directa a una marca o producto para que una actividad sea considerada publicidad o promoción. Con frecuencia se utilizan íconos de marca, mascotas u otros elementos promocionales más indirectos, así como mensajes como “Baby & me” o “Mum & me”, para crear asociación con una marca o establecer un vínculo con productos de alimentación infantil.



Mead Johnson (Enfamil/Enfagrow) atrae a las madres con el Club EnfaBebé, ofreciendo información sobre embarazo, lactancia y consejos de nutrición, afirmando “acompañar a las madres en cada etapa del desarrollo del bebé”. La página está vinculada a la promoción y venta de productos.

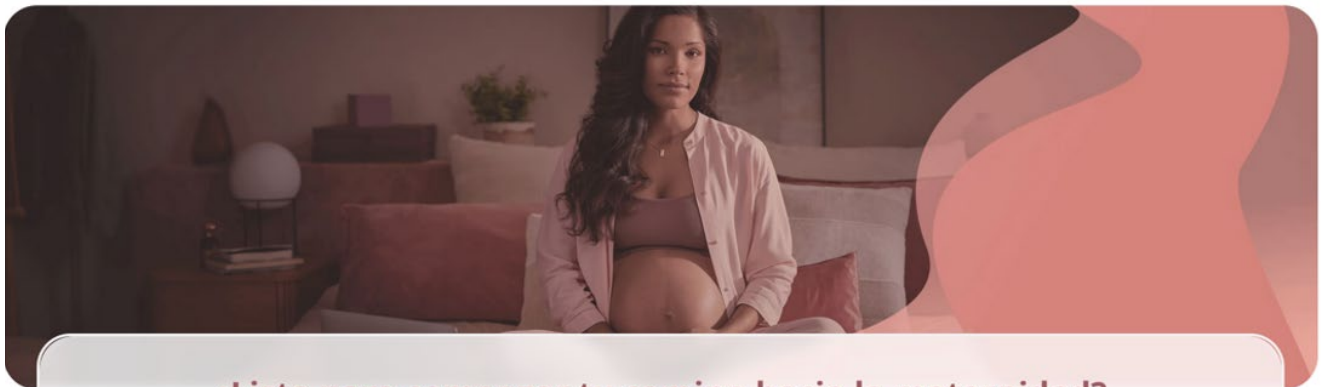
A screenshot of the "Nuestros Productos" section of the Club EnfaBebé website. The header is identical to the previous screenshot. The main heading is "Nuestros Productos". Below it, three cans of Enfagrow Pro Select infant formula are displayed. Each can has a "Conoce más" button below it. The first can is labeled "Enfagrow® Confort" and features a purple and white design. The second can is labeled "Enfagrow® Etapa 3" and features an orange and white design. The third can is labeled "Enfagrow® Etapa 4" and features a green and white design. The website also includes a search icon and a user profile icon in the top right corner.



Chatea con expertos avalados por Nestlé® que te entienden y acompañan en cada paso con tu bebé

Aquí te puedes conectar con profesionales listos para ofrecerte asesoramiento personalizado sobre nutrición y salud general. Accede a consejos expertos y resuelve tus dudas, todo desde la comodidad de tu hogar. ¡Comienza tu asesoramiento personalizado hoy mismo!

Chatea gratuitamente con los expertos >



¿Lista para comenzar tu camino hacia la maternidad?

Es normal tener dudas. Cada mujer recorre un camino único y especial. Estamos aquí para acompañarte, apoyarte y ayudarte a vivir esta etapa a tu manera.

Estamos contigo: apoyamos a la mujer que hay detrás de la mamá.



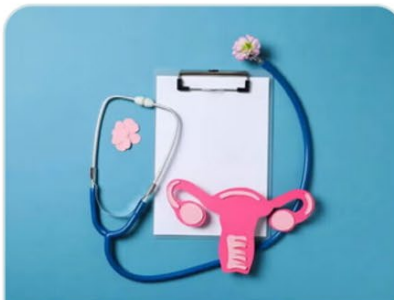
Descubre en qué áreas nuestros expertos pueden guiarte



Nutrición

Recibe orientación sobre la importancia de una alimentación equilibrada y nutritiva para el desarrollo infantil y cómo abordar las preferencias...

[Conoce a nuestros expertos](#)



Ginecología

Oriéntate sobre temas relacionados a la salud de la mujer, abordando temas relacionados con el ciclo menstrual, la salud reproductiva, el embarazo y la...

[Conoce a nuestros expertos](#)



Sueño Infantil

Consulta sobre rutinas de sueño saludables, cómo establecer horarios de descanso, y estrategias para abordar problemas comunes como el insomni...

[Conoce a nuestra experta](#)

Nuestras herramientas



Chatea gratis con expertos en maternidad 24/7

Nuestro equipo de especialistas, con sólida formación en salud y bienestar, esta aquí para brindarte orientación experta.

[Descubrir ahora](#)



Calculadora de Fecha de Parto

Usa la calculadora de parto para mantenerte al día en información sobre tu etapa y planear a tu futuro bebé

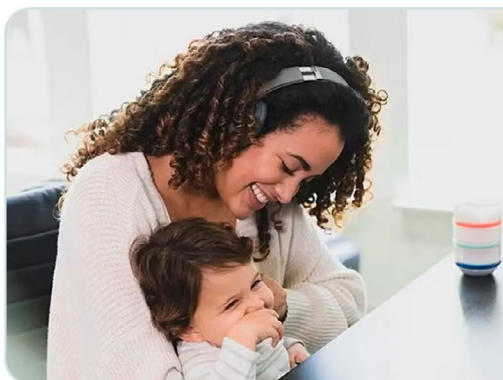
[Descubrir ahora](#)



Guía de Nombres para Bebé

Los nombres importan, por eso nosotros ayudamos a los padres a descubrir distintos nombres hasta que encuentren el perfecto.

[Descubrir ahora](#)



Contacta gratis a nuestros expertos en nutrición, maternidad y crianza

Nuestros expertos en lactancia, pediatría, nutrición, entre otras especialidades, resolverán tus dudas a través del chat gratuito o a través de la línea telefónica.

[Contacto](#)

[Llámanos al 8007376262](#)

Descubre en qué áreas nuestros expertos pueden guiarte



Nutrición

Recibe orientación sobre la importancia de una alimentación equilibrada y nutritiva para el desarrollo infantil y cómo abordar las preferencias...

[Conoce a nuestros expertos](#)



Ginecología

Oriéntate sobre temas relacionados a la salud de la mujer, abordando temas relacionados con el ciclo menstrual, la salud reproductiva, el embarazo y la...

[Conoce a nuestros expertos](#)



Sueño Infantil

Consulta sobre rutinas de sueño saludables, cómo establecer horarios de descanso, y estrategias para abordar problemas comunes como el insomni...

[Conoce a nuestra experta](#)

[¡Regístrate!](#)



Marcas



[Top menu](#)

[Mapa de sitio](#)

[Aviso importante](#)

Creemos que la lactancia materna es el comienzo nutrimental ideal para los bebés y apoyamos plenamente la recomendación de la Organización Mundial de la Salud de amamantar exclusivamente durante los primeros seis meses de vida, seguida de la introducción de alimentos complementarios nutritivos adecuados junto con la lactancia materna continua hasta los dos años de edad. También reconocemos que la lactancia materna no siempre es...

Nestlé utiliza FamilyNes para acercarse a mujeres embarazadas y nuevos padres, ofreciendo acceso a asesoría de expertos en diversas áreas relacionadas con el embarazo, la nutrición y el desarrollo de lactantes y niñas y niños pequeños. En la parte inferior de la página se incluyen enlaces a la promoción de productos.

CONSIDERACIONES FINALES

Las infracciones no son aisladas, son sistemáticas. El entorno digital se ha convertido en el principal espacio de vulneración del Código. Se identificó un número significativo de presuntas infracciones a través de mecanismos de detección digital y de reportes manuales, con datos recopilados del 05 de agosto de 2025 al 31 de enero de 2026. En el caso de las plataformas digitales, también se incluyeron publicaciones anteriores al 05 de agosto de 2025, ya que el detector de IA pudo analizar contenidos desde el 25 de abril de 2025 en adelante⁵.

En las plataformas digitales (Facebook, Instagram y sitios web de las empresas), se detectaron un total de 1,030 presuntas infracciones. Nestlé (423), Mead Johnson (138) y Abbott (116) se encuentran entre las empresas con mayor número de infracciones detectadas. Es importante señalar que las frecuencias de infracciones detectadas son únicamente referenciales y no reflejan el número real de infracciones existentes, ya que la detección no puede ser exhaustiva, debido a que las empresas utilizan múltiples estrategias y canales digitales para llegar a los consumidores e inundar fácilmente las plataformas en línea con contenido que parece personal. Al mismo tiempo, las redes sociales han fomentado nuevas estrategias que no son reconocibles como publicidad, como las publicaciones de influencers de redes sociales y contenido generado por usuarios que a veces suelen localizarse en grupos cerrados, los cuales quedan fuera del alcance de Código Lactancia.

En cuanto a los reportes recibidos a través del sistema en línea, se registraron un total de 56 reportes (correspondientes a infracciones observadas entre el 05 de agosto de 2025 y el 31 de enero de 2026). Las empresas más frecuentemente reportadas fueron Nestlé/Gerber (25), Mead Johnson (8) y FrieslandCampina (4). Ocho reportes no incluyeron información sobre la empresa. Los tipos de infracción más reportados fueron promoción al público (14), seguida de promoción en punto de venta (8) y contacto entre la empresa y madres (6). El mayor número de reportes provino de Ciudad de México (CDMX) y Estado de México (28 en conjunto).

Este informe proporciona evidencia de que las prácticas de mercadotecnia poco éticas que socavan la lactancia materna y la alimentación óptima de lactantes, niñas y niños pequeños en México siguen siendo generalizadas. México cuenta con la capacidad institucional para monitorear y hacer cumplir la normativa. Sin embargo, hasta la fecha no se han adoptado medidas frente al incumplimiento del Código. La aplicación efectiva solo puede llevarse a cabo cuando existen medidas legales claras, y depende de un sistema de monitoreo eficiente, un conjunto de sanciones adecuadas y disuasorias, y una infraestructura jurídica sólida. Si bien el marketing digital ha generado desafíos adicionales para el monitoreo y la aplicación, se espera que los hallazgos y la implementación de Código Lactancia México contribuyan a fortalecer la eficiencia y transparencia del monitoreo, mejorar el análisis de datos y facilitar acciones de cumplimiento en territorio.

⁵ Aunque los datos utilizados en el presente informe fueron recopilados en el periodo comprendido entre el 05 de agosto de 2025 y el 31 de enero de 2026, se identificó que algunas de las páginas capturadas durante dicho intervalo contenían publicaciones con fechas que se remontan a abril de 2025.



RECOMENDACIONES: UN LLAMADO A LA ACCIÓN

1. Iniciar la aplicación de la normativa sin más demora y adoptar una estrategia de cumplimiento gradual y focalizada. La evidencia de infracciones se está acumulando y muchas son de acceso público. La aplicación no necesariamente requiere operativos de gran escala que aborden todas las infracciones simultáneamente. Puede integrarse en inspecciones rutinarias y alinearse con la capacidad gubernamental existente. Dado que las estrategias de mercadotecnia suelen estar centralizadas y son uniformes a nivel nacional (en particular en materia de etiquetado y marketing digital), debe evitarse la duplicación de esfuerzos. El enfoque inicial debe priorizar infracciones altamente visibles y fácilmente verificables, incluyendo etiquetado y promoción en puntos de venta y medios digitales, asegurando el cumplimiento con la NOM-131-SSA-2012 y otras disposiciones legales nacionales pertinentes. Las acciones tempranas y concretas —incluyendo cartas de advertencia, plazos para corrección y sanciones cuando sea necesario— establecerán precedentes y un efecto disuasorio. Posteriormente, las autoridades pueden ampliar progresivamente la aplicación hacia áreas más complejas, como la promoción dentro de los sistemas de salud, conforme se fortalezca la experiencia institucional.

2. Ampliar la sensibilización pública sobre el Código. Más allá de promover la lactancia materna, las campañas de información y educación pública deben abordar las prácticas de mercadotecnia perjudiciales que la socavan y reforzar la importancia de hacer cumplir el Código y las disposiciones legales nacionales. La sensibilización pública puede incluir esfuerzos para invitar a la población en general a utilizar el sistema de reportes de Código Lactancia México y participar activamente en el monitoreo.


3. Fortalecer la sensibilización sobre el Código entre profesionales de la salud. Por su relación personal, las y los profesionales de la salud ejercen una influencia significativa sobre madres y familias con relación a la alimentación infantil. Se requiere un mayor esfuerzo de comunicación más amplios para abordar brechas persistentes de conocimiento. La sensibilización sobre el Código y temas relacionados debe incorporarse tanto en la formación previa al servicio, como en la capacitación continua del personal de salud.

4. Garantizar la rendición de cuentas de las plataformas de redes sociales. Las plataformas de redes sociales, junto con los fabricantes y distribuidores de sucedáneos de la leche materna y alimentos para lactantes, niñas y niños pequeños, deben asumir responsabilidad por el incumplimiento de la legislación nacional y del Código. Estas plataformas digitales que alojan innumerables actividades de mercadotecnia inapropiada suelen considerarse neutrales. Sin embargo, el peso del Código como recomendación global destinada a proteger la salud infantil implica que el papel de las redes sociales como facilitadoras de prácticas de mercadotecnia depredadora no puede considerarse inocuo.

5. Armonizar la legislación nacional con la Resolución WHA 78.18 y la Guía de la OMS de 2023. La Guía de la OMS de 2023 tiene como objetivo proporcionar recomendaciones a los gobiernos para desarrollar y aplicar medidas regulatorias destinadas a restringir el marketing digital de productos comprendidos en el ámbito del Código y de alimentos para lactantes, niñas y niños pequeños, incluyendo el marketing digital en contextos humanitarios y de emergencia.

REFERENCIAS

1. **Alive & Thrive. (2022).** The Cost of Not Breastfeeding Tool. www.aliveandthrive.org/en/the-cost-of-not-breastfeeding-tool.
2. **Aureoles García, V., Unar Munguía, M., Santos Guzmán, A., Tolentino Mayo, L., & Pérez Escamilla, R. (2025).** Digital marketing claims and their association with the perceptions of parents of children under 2 years old of commercial milk formulas in Mexico. *Maternal & Child Nutrition*, **21(3)**, e70001. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/mcn.70001>
3. **Backholer, K., Nguyen, L., Vu, D., Ching, C., Baker, P., & Mathisen, R. (2025).** Violations of Vietnamese laws related to the online marketing of breastmilk substitutes: Detections using a virtual violations detector. *Maternal & Child Nutrition*, **21(1)**, e13680. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/mcn.13680>
4. **Cheung, K. Y., Petrou, L., Helfer, B., Porubayeva, E., Dolgikh, E., Ali, S., ... & Munblit, D. (2023).** Health and nutrition claims for infant formula: international cross sectional survey. *bmj*, **380**. <https://www.bmj.com/content/380/bmj-2022-071075>.
5. **Ching, C., Zambrano, P., Nguyen, T. T., Tharaney, M., Zafimanjaka, M. G., & Mathisen, R. (2021).** Old tricks, new opportunities: how companies violate the international code of marketing of breast-milk substitutes and undermine maternal and child health during the COVID-19 pandemic. *International journal of environmental research and public health*, **18(5)**, 2381. <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/5/2381>.
6. **González-Castell, L. D., Unar-Munguía, M., Bonvecchio-Arenas, A., Rivera-Pasquel, M., Lozada-Tequeanes, A. L., Ramírez-Silva, C. I., ... & Rivera-Dommarco, J. Á. (2024).** Lactancia materna. *Salud pública de México*, **66(4)**, 500-510. <https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/15898/12575>.
7. **Hernández-Cordero, S., Lozada-Tequeanes, A. L., Shamah-Levy, T., Lutter, C., González de Cosío, T., Saturno-Hernández, P., Rivera Dommarco, J., & Grummer-Strawn, L. (2019).** Violations of the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes in Mexico. *Maternal & child nutrition*, **15(1)**, e12682. <https://doi.org/10.1111/mcn.12682>.
8. **Hernández-Cordero, S., Vilar-Compte, M., Castañeda-Márquez, A. C., Rollins, N., Kingston, G., & Pérez-Escamilla, R. (2022).** Exposure to marketing of breastmilk substitutes in Mexican women: Sources and scope. *International breastfeeding journal*, **17(1)**, 16. <https://doi.org/10.1186/s13006-022-00455-y>.
9. **Keats, E. C., Das, J. K., Salam, R. A., Lassi, Z. S., Imdad, A., Black, R. E., & Bhutta, Z. A. (2021).** Effective interventions to address maternal and child malnutrition: an update of the evidence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, **5(5)**, 367-384. [https://www.thelancet.com/journals/lanchi/article/PIIS2352-4642\(20\)30274-1/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lanchi/article/PIIS2352-4642(20)30274-1/abstract).
10. **Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible”, Diario Oficial de la Federación, 2024.** <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAAS.pdf>.
11. **Mota-Castillo, P. J., Unar-Munguía, M., Santos-Guzmán, A., Ceballos-Rasgado, M., Tolentino-Mayo, L., Barquera, S., ... & Bonvecchio, A. (2023).** Digital marketing of commercial breastmilk substitutes and baby foods: strategies, and recommendations for its regulation in Mexico. *Globalization and health*, **19(1)**, 8.
12. **Mota-Castillo P, Unar-Munguía M. El Marco Legal del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna. Revista Tiempo de Derechos. Octubre 2025. Pag 8-10.** <https://www.tiempodederechos.mx/index.php/component/content/article/201-octubre-2025?catid=92&Itemid=437>
13. **Organización Mundial de la Salud (OMS). (2022a).** Multi-country study examining the impact of marketing of breast-milk substitutes on infant feeding decisions and practices: commissioned report (No. WHO/UHL/MCA/22.01). *World Health Organization*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240044609>.
14. **Organización Mundial de la Salud (OMS). (2022b).** Scope and impact of digital marketing strategies for promoting breastmilk substitutes. *World Health Organization*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240046085>.
15. **Organización Mundial de la Salud (OMS). (2023).** Global Congress on Implementation of the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes. *Organización Mundial de la Salud*. <https://www.who.int/publications/m/item/global-congress-on-implementation-of-the-international-code-of-marketing-of-breast-milk-substitutes>.
16. **Organización Mundial de la Salud (OMS). (2023).** Guidance on regulatory measures aimed at restricting digital marketing of breast-milk substitutes. *World Health Organization*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240084490>.
17. **Organización Mundial de la Salud (OMS). (2024).** Marketing of breast-milk substitutes: national implementation of the International Code, status report 2024. *World Health Organization*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240094482>.
18. **Rollins, N., Piwoz, E., Baker, P., Kingston, G., Mabaso, K. M., McCoy, D., ... & Hastings, G. (2023).** Marketing of commercial milk formula: a system to capture parents, communities, science, and policy. *The Lancet*, **401(10375)**, 486-502. [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(22\)01931-6/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(22)01931-6/fulltext).
19. **Smith, J., Lellamo, A., Nguyen, T., Borg, B., Mathisen, R., & Stubbs, T. (2024).** Human milk: a win-win-win for health, sustainability, and economics. *Field Exchange*, **72(4)**. <https://www.enonline.net/fex/72/en/human-milk-win-win-win-health-sustainability-and-economics>.

- 
20. Unar-Munguía, M., Santos-Guzmán, A., Mota-Castillo, P. J., Ceballos-Rasgado, M., Tolentino-Mayo, L., Aguilera, M. S., ... & Bonvecchio, A. (2022). Digital marketing of formula and baby food negatively influences breast feeding and complementary feeding: a cross-sectional study and video recording of parental exposure in Mexico. *BMJ global health*, 7(11). <https://gh.bmj.com/content/7/11/e009904>.
 21. Unar Munguía, M., Ceballos Rasgado, M., Mota Castillo, P. J., Santos Guzman, A., Aureoles García, V., Moran, V. H., ... & Markwell, K. (2025). Formative Research for the Development and Implementation of a Smartphone Application to Report Breaches to the International Code of Marketing of Breast Milk Substitutes in Mexico. *Maternal & Child Nutrition*, 21(3), e70014. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/mcn.70014>.
 22. Victora, C. G., Bahl, R., Barros, A. J., França, G. V., Horton, S., Krasevec, J., ... & Rollins, N. C. (2016). Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. *The lancet*, 387(10017), 475-490. [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(15\)01024-7/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(15)01024-7/abstract).

ORGANIZACIONES ASOCIADAS

