



**Declaración de B Lab en relación con asuntos controversiales:  
marketing de sustitutos de la leche materna  
Actualizada en abril de 2022**

## Abordaje de B Lab en relación con asuntos controversiales y con la Certificación de Empresa B

En su carácter de empresas con fines de lucro que cumplen los más rigurosos estándares generales de transparencia, responsabilidad y desempeño social y ambiental, las Empresas B Certificadas lideran el movimiento que utiliza los negocios para generar un impacto positivo en el mundo.

Ya sea a partir de la información que brinda la empresa en su [Cuestionario de divulgación de información confidencial](#), de un reporte generado por un tercero a través del [Proceso de denuncia](#) formal de B Lab o de información públicamente disponible sobre los estándares y requisitos de la Certificación de Empresa B, es habitual que surjan preguntas complejas sobre qué peso deberían tener ciertos asuntos controversiales del mundo de los negocios en la elegibilidad de una empresa para obtener la Certificación. El [Consejo Asesor de Estándares](#) independiente de B Lab se encarga de determinar estos asuntos, en el marco del proceso de revisión de la información provista.

El Cuestionario de divulgación de información confidencial de B Lab es la base de este proceso de revisión, que abarca industrias y prácticas sensibles, resultados potencialmente negativos y sanciones, y está diseñado a partir de estándares y evaluaciones independientes, como la Lista de exclusión de IFC y las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo. No obstante, dado que ninguna lista de cuestiones sensibles estará absolutamente completa, B Lab se reserva el derecho de realizar procesos de revisión similares ante temas que no estén actualmente en el Cuestionario de divulgación de información confidencial, pero que podrían ser un motivo significativo de preocupación para las partes interesadas y que potencialmente podrían infringir la Declaración de Interdependencia del movimiento de Empresas B.

Ante nuevas industrias o cuestiones emergentes para las cuales aún no hay un modelo de toma de decisiones, B Lab investiga el tema para ayudar a informar la decisión del Consejo Asesor de Estándares. Esta investigación se basa en fuentes secundarias recopiladas por el equipo de B Lab con el objetivo de identificar y comprender los diversos motivos de preocupación en relación con esa industria o ese tema y las diversas perspectivas de las partes interesadas. Esto incluye un análisis de la cobertura mediática de la industria y su impacto, cómo se analiza el tema en otros estándares, políticas públicas actuales y recomendaciones públicas de organizaciones sin fines de lucro y otros expertos, ejemplos (potencialmente positivos y negativos) de referentes

que son parte de la industria, entrevistas con partes interesadas expertas y otros comentarios públicos y perspectivas a nivel general. A su vez, este contenido se utiliza con el fin de desarrollar el marco para la revisión del Consejo Asesor de Estándares, y determina qué tipos de preguntas debe responder cada empresa como parte de su revisión.

Con respecto a las industrias controversiales, existe una tensión natural y saludable entre la tendencia a excluir de la elegibilidad para la Certificación de Empresa B a todas las empresas en estas industrias y la *necesidad de un liderazgo* que posibilite la transformación de la cultura, el comportamiento y el impacto de dichas industrias. Si bien B Lab y su [Consejo Asesor de Estándares](#) pueden determinar que una industria en su totalidad no sea elegible para la certificación debido a sus prácticas o impactos negativos, también reconocen que, dentro de las industrias controversiales, puede haber empresas que gestionan de manera significativa estos posibles impactos negativos o controversias. En estas circunstancias, es más importante poder distinguir entre los buenos y malos actores, así como entre las empresas con desempeño bueno, mejor y excelente, mediante estándares estrictos de desempeño social y ambiental verificado, responsabilidad jurídica y transparencia pública. La existencia de estándares creíbles y transparentes beneficia a todas las partes interesadas, ya que da lugar a mejores decisiones en cuanto a políticas, inversiones, compras y empleo.

Teniendo en cuenta que existen puntos de vista diversos y razonables en cuanto a qué es lo que contribuye a una prosperidad compartida y durable para todos, B Lab y su Consejo Asesor de Estándares decidirán sobre la elegibilidad para la Certificación de Empresa B y, en caso positivo, les exigirán a las empresas de industrias, políticas y prácticas controversiales que sean transparentes en torno a sus prácticas y a cómo trabajan para gestionar y mitigar estas cuestiones. Además, B Lab documentará y compartirá estas posturas públicamente para que todas las partes interesadas, incluidos los ciudadanos y los responsables políticos, elaboren sus propios juicios sobre el desempeño de una empresa y fomenten debates públicos serios y constructivos sobre cuestiones relevantes. Las declaraciones y los marcos existentes sobre cuestiones controversiales de B Lab se encuentran disponibles [aquí](#).

Al igual que los estándares de B Lab, estos marcos están sujetos a modificaciones, y esperamos poder mejorarlos en el futuro. B Lab celebra otros puntos de vista a medida que continúa ampliando su perspectiva y espera contribuir a un debate constructivo sobre el rol de los negocios en la sociedad.

Independientemente de la elegibilidad para la Certificación de Empresa B, las empresas de cualquier industria pueden usar la [Evaluación de Impacto B](#) como herramienta de gestión del impacto con el objetivo de evaluar y mejorar sus prácticas generales y/o de adoptar una estructura jurídica de gobernanza de las partes interesadas (por ejemplo, una [empresa de beneficio e interés colectivo](#)) adecuada a la estructura corporativa y a la jurisdicción actuales de la empresa.

Si tiene alguna pregunta o un comentario sobre el abordaje de B Lab en cuanto a las cuestiones que figuran a continuación, envíe un correo electrónico al equipo de Gestión de Estándares de B Lab a [standardsmanagement@bcorporation.net](mailto:standardsmanagement@bcorporation.net).

## Marketing de sustitutos de la leche materna y Certificación de Empresa B

Las prácticas de marketing de las empresas que participan en la producción y la venta de sustitutos de la leche materna (definidos por la OMS como productos para bebés y niños de hasta 36 meses) son controversiales debido al riesgo relacionado con que determinadas prácticas de marketing podrían generar una influencia indebida en la elección de una madre en cuanto a la lactancia, lo que, a su vez, podría tener un impacto negativo en la salud de los bebés.<sup>1</sup>

En respuesta a estas inquietudes, la Organización Mundial de la Salud adoptó el [Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna](#), que recomienda una serie de restricciones en el “marketing de sustitutos de la leche materna para garantizar que no se desaliente la lactancia materna y que los sustitutos se usen de manera segura si son necesarios”. Access to Nutrition, una organización sin fines de lucro independiente, produce el [Índice Access to Nutrition \(ATNI\)](#) que mide el desempeño de los proveedores más importantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios, en particular en torno a la relación con el Código de la OMS y las resoluciones subsiguientes.<sup>2</sup>

En función de estos estándares de terceros, B Lab y su [Consejo Asesor de Estándares](#) independiente han tomado las siguientes decisiones en relación con la posibilidad de que estas empresas sean elegibles para la Certificación de Empresa B:

### **1. En el caso de todas las empresas que figuran en el Índice de Access to Nutrition (ATNI)<sup>3</sup>**

#### ***Puntaje inicial mínimo (para lograr la Certificación):***

---

<sup>1</sup> El Código se aplica a las prácticas de marketing y a otras prácticas relacionadas en cuanto a los siguientes productos: sustitutos de la leche materna, incluida la fórmula para bebés. Se entiende por esto todas las leches (o los productos que puedan utilizarse como reemplazo de la leche) que se comercialicen específicamente para la alimentación de bebés y niños de hasta 3 años, incluidas la fórmula de seguimiento y las leches de crecimiento y otros alimentos y bebidas que se promuevan como adecuados para alimentar a un bebé durante los primeros seis meses de vida, periodo en el que se recomienda la lactancia materna exclusiva. Esto incluye los tés, jugos y aguas para bebés, y los biberones y las tetinas de alimentación.

<sup>2</sup>Todas las referencias al “Código” que figuren en este documento corresponden al Código de la OMS y a las resoluciones posteriores de la AMS, a menos que se indique lo contrario. En el momento de la elaboración de este memorando, eso incluye las resoluciones de la AMS hasta la resolución 69.9, inclusive.

<sup>3</sup> Nota: La referencia al ATNI y el uso de esta métrica fueron determinados en función de un compromiso con ATNI, entre otras partes interesadas. Sin embargo, al ser una organización de calificación independiente, ATNI no avala oficialmente los umbrales específicos involucrados.

**Para poder ser elegibles para la certificación de Empresa B, las empresas deben alcanzar un puntaje inicial mínimo del 55 % del Índice ATNI.**

Si se produce un cambio significativo en los puntajes como resultado de modificaciones en la metodología de puntuación del ATNI o en los países seleccionados para la evaluación de BMS/CF 2 que, por consiguiente, haga que una empresa quede por debajo del umbral de puntaje del 55 %, si la empresa sigue estando dentro del grupo del 20 % de las mejores empresas del índice, mantendría su elegibilidad para la certificación de Empresa B.<sup>4</sup>

***Puntaje mínimo avanzado (para mantener la Certificación): Aunque todas las Empresas B —al igual que otras empresas— deben aspirar a cumplir el código en su totalidad y obtener un puntaje del 100 %, para demostrar esta aspiración, deben alcanzar y mantener un puntaje mínimo de, al menos, el 75 % en el Índice ATNI antes de 2030.***

Si una empresa queda temporalmente por debajo del umbral después de haber alcanzado el puntaje aspiracional, para mantener la certificación, deberá tener un plan de reparación con un límite de tiempo y deberá poder alcanzar el umbral del 75 % al momento de la publicación del próximo Índice ATNI.

A continuación, ofrecemos información adicional sobre la metodología de puntuación y la justificación de estos umbrales específicos.

## ***2. En el caso de todas las subsidiarias de empresas que figuren en el ATNI***

Las subsidiarias de las empresas que figuran en el índice son elegibles para recibir la certificación en estos casos:

- a) La empresa matriz cumple los requisitos de elegibilidad anteriores, y la subsidiaria ha aplicado la política de la empresa matriz y cumple las leyes nacionales en caso de que estas sean más estrictas que la política de la empresa matriz.
- b) La empresa matriz no cumple los requisitos de elegibilidad anteriores, pero la subsidiaria cumple las expectativas inmediatas del Llamado a la acción de BMS (que figura en el punto 3 incluido a continuación) en el momento de la certificación y cumple el Código en su totalidad antes de 2030.

## ***3. En el caso de todas las empresas que no figuren en el ATNI***

Las empresas que no figuren en el ATNI deben cumplir como mínimo las expectativas inmediatas del Llamado a la acción de BMS (que figura a continuación) al momento de la certificación para ser elegibles, y deben cumplir la totalidad del Código antes de 2030 para mantener la certificación.

---

<sup>4</sup> Según el último índice publicado, solo dos de las nueve empresas incluidas alcanzarían el umbral mínimo. Según el índice anterior de 2018, ninguna empresa hubiese alcanzado el umbral en ese momento.

Las expectativas inmediatas del Llamado a la acción de BMS son las siguientes:

*Tener una política vigente que cumpla, como mínimo, los siguientes criterios:*

- abarque productos diseñados para el uso de 0 a 12 meses después del nacimiento;
- tenga aplicación global;
- se aplique en jurisdicciones con reglamentaciones menos estrictas o sin reglamentaciones, y cumpla las leyes nacionales en caso de que estas sean más estrictas que la política.

#### **4. Prácticas de lobby:**

Además de los requisitos anteriores, todos los fabricantes de BMS/CF deben apoyar las leyes que coincidan plenamente con el Código; también deben divulgar sus políticas sobre el *lobby*, las prácticas específicas de *lobby* en relación con los BMS/CF y las áreas de incumplimiento del Marco de Lobby Responsable (RLF). Las áreas de incumplimiento del Marco de Lobby Responsable serán evaluadas según cada caso y, si se considera importante, serán remitidas al Consejo Asesor de Estándares para que este determine si se consideran motivo para la inelegibilidad.

#### **5. Distribuidores:**

Las empresas mayoristas y minoristas que tengan >1 % de las ganancias de la venta de BMS/CF deben cumplir los mismos requisitos de elegibilidad que las empresas que no figuren en el ATNI con respecto a los elementos del Código sobre distribuidores.

#### **6. Requisitos de divulgación**

Todos los fabricantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios, y las empresas mayoristas y minoristas que tengan >1 % de las ganancias de la venta de estos productos deben cumplir los requisitos de elegibilidad anteriores, deben divulgar sus prácticas de marketing y su puntaje en el índice ATNI (en el caso de las empresas que figuren en el ATNI) y las áreas de incumplimiento del Código. Por otra parte, los fabricantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios deben divulgar sus políticas y prácticas de *lobby* en relación con el RLF, incluida su afiliación a asociaciones de la industria, en el contexto específico de los sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios.

Los criterios de elegibilidad propuestos volverán a analizarse en 2030 a fin de incorporar cualquier modificación significativa en el mercado o el índice ATNI. Además, se definirán expectativas nuevas para las empresas involucradas en el marketing de sustitutos de leche materna y alimentos complementarios.

*Las Empresas B existentes que se hayan certificado de acuerdo con los estándares anteriores establecidos por el Consejo Asesor de Estándares mantendrán su certificación hasta el*

*momento de la próxima recertificación a fin de que tengan el tiempo suficiente para cumplir estos criterios de elegibilidad más estrictos, que se aplicarán en su segunda recertificación.*

## **Descripción general de la industria y problemáticas significativas**

La controversia en torno al impacto de los sustitutos de la leche materna (o la “fórmula para bebés”) existe desde la década de 1970. Las críticas son, en pocas palabras, las siguientes:

1. La leche materna es la opción más saludable para todos los bebés.
2. Cualquier sustituto de la leche materna es, por naturaleza, menos saludable y presenta riesgos adicionales que pueden tener un impacto negativo en la salud del bebé<sup>5</sup>.
3. Las empresas que producen y venden sustitutos de leche materna participan en prácticas de marketing que pueden generar una influencia indebida en las madres a fin de que usen fórmula para bebés en lugar de amamantar<sup>6</sup>.
4. Como resultado de estas tres denuncias, se argumenta que las empresas que comercializan sustitutos de leche materna de manera irresponsable tienen un impacto negativo en la salud de los bebés y aumentan el riesgo de mortalidad infantil<sup>7</sup>.

Cabe destacar que, en algunas circunstancias, el uso de la fórmula para bebés es necesario en términos médicos o económicos (p. ej., cuando las madres no pueden producir leche materna o si las madres necesitan volver a trabajar por motivos económicos). Incluso más allá de los casos donde pueda ser necesario, la decisión entre amamantar o usar fórmula depende de cada madre. Por estos motivos, la controversia no está relacionada necesariamente con la naturaleza del producto (los sustitutos de la leche materna como una categoría de productos no son inherentemente malos), sino con la posibilidad de que el marketing del producto trastoque la capacidad de una mamá de tomar una decisión independiente e informada que sea lo mejor para ella y su bebé. Si bien la controversia ha sido más intensa en relación con los mercados emergentes, muchos argumentan que estos mismos problemas también persisten en los mercados desarrollados.

En 1981, con el objetivo de abordar estas inquietudes sobre la industria, la Asamblea Mundial de la Salud (AMS) adoptó, en nombre de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el [Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna](#), que recomienda una serie de restricciones sobre “el marketing de sustitutos de la leche materna para garantizar que no se desaliente la lactancia materna y que los sustitutos se usen de manera segura si son necesarios”. Este acuerdo no vinculante fue ratificado por todos los países, excepto por los Estados Unidos, pero todos los países lo adoptaron en las políticas gubernamentales en

---

<sup>5</sup>Los riesgos adicionales incluyen la posibilidad de que, debido a los costos altos, los sustitutos de leche materna se diluyan y, por ende, sean menos nutritivos, además de la necesidad de usar agua no apta para el consumo que puede exponer al bebé a otras enfermedades.

<sup>6</sup> Históricamente, estos casos de marketing han tenido distintos grados de gravedad, desde campañas publicitarias gráficas agresivas hasta, presuntamente, vestir a integrantes de la empresa con uniformes de enfermeras para que entreguen muestras gratis de fórmula a las madres en las salas de maternidad.

<sup>7</sup><https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0379572115602174>

distintos grados: algunos no han promulgado políticas, otros sancionaron solo algunas partes del Código y otros promulgaron todas las partes del acuerdo, pero no crearon mecanismos de implementación adecuados para garantizar el cumplimiento. Desde la creación del Código, la AMS también ha emitido distintas resoluciones para esclarecer y expandir el Código original.

Además de la adopción del Código en el nivel de las políticas nacionales, el Código también llama a las empresas del sector privado a respaldar la adopción del Código y a cumplir sus requisitos. Muchas empresas han reconocido la autoridad del Código, aunque los críticos argumentan que no lo cumplen en su totalidad. Access to Nutrition Foundation, una organización sin fines de lucro independiente que produce índices que miden el desempeño de las empresas mundiales de alimentos con el objetivo de tratar los problemas globales de nutrición y las enfermedades relacionadas con ellos, produce un [índice específico de sustitutos de la leche materna \(BMS\)](#) diseñado para medir el desempeño de los proveedores mundiales más importantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios específicamente en cuanto al cumplimiento del Código de la OMS y las resoluciones posteriores. El índice específico de sustitutos de la leche materna se organiza en dos módulos: BMS/CF 1 y BMS/CF 2. El primero de ellos se centra en una revisión de las políticas globales de marketing de la empresa, y el segundo hace hincapié en las evaluaciones “de mercado” con respecto a las prácticas de las empresas en dos países “de alto riesgo” seleccionados.

En el caso del módulo BMS/CF 1, se analizan las políticas de la empresa en función del código y se aplican distintas métricas a diferentes categorías de sustitutos de la leche materna de las siguientes formas:

Fórmula para bebés (para que usen bebés de 0 a 6 meses)	35 %
Alimentos complementarios para bebés (de 0 a 6 meses)	25 %
Alimentos de seguimiento (más de 6 meses)	20 %
Leches de crecimiento (más de 12 meses)	20 %
Alimentos complementarios para bebés (más de 6 meses)	* Un módulo adicional “anexado” que representa el 5 % de la totalidad del BMS/CF 1

Además de lo que representa cada una de las categorías de productos mencionadas arriba, se aplica una sanción del 25 % al puntaje si la empresa aplica la política solo en los países de mayor riesgo y una sanción del 36,25 % si la empresa aplica su política solo en los países donde no hay reglamentaciones.

En el caso del módulo BMS/CF 2, los verificadores evalúan el marketing de los productos dentro del mercado en lugares, como centros médicos, puntos de venta minorista, y mediante el monitoreo en los medios. Los puntajes se determinan del siguiente modo:

Cumplimiento total	100 %
Nivel relativamente alto de cumplimiento	66 %
Nivel relativamente intermedio de cumplimiento	33 %
Nivel relativamente bajo de cumplimiento	0 %

El puntaje general es el promedio ponderado equitativamente del puntaje del módulo BMS/CF 1 y del módulo BMS/CF 2. Para obtener más información sobre la metodología del ATNI, consulte [esta sección](#). A continuación, presentamos información adicional para explicar cómo se usó la metodología para determinar los umbrales específicos de la Certificación de Empresa B.

Además, han surgido varias actualizaciones recientes sobre la temática del marketing de sustitutos de la leche materna/alimentos complementarios (BMS/CF) y el Código que sirvieron de justificación para la decisión del Consejo Asesor de Estándares. A continuación, se incluye un resumen de estas.

### **Marco de Lobby Responsable**

Inicialmente, el [Marco de Lobby Responsable](#) se desarrolló como parte de un diálogo entre las Organizaciones de la Sociedad Civil y las empresas involucradas en la comercialización de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios, particularmente en relación con cómo las empresas pueden estar o no involucradas en actividades de *lobby* que puedan entorpecer la adopción reglamentaria de Código (además de las declaraciones o prácticas de las empresas en relación con la adopción del Código, independientemente de las reglamentaciones).

Sin embargo, el Marco no es específico para el *lobby* de los sustitutos de la leche materna y los alimentos complementarios, y puede usarse como un grupo de principios y estándares aplicables a nivel internacional que describen cuáles son las prácticas de *lobby* responsables y como herramienta de evaluación de las actividades de *lobby* de una organización específica. En 2021, el ATNI publicó su indicador de referencia inicial sobre sistemas de gestión, divulgación y políticas de *lobby* para los principales fabricantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios en referencia al RLF. Sin embargo, el informe no proporciona conclusiones sobre cuáles han sido las actividades de *lobby* de estas empresas ni sobre los temas por los que han hecho *lobby* en relación con los sustitutos de la leche materna y los alimentos complementarios.

### **Resultados y llamado a la acción sobre los sustitutos de la leche materna**



Un grupo de Organizaciones de la Sociedad Civil, incluidas la OMS, UNICEF, BRAC, Helen Keller International, 1000 Days, Save the Children y FHI 360, emitieron el [Llamado a la acción sobre los sustitutos de la leche materna](#) para todas las empresas involucradas en el marketing de dichos productos. Este llamado a la acción incluyó lo siguiente:

- Que las empresas se comprometieran a cumplir la totalidad del Código sobre sucedáneos de la leche materna de la OMS y todas las resoluciones posteriores de la AMS para 2030, junto con una hoja de ruta sobre cómo lograrlo.
- Que las empresas tengan una política vigente antes de finales de 2020 que cumpla, como mínimo, los siguientes criterios:
  - abarque productos diseñados para el uso de 0 a 12 meses después del nacimiento;
  - tenga aplicación global;
  - se aplique en jurisdicciones con reglamentaciones menos estrictas o sin reglamentaciones, y cumpla las leyes nacionales (en caso de que estas sean más estrictas que la política).
- Que se comprometan a apoyar las leyes que coincidan plenamente con el Código y todas las resoluciones posteriores de la AMS a fin de crear un campo de juego justo para todas las empresas.
- Que acepten proporcionar información sobre sus políticas y prácticas al ATNI.

Este Llamado a la acción se envió directamente a 21 empresas, incluidas las que figuran en el Índice ATNI, y a otras empresas grandes. Luego, los signatarios del Llamado a la acción analizaron las respuestas de las empresas y el ATNI las evaluó. De acuerdo con este análisis, 17 de las 21 empresas enviaron algún tipo de respuesta, 2 se comprometieron totalmente con el cumplimiento del código para 2030. Sin embargo, en las hojas de ruta presentadas por estas, no se incluyeron los detalles solicitados respecto de cómo planean implementar este compromiso. Otras empresas implementaron cambios o hicieron otros compromisos relacionados con el Código que no pueden considerarse como cumplimiento total del Código. Las respuestas de las empresas y este análisis se encuentran disponibles [aquí](#).

### ***Índice actualizado ATNI***

En el verano de 2021, se lanzó una actualización en la metodología y los puntajes del Índice de marketing de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios de Access to Nutrition, que es una evaluación independiente del cumplimiento general del Código de la OMS, incluidas todas las resoluciones posteriores de la AMS hasta la resolución 69.9, inclusive. El cuadro de calificación actualizado del ATNI se extendió a fin de incluir a 9 empresas e incorporó una evaluación del marketing de los productos de alimentación complementaria (es decir, los alimentos complementarios dirigidos a bebés y niños de 6 a 36 meses) y las recomendaciones de orientación relacionadas con la resolución 69.9 de la AMS en su metodología de evaluación de los sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios.

En línea con lo sucedido en años anteriores, el índice se organizó en dos módulos (BMS 1 y BMS 2). El primero se centró en una revisión de las políticas globales de marketing de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios de una empresa, y el segundo hizo hincapié en las evaluaciones “de mercado” en cuanto a las prácticas de las empresas en dos países de alto riesgo seleccionados, Filipinas y México.

De las 6 empresas que fueron evaluadas anteriormente, 4 tuvieron un aumento en la calificación, mientras que las 3 empresas nuevas recibieron un puntaje de cero (la evaluación tuvo como base únicamente la información disponible para el público en general, dado que las 3 empresas nuevas no presentaron documentación de respaldo). Las calificaciones generales estuvieron en un rango del 68 % al 0 %. Podrá encontrar resultados más detallados [aquí](#).

El ATNI está en proceso de revisar su metodología de puntuación mediante un proceso de consulta a distintas partes interesadas. Además, está analizando extender el alcance del índice a 20 empresas y la evaluación del módulo BMS/CF 2 a entre 5 y 7 países. Es probable que estas actualizaciones afecten los puntajes cuando se publique el próximo índice ATNI en 2023.

## Fundamento para la decisión del Consejo Asesor de Estándares

El fundamento para la decisión del Consejo Asesor de Estándares y divulgación es el siguiente:

- Los riesgos para la salud relacionados con los sustitutos de la leche materna tienen un fundamento científico, y las empresas que participan en el marketing de estos productos deberían gestionar esos riesgos.
- El Código de la OMS y las resoluciones posteriores de la AMS que lo esclarecen y amplían son recomendaciones confiables reconocidas a nivel mundial con respecto al modo en que una empresa debe gestionar los riesgos relacionados con el marketing de sustitutos de la leche materna. Por otra parte, el cuadro de calificación de sustitutos de la leche materna del ATNI proporciona la medición más directa de la adhesión de una empresa a estas recomendaciones.
- Si bien el cuadro de calificación de sustitutos de la leche materna/alimentos complementarios del ATNI se enfoca en evaluar el desempeño de los grandes productores (y, por ende, de las empresas que tienen más capacidad de influir y tener un impacto a través de sus prácticas de marketing), los riesgos relacionados con el marketing de sustitutos de leche materna no se limitan solo a esas empresas. Al no haber una evaluación externa del cumplimiento del Código de la OMS, es adecuado exigir a estas empresas un compromiso con el Código y con prácticas mínimas que estén alineadas con el Llamado a la acción de los BMS, además de una transparencia integral en cuanto a los posibles incumplimientos.
- El objetivo de esta transparencia es permitir que las partes interesadas tengan la oportunidad de llegar a sus propias conclusiones sobre el cumplimiento de la empresa y de evaluar y compartir las posibles representaciones erróneas de la empresa en sus divulgaciones mediante el mecanismo de denuncia pública de B Lab. El Consejo Asesor de Estándares de B Lab conserva el derecho de prohibir, revocar la certificación o exigir

una reparación debido a las representaciones erróneas o la gestión insuficiente de cualquier empresa que comercialice sustitutos de la leche materna, y puede revisar esta política si se determina que la transparencia y el mecanismo de denuncia pública no son suficientes.

Al determinar los umbrales de desempeño obligatorios en el Cuadro de calificación de sustitutos de la leche materna del ATNI para las empresas que figuran en este índice, B Lab reconoce que, al ser un estándar confiable independiente, el objetivo ideal para todas las empresas que comercializan sustitutos de la leche materna debe ser alcanzar un cumplimiento del 100 % del Código. No obstante, al determinar los umbrales de desempeño obligatorios a los fines de la Certificación de Empresa B, B Lab y su Consejo Asesor de Estándares consideran que es importante tener en cuenta los siguientes factores:

- Una tolerancia razonable para márgenes de error no sistémicos cuando una empresa aplica el Código.
- La necesidad de adoptar políticas y prácticas para alcanzar o mantener el cumplimiento en el tiempo, en particular en el caso de las resoluciones nuevas de la AMS.
- La posibilidad de un desacuerdo razonable en cuanto a la interpretación (por ejemplo, por parte del ATNI) del Código de la OMS o, en algunas situaciones, la posibilidad de un desacuerdo razonable acerca de la importancia y el impacto de las disposiciones particulares dentro del código, en casos limitados.

Si bien hubo diferencias entre los comentarios de las partes interesadas de la industria y los de las organizaciones de la sociedad civil, estos indicaron que la calificación mínima inicial de las empresas que figuran en el ATNI debe estar en línea con las mejores prácticas existentes y generar un objetivo significativo y alcanzable para otras empresas. Además de esto, existen otras dos consideraciones que se toman en cuenta para la calificación mínima:

(1) El hecho de que los puntajes del módulo BMS/CF 2 pueden variar con el tiempo (y deberían hacerlo), no necesariamente por cambios en el desempeño, sino por los países donde se lleva a cabo la evaluación. La metodología de calificación también se vería afectada por el nivel de reglamentación e implementación que existe en ese mercado, aunque el ATNI intenta minimizar estas fluctuaciones mediante un mecanismo coherente de selección de los países que evalúa.

(2) Aunque es probable que el puntaje mínimo deba modificarse en el tiempo para seguir reflejando las mejores prácticas, es útil minimizar estos ajustes solo a las ocasiones en que sea necesario. Por lo tanto, de ser posible, debería definirse un puntaje mínimo que, en cierta medida, esté diseñado no solo para el presente, sino también para el futuro (y que tome en cuenta que, en el futuro, más empresas serán evaluadas).

En general, las partes interesadas estuvieron de acuerdo en que sería adecuado alinear los plazos para alcanzar la calificación avanzada con los plazos propuestos en el Llamado a la acción de sustitutos de la leche materna. Por consiguiente, los requisitos están fijados para

2030. Aunque hubo más variaciones en los comentarios proporcionados con respecto a la posibilidad de alcanzar la puntuación avanzada en este plazo, para los umbrales específicos, se tomó como base la orientación anterior del Consejo Asesor de Estándares, los aportes de las partes interesadas y las actualizaciones recientes, mencionadas arriba. Específicamente:

- (1) Según la metodología del ATNI, lo más probable es que cualquier desviación de una calificación perfecta en el módulo BMS/CF 1 dé como resultado el incumplimiento del módulo BMS/CF 2. Por otra parte, teniendo en cuenta algunos casos en los que se identifiquen errores no sistémicos en la aplicación mediante las evaluaciones “de mercado” del módulo BMS/CF 2, debe esperarse un “cumplimiento alto” con respecto a la metodología de puntuación del módulo BMS/CF 2.
- (2) Lograr un “cumplimiento alto” según la metodología del ATNI en cuanto al módulo BMS/CF 2 significa que una empresa alcance una puntuación general máxima de ~83 %, incluso si su calificación en el módulo BMS/CF 1 es perfecta.
- (3) Por lo tanto, permitir una variación limitada en el módulo BMS/CF 1 de una empresa daría lugar a un umbral de puntaje aún más bajo. Por consiguiente, el requisito del 75 % permite cierto grado de variación (aunque no una variación considerable) en el módulo BMS/CF 1.

Cabe destacar que la definición de un puntaje mínimo o avanzado no pretende socavar la expectativa general de alcanzar el cumplimiento del 100 % del Código. En cambio, lo que se pretende es crear expectativas mínimas ahora y con el paso del tiempo para, por un lado, identificar a las empresas líderes que están tomando medidas significativas para alcanzar el cumplimiento y, por otro, incentivar a las empresas a mantenerlas a lo largo del tiempo. Teniendo esto en mente, los requisitos pueden actualizarse y mejorarse según sea necesario. Si tenemos en cuenta que la puntuación del ATNI en sí es dinámica y está sujeta a mejoras en el tiempo, también será necesario revisar de qué manera cualquier cambio sustancial en la metodología de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios de la empresa podría afectar los umbrales en el futuro.

Si bien los comentarios de las partes interesadas apuntan al hecho de que la mayoría de las empresas que figuran en el índice del ATNI, incluidas las empresas líderes, todavía no cumplen este requisito por completo, los requisitos de elegibilidad propuestos para las empresas que no figuran en el ATNI coinciden con las expectativas inmediatas descritas en el Llamado a la acción de sustitutos de la leche materna. La justificación radica en que, al no haber un marco medible y verificable para evaluar el cumplimiento de las empresas que no figuran en el ATNI (así como la falta de evaluaciones nacionales internas para medir el cumplimiento), sería prudente aplicar un requisito más estricto a estas empresas en comparación con los requisitos de las que figuran en el ATNI.

Los marcos verificables siguen evolucionando en cuanto a las actividades de *lobby*, específicamente en el contexto de la comercialización de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios, lo que dificulta definir un umbral cuantitativo y medirlo a lo largo del tiempo. Por lo tanto, algunas partes interesadas no están de acuerdo con definir un umbral de

elegibilidad en función del desempeño de las empresas específicamente en relación con las actividades de *lobby* para evitar una complejidad mayor. Sin embargo, todas las partes interesadas reconocen que, para abordar las inquietudes en cuanto a la necesidad de llevar a cabo acciones colectivas (y no individuales) para cumplir el Código, las expectativas de desempeño en cuanto a las actividades de *lobby* son un factor importante.

Si bien el índice del ATNI evalúa a los fabricantes más importantes de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios con respecto a sus prácticas de comercialización y a las prácticas de los distribuidores relacionados directamente con los fabricantes, el Código se aplica en un nivel más general a los distribuidores, incluidas las empresas mayoristas y minoristas que participan de manera directa o indirecta en la comercialización de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios, algunos de los cuales podrían no ser los principales distribuidores del fabricante. Teniendo en cuenta sus responsabilidades y a pesar de su influencia limitada, los criterios de elegibilidad para las empresas mayoristas y minoristas que tienen una participación importante de los ingresos de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios deben incluir la alineación de sus prácticas de comercialización con los elementos específicos del Código que corresponden a los distribuidores.

Debido a la expectativa general de alcanzar el cumplimiento del Código en un 100 % y a que ninguna de las empresas lo ha logrado hasta el momento, B Lab reconoce la importancia cada vez mayor de la transparencia en cuanto a las prácticas de comercialización de las empresas de sustitutos de leche materna y alimentos complementarios, las áreas de incumplimiento del Código y las políticas y prácticas de *lobby* en referencia al Marco de Lobby Responsable en el contexto específico de los sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios. Esta transparencia ayudaría a fomentar las conversaciones públicas sobre este tema y permitiría que las partes interesadas tengan la oportunidad de sacar sus propias conclusiones independientes.

\*\*\*\*\*

La presente declaración estará vigente a partir de abril de 2022 hasta tanto se pronuncie nuevamente el Consejo Asesor de Estándares.

La decisión del Consejo Asesor de Estándares es una extensión de una decisión anterior que el Consejo tomó en 2018 y tiene como base las investigaciones independientes llevadas a cabo por B Lab, dos rondas de consultas con las partes interesadas, incluidos los aportes de organizaciones de estándares independientes, organizaciones de la sociedad civil y otras empresas. A continuación, presentamos información adicional sobre el proceso.

En 2018, el Consejo Asesor de Estándares de B Lab tomó una decisión en cuanto a la elegibilidad para la Certificación de Empresa B de las empresas involucradas en el marketing de sustitutos de la leche materna, incluidos un grupo de requisitos con respecto a los compromisos con las políticas y la transparencia de las empresas que no figuran en el Índice de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios (BMS/CF) de Access to

Nutrition que entraron en vigor de inmediato, así como en relación con la necesidad de seguir trabajando para definir requisitos de puntuación mínima específicos —un puntaje mínimo inicial para alcanzar la certificación y un puntaje mínimo avanzado para mantenerla en el tiempo— para las empresas que figuran en el Índice ATNI de sustitutos de la leche materna y alimentos complementarios.

Luego de la decisión del Consejo Asesor de Estándares, a comienzos de 2020 B Lab elaboró una encuesta con materiales explicativos complementarios para recopilar aportes sobre cuáles deberían ser los requisitos de puntuación del ATNI para las empresas que figuran en el ATNI. Estos aportes se usaron para guiar la elaboración de un grupo de propuestas que se redistribuyeron entre las partes interesadas durante 2021 a fin de obtener sus comentarios, que también estuvieron guiados por las actualizaciones constantes de la metodología del ATNI, el Llamado a la acción de sustitutos de la leche materna y el Marco de Lobby Responsable.

Los aportes de esta ronda final se usaron para establecer los requisitos actualizados descritos arriba, incluidos los requisitos de puntaje específicos para las empresas del ATNI y los requisitos revisados para todas las empresas que fabrican sustitutos de la leche materna.

Para enviar comentarios o preguntas al equipo de Gestión de Estándares de B Lab, comuníquese al siguiente correo: [standardsmanagement@bcorporation.net](mailto:standardsmanagement@bcorporation.net).