

Declaración de postura

Patrocinios comerciales éticos

Antecedentes

Las matronas son trabajadoras sanitarias en las que las comunidades confían y, por lo tanto, deben salvaguardar su independencia frente a cualquier influencia comercial que pueda comprometer una prestación de servicios y una atención ética. Los patrocinios comerciales poco éticos pueden provenir de un amplio abanico de sectores, por ejemplo, empresas que promocionan sucedáneos de la leche materna o alimentos ultraprocesados, o empresas farmacéuticas, médicas y tecnológicas con una ética, unos historiales de seguridad y/o unos sistemas de uso compartido de datos cuestionables, entre otros. La Organización Mundial de la Salud (OMS) advierte de que este tipo de relaciones distorsiona el criterio profesional, a veces de forma inconsciente, lo que da lugar a recomendaciones sesgadas que pueden ser más beneficiosas para ciertos intereses económicos que para la salud pública (1). Este efecto se produce con independencia de la magnitud de la contribución y tanto si el patrocinio es en metálico como en especie.

Las matronas se encuentran en una posición única y privilegiada para influir en las decisiones que toman las familias sobre salud, bienestar y la alimentación y el cuidado de los recién nacidos. Estas decisiones suelen tomarse en momentos en los que las mujeres son muy vulnerables. Esto hace que, con frecuencia, las empresas se dirijan específicamente a las matronas. Por ejemplo, en 1981, la OMS adoptó el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna para garantizar un entorno en el que las familias puedan tomar decisiones imparciales sobre la alimentación de los bebés (2). Estos productos se siguen comercializando a través de

un *marketing* agresivo, lo que contribuye a resultados sanitarios deficientes entre los niños (3) y a la carga de las enfermedades no transmisibles para las mujeres (4).

La evidencia demuestra que el *marketing* agresivo influye directamente en los consejos de los trabajadores sanitarios, que están expuestos a materiales promocionales, eventos patrocinados y regalos que crean un sesgo inconsciente y llevan a los trabajadores sanitarios, matronas incluidas, a recomendar determinados productos con más frecuencia, por ejemplo, la leche de fórmula, aunque la lactancia materna sea viable (5). Los trabajadores sanitarios expuestos a este tipo de *marketing* tienen más probabilidad de adoptar actitudes positivas y de recomendar estos productos, y, al mismo tiempo, menos probabilidad de detectar afirmaciones falsas o engañosas en los materiales de *marketing*. Estos efectos se producen incluso cuando los profesionales sanitarios no recuerdan los nombres de los patrocinadores y cuando están convencidos de que no les afecta la exposición a los productos (6). Los sucedáneos de la leche materna son un ejemplo clave de esta práctica, con repercusión directa en la salud materna y neonatal. Como resultado, en 2022, la OMS prohibió expresamente a los fabricantes de sucedáneos de leche materna patrocinar encuentros científicos y de trabajadores sanitarios (5) a fin de evitar conflictos de intereses y garantizar que los padres reciban información imparcial. La OMS también ha publicado una política modelo sobre el patrocinio ético para que la utilicen las asociaciones de trabajadores sanitarios (6).

Postura

La ICM, las asociaciones de matronas (AM) y las matronas individuales participan en colaboraciones de diversa índole con organizaciones sin ánimo de lucro y empresas comerciales. Las empresas y sus socios obtienen importantes beneficios reputacionales al trabajar y/o asociarse con la ICM, las AM y las matronas en general.

Es importante garantizar que cualquier asociación comercial aporte los máximos beneficios y, al mismo tiempo, respete las normas éticas, incluidos el Código Deontológico Internacional Para Matronas de la ICM, el Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna de la OMS y otras directrices relevantes de la OMS.

Recomendaciones

La ICM recomienda a los responsables políticos y a las personas encargadas de tomar decisiones a nivel de sistema sanitario lo siguiente:

1. Imponer prohibiciones al patrocinio, los regalos o la financiación procedentes de sectores que promocionen productos nocivos para la salud pública con arreglo a las directrices relevantes de la OMS (7) y hacer que dichas prohibiciones se cumplan
2. Crear mecanismos de financiación para que todos los trabajadores sanitarios (matronas incluidas) tengan acceso a una educación y una formación financiadas y no ligadas a intereses comerciales a fin de garantizar que la información siga estando basada en la evidencia y se mantenga libre de influencias comerciales
3. Prohibir la representación de empresas del sector en los foros de políticas sanitarias, vetando la participación de lobistas y responsables de *marketing* en los comités de elaboración de directrices nacionales o institucionales
4. Garantizar el cumplimiento de la normativa relacionada con la protección y el uso de datos personales para preservar la información sanitaria y de contacto confidencial frente a terceros (incluidos los modelos de entrenamiento de inteligencia artificial poco éticos)

La ICM recomienda a las asociaciones de matronas lo siguiente:

1. Publicar directrices éticas claras sobre qué tipos de colaboraciones son aceptables para la asociación, los centros sanitarios y las matronas individuales tomando como base esta Declaración de postura y la Política modelo de la OMS (6)
2. Garantizar una buena comunicación pública para que las colaboraciones no menoscaben la buena reputación de la AM o de la profesión de la matronería
3. Asegurarse de que todas las colaboraciones tengan una duración limitada por si surgen nuevas evidencias en relación con los riesgos, las ventajas o la aceptabilidad de un producto o de un colaborador
4. Rechazar los patrocinios comerciales y las exposiciones comerciales de empresas que comercialicen productos que no beneficien o que afecten negativamente a la salud de las madres, los recién nacidos, los niños pequeños y sus familias
5. Colaborar con los gobiernos a través de medidas legislativas, reguladoras o de otro tipo para garantizar unas actividades comerciales éticas para los trabajadores sanitarios, las mujeres y otros consumidores

La ICM insta a las matronas y a todos los trabajadores sanitarios a lo siguiente:

1. Rechazar incentivos económicos o en especie para conferencias, reuniones y eventos de los fabricantes de sucedáneos de la leche materna y otros productos que no beneficien o que afecten negativamente a la salud de las mujeres, las madres, los recién nacidos, los lactantes, los niños pequeños y las familias

Referencias

1. Organización Mundial de la Salud. Commercial determinants of health. 2023. Disponible en: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/commercial-determinants-of-health>
2. Organización Mundial de la Salud. Código internacional de comercialización de sucedáneos de la leche materna: preguntas frecuentes. 2017. Disponible en: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/255194/WHO-NMH-NHD-17.1-spa.pdf>
3. Pérez-Escamilla R, Tomori C, Hernández-Cordero S et al. Breastfeeding: crucially important, but increasingly challenged in a market-driven world. Lancet. 2023; 401(10375): 472-85. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(22\)01932-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(22)01932-8)
4. Louis-Jacques AF, Stuebe AM. Enabling Breastfeeding to Support Lifelong Health for Mother and Child. Obstet Gynecol Clin North Am 2020; 47:363-81. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ogc.2020.04.001>
5. Organización Mundial de la Salud, UNICEF. How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding. 2022. Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240044609>
6. Organización Mundial de la Salud. Sponsorship of health professional associations by manufacturers and distributors of commercial milk formula: model policy. 2024. Disponible en: <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/2679f850-772e-4398-a8e3-60a7728f98bf/content>
7. Asamblea Mundial de la Salud. Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de Leche Materna. 1981.