

RELATÓRIO DO MONITORAMENTO NACIONAL DA NBCAL

DE OLHO NA INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS



NORMA BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO DE
ALIMENTOS PARA LACTENTES, BICOS, CHUPETAS,
MAMADEIRAS E PROTETORES DE MAMILO
LEI 11.265/06 DECRETO 9.579/18

DEZEMBRO
2020

Coordenação Nacional da IBFAN Brasil - 2020

Cintia Ribeiro dos Santos

Maria Cristina Passos

Eliane Aparecida Ferreira

Grupo Condutor do Monitoramento - 2020

Rosana De Divitiis

Maristela De Marchi Benassi

Regicely Aline Brandão

Raquel Mezzavilla

Renata Monteiro

SUMÁRIO

1	RESUMO	3
2	ESCOPO E FOCO	3
3	ALCANCE DO MONITORAMENTO	3
3.1	Relação dos participantes no Monitoramento nacional	4
4	METODOLOGIA	6
5	RESULTADOS	6
5.1	Comércio e publicidade	8
5.2	Comércio e publicidade em internet e mídias sociais	8
5.2.1	Promoção comercial proibida na internet e em mídias sociais	9
5.2.2	Promoção comercial proibida de fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes, na internet	10
5.2.3	Promoção comercial de fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância, na internet e mídias sociais	13
5.2.4	Promoção comercial de leites e bebidas de origem vegetal na internet	15
5.2.5	Promoção comercial de Composto Lácteo na internet e mídias sociais	18
5.2.6	Promoção comercial de Fórmulas infantis para necessidades dietoterápicas específicas, na Internet	21
5.2.7	Promoção comercial de Alimentos de Transição e à base de cereais na internet e mídias sociais	21
5.3	Comércio e publicidade em lojas físicas	22
5.3.1	Infrações em lojas físicas: Fórmulas infantis para crianças de primeira infância, Similar de origem vegetal, Leites, Composto Lácteo e Alimentos de Transição ou à base de cereais.....	22
5.3.2	Promoção comercial de mamadeiras e chupetas em lojas físicas.....	24
6	PROMOÇÃO COMERCIAL DE BICOS, CHUPETAS, MAMADEIRAS E PROTETORES DE MAMILO, NA INTERNET NAS MÍDIAS SOCIAIS	24
7	EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO AO PÚBLICO	38
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
	REFERÊNCIAS	42
	ANEXO 1	44
	ANEXO 2	43
	ANEXO 3	46
	ANEXO 4	50

1 RESUMO

Descreve-se neste Relatório os principais resultados do Monitoramento nacional realizado com o objetivo de verificar o cumprimento da NBCAL, Lei 11.265/2006 e Decreto 9.579/2018, em conteúdo disponibilizado na internet, em mídias sociais e estabelecimentos comerciais. Foram constatadas 389 infrações correspondentes a 105 notificações de 101 empresas. As irregularidades referem-se à promoção comercial proibida ou indevida em pontos de venda como supermercados, farmácias, folhetos promocionais, páginas eletrônicas das farmácias, supermercados, lojas de artigos para bebês, fabricantes e redes sociais na internet, produção de material educativo e rotulagem de alimento.

2 ESCOPO E FOCO

Comercialização, publicidade e informações dos seguintes produtos, fabricados no País ou importados:

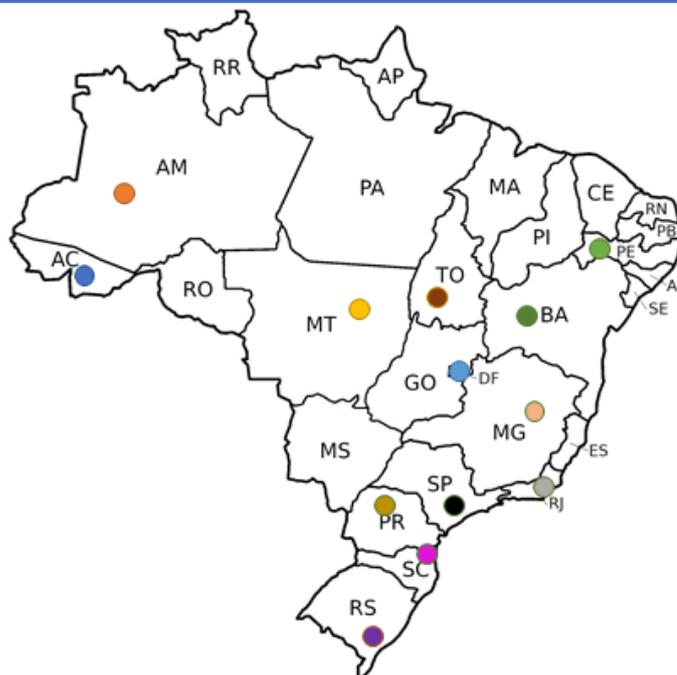
- I. Alimentos de transição e alimentos à base de cereais, indicados para lactentes ou crianças na primeira infância, e outros alimentos ou bebidas à base de leite ou não, quando comercializados ou apresentados como apropriados para a alimentação de lactentes e crianças na primeira infância;
- II. Fórmulas de nutrientes apresentadas ou indicadas para recém-nascidos de alto risco
- III. Fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância;
- IV. Fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes;
- V. Fórmulas infantis para necessidades dietoterápicas específicas;
- VI. Leites fluidos ou em pó, leites modificados e similares de origem vegetal; e
- VII. mamadeiras, bicos e chupetas.

3 ALCANCE DO MONITORAMENTO

Devido à pandemia de Covid-19, o monitoramento foi adaptado ao novo cenário mundial seguindo as recomendações das entidades sanitárias de distanciamento social tendo como foco a busca por infrações na internet, sendo intitulado “De olho na Internet e Mídias Sociais”, podendo o membro da IBFAN realizar o monitoramento em estabelecimento comercial, se achasse adequado. Assim, o monitoramento envolveu membros efetivos da IBFAN Brasil de 12 Estados (Acre, Amazonas, Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Tocantins) e Distrito Federal, no período de julho a outubro de 2020. Os Estados e Municípios de onde foram obtidos dados referentes aos produtos no escopo da NBCAL estão listados no Anexo 1.

Estados/Membros que participaram do MONITORAMENTO/2020

1. ACRE
2. AMAZONAS
3. BAHIA
4. DISTRITO FEDERAL
5. MATO GROSSO
6. MINAS GERAIS
7. PARANÁ
8. PERNAMBUCO
9. RIO DE JANEIRO
10. RIO GRANDE DO SUL
11. SANTA CATARINA
12. SÃO PAULO
13. TOCANTINS



3.1 Relação dos participantes no Monitoramento nacional

ACRE

Rio Branco

Detirene da Costa Cardoso

AMAZONAS

Manaus

Ivone Amazoans Marques Abolnik
Mara Nogueira Varela (Colaboradora)

BAHIA

Salvador

Dolores Fernandez
Lúcia Maria Almeida de Santana
Neuza Gouvea Schneiter
Valderez Machado de Aragão

DISTRITO FEDERAL

Brasília

Miriam Oliveira dos Santos

MATO GROSSO

Cuiabá

Rodrigo César de Oliveira Carvalho
Jane Kátia Vivas Taveira

Colaboradores:

Bruna Teles Soares Beserra
Caroline Cardoso Ferreira Faria
Caroline Marques de Moraes Menezes
Cheyenne Stacy Marques Porto
Gabriela Dalcin Durante
Joyce Aparecida da Cruz Ferreira
Karine Souza de Jesus
Kathyelli Thaynara Pimenta de Araujo
Letícia Helena Ferreira Montenegro
Rariza Alves dos Santos
Tatiana Bering

MINAS GERAIS

Belo Horizonte

Cintia Ribeiro dos Santos
Eliane Fonseca

Ouro Preto

Cleia Costa Barbosa
Maria Cristina Passos

PARANÁ

Curitiba

Maria de Nazaré de Carvalho Nery
Anderson Carlos dos santos (Colaborador)

PERNAMBUCO

Recife

Lúcia Maria Veras Trajano Santos
Sandra Hipólito Cavalcanti
Vilneide Maria Santos Braga Diégues Serva

Colaboradores:

Amanda Rebeka Costa Gusmão
Ana Carina Lima Queiroz de Oliveira
Camilla Talita Silva Canhoto
Josivânia Santos Tavares
Juliana Carneiro de Carvalho
Karolyne Rossana Cavalcanti Melo Mota
Luísa Gonçalves de Frias
Marcela de Araújo Cavalcanti Maciel
Marília Macedo
Milena da Silva
Paula Aliano Costa
Rutheanne Melo de Siqueira
Vilma Macedo
Vilma Ramos Cerqueira

SÃO PAULO

Bauru

Maria Nereida Panichi

Jundiaí

Marcela Bionti de Carvalho
Maristela De Marchi Benassi
Rosana De Divitiis

Ribeirão Preto

Márcia Cristina Guerreiro dos Reis

São Paulo

Ana Basaglia
Fabiana Cainé Alves da Graça
Regicely Aline Brandão Ferreira

Sorocaba

Cláudia Gondim da Silva

Colaboradores:

Flávia Daiane Carrocha Fernandes
Stefanie Souza Ferreira Acciari
Thais Galvão Nery
Priscila Mansani de Oliveira Viegas

RIO DE JANEIRO

Rio de Janeiro

Enilce de Oliveira Fonseca Sally
Maria Inês Couto de Oliveira
Patrícia Lima Pereira Peres
Raquel Mezzavilla

RIO GRANDE DO SUL

Porto Alegre

Alessandra Rivero Hernandez

São Francisco de Paula

Celina Valderez Feijó Kohler
Fabiola Frezza Andriola (colaboradora)

SANTA CATARINA

Florianópolis

Evangelia Kotzias Atherino dos Santos
Márcia Castanhel

Blumenau

Elisabeth Kuehn de Souza

TOCANTINS

Palmas

Walkiria Pinheiro
Gizela Diniz

4 METODOLOGIA

A coleta de dados foi feita por meio de formulários padrão eletrônicos, de acordo com o tipo de produto e estratégia de marketing analisada, e contemplou os seguintes aspectos:

- Promoção comercial em estabelecimentos comerciais como supermercados, hipermercados, farmácias, lojas de departamento, lojas de artigos infantis etc.;
- Promoção comercial em folhetos promocionais;
- Promoção comercial em páginas eletrônicas e redes sociais de fabricantes, distribuidores, importadores e comerciantes;
- Análise de material educativo (disponível na internet), sobre alimentação infantil, bicos, chupetas e mamadeiras;
- Análise de rotulagem de alimentos indicados ou apresentados para lactentes e crianças até três anos de idade.

Após a coleta de dados, os formulários e as provas das infrações passaram por revisão e análise e as empresas que apresentaram irregularidades, foram notificadas pela IBFAN com apoio do IDEC, segundo os dispositivos da NBCAL, Lei 11.265/06 e Decreto 9.579/2018 e tiveram o prazo de sete dias corridos, a contar da data de recebimento, para se manifestarem em relação à notificação recebida.

5 RESULTADOS

- Foram constatadas 389 infrações correspondentes a 105 notificações de 101 empresas;
- Das 105 notificações enviadas, 11 retornaram devolvidas pelo correio. Assim, das 94 notificações restantes, apenas 31 (33%) foram respondidas (Anexo 3);
- Notificados 11 estabelecimentos comerciais, sendo 8 supermercados e 3 farmácias;
- Na internet foram notificadas 57 páginas eletrônicas, sendo 13 de farmácias, 14 supermercados, 27 sites de lojas e 3 sites de empresas fabricantes, 25 endereços de Instagram e 2 endereços do Facebook, que realizaram promoção comercial proibida ou indevida.
- Notificados 2 profissionais e saúde (dentista e enfermeira) que produziram material educativo na internet, sobre o uso de mamadeira e chupeta.
- Notificadas 4 empresas que produziram material educativo sobre alimentação de lactentes, na internet.
- Das 31 notificações respondidas pelas empresas, 17 (54,8%) concordaram com os termos das notificações, 09 (29%) não concordaram, 03 concordaram parcialmente (9,7%) e 01 (3%) informou que não produz mais produtos da respectiva marca.

Nos quadros a seguir estão detalhados os tipos de infrações, os locais onde foram encontradas e as categorias dos produtos.

Quadro 1 – Infrações na Internet

INFRAÇÕES NA INTERNET	
TIPO DE INFRAÇÃO	QUANTIDADE
PROMOÇÃO COMERCIAL PROIBIDA	207
PROMOÇÃO COMERCIAL COM A FRASE EM DESACORDO OU SEM A FRASE DE ADVERTÊNCIA DO MINISTÉRIO DA SAÚDE	133
SUB TOTAL	340
MATERIAL EDUCATIVO SOBRE ALIMENTAÇÃO DE LACTENTES	04
MATERIAL EDUCATIVO SOBRE BICOS, CHUPETAS E MAMADEIRAS	03
TOTAL	347

Quadro 2 – Infrações em estabelecimentos comerciais

INFRAÇÕES EM ESTABELECEMENTOS COMERCIAIS	
TIPO DE INFRAÇÃO	QUANTIDADE
PROMOÇÃO COMERCIAL PROIBIDA	04
PROMOÇÃO COMERCIAL COM A FRASE EM DESACORDO OU SEM A FRASE DE ADVERTÊNCIA DO MINISTÉRIO DA SAÚDE	37
TOTAL	41

Quadro 3 – Infrações em rótulos

INFRAÇÕES EM RÓTULOS	
TIPO DE INFRAÇÃO	QUANTIDADE
FRASE DE ADVERTÊNCIA DO MINISTÉRIO DA SAÚDE EM DESACORDO	01
TOTAL	01

Quadro 4 – Infrações por categoria de produtos

PRODUTOS	INTERNET	LOJA FÍSICA	MATERIAL EDUCATIVO NA INTERNET	RÓTULO	TOTAL
Protetores de mamilo	8	-	-	-	8
Chupetas	65	1	2	-	68
Bicos	14	-	-	-	14
Mamadeiras	70	3	1	-	74
Fórmulas Infantis para lactentes e de seguimento para lactentes	46	-	-	-	46
Fórmulas infantis dietoterápicas	4	-	-	-	4
Fórmulas infantis para crianças de primeira infância	16	3	-	-	19
Similar de origem vegetal	2	2	-	1	5
Composto lácteo	63	15	-	-	78
Leites em geral	33	8	-	-	41
Alimentos de transição	19	9	4	-	32
TOTAL	341	41	7	1	389

5.1 Comércio e publicidade

A NBCAL, Lei 11.265/06 e Decreto 9.579/2018, regulamenta o comércio, publicidade e o uso apropriado de alimentos para crianças de até três anos de idade, bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo, tendo como finalidade a proteção do aleitamento materno exclusivo por seis meses e continuado por dois ou mais com a introdução oportuna de alimentação complementar.

Segundo a legislação, promoção comercial é definida como o “conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto” (Art.3º item XXVII, Lei 11.265/06), incluindo, segundo o Decreto, a divulgação, por meios audiovisuais, auditivos e visuais (art. 4º, XXXVI, Decreto 9.579/2018).

A Lei 11.265/06, nos seus artigos 4º e 5º, estabelece regras de publicidade para os produtos dentro de sua abrangência. Assim, é vedada a promoção comercial de fórmulas infantis e fórmulas infantis de seguimento para lactentes, bicos, chupetas e mamadeiras. (Art. 4º da Lei 11.265/06). A referência quanto à vedação da promoção comercial de protetores de mamilo, está descrita na RDC 221/02.

Para alimentos infantis referidos nos incisos II, III e IV do art. 2º da Lei 11.265/06 (fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância; leites em geral; alimentos de transição) é permitida a promoção comercial desde que contenha o destaque, visual ou auditivo, consoante ao meio de divulgação, de acordo com as regras estabelecidas pelo art. 6º do Decreto 9.579/2018.

5.2 Comércio e publicidade em internet e mídias sociais

Das **389** infrações encontradas, **340** são de promoção comercial proibida em páginas eletrônicas e redes sociais, sendo que **207 (60,8%)** são referentes à publicidade de fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes, mamadeiras, bicos, chupetas e protetores de mamilo que têm sua promoção comercial vedada de acordo com o Art. 4º da Lei 11.265/06 e artigo 6, item 6.1 da RDC 221/2002, respectivamente.

Quanto aos produtos, cuja promoção comercial é permitida com a frase de advertência do Ministério da Saúde, foram encontradas **133 (39,1%)** promoções em desacordo com a legislação, na internet; seja pela falta da frase ou pela inadequação da frase de advertência em produtos como leites em geral, similares de origem vegetal, alimentos de transição e composto lácteo. A relação das empresas encontra-se no Anexo 2.

5.2.1 Promoção comercial proibida na internet e em mídias sociais

Das 101 empresas notificadas, **48 (47,5%)** realizavam algum tipo de publicidade vedada pela legislação, na internet. Das **207** infrações de promoção comercial proibida, **50 (24,1%)** são relativas à promoção de fórmulas infantis para lactente e de seguimento para lactente, **70 (33,8%)** são de mamadeiras, **65 (31,4%)** chupetas, **14 (6,8%)** bicos e **8 (3,9%)** protetores de mamilo.

É preocupante a quantidade de infrações relativas a produtos que podem ser oferecidos desde o nascimento e interferem diretamente com o aleitamento materno. Algumas farmácias foram notificadas por realizarem promoção comercial proibida, no entanto a maioria das empresas são do comércio varejista. Em 2020 encontramos esse tipo de promoção em lojas virtuais, seja por *E-commerce* de uma loja online própria, ou por *marketplace*, onde várias lojas vendem produtos no mesmo lugar e que até onde se sabe não comercializavam ou nunca foram encontrados os produtos de abrangência da NBCAL, como *Magazine Luiza, Havan, Dafit Group, Mercado Livre, Casas Bahia, e Amazon Serviços de Varejo do Brasil*.

“O número de brasileiros conectados não para de crescer. Segundo a PNAD contínua TIC 2018 do IBGE, subiu de novo o número dos domicílios brasileiros com acesso à internet: são agora mais de 79,1%. A cada dia, mais e mais pessoas usam a internet para se comunicar, pesquisar, aprender e comprar. A Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) já estimava faturamento de R\$ 106 bilhões para 2020, com um crescimento de 18% sobre o ano anterior. Mas levando-se em conta o momento de pandemia do novo Coronavírus no primeiro semestre do ano, vale registrar que o comércio por meio eletrônico brasileiro faturou 56,8% a mais nos primeiros cinco meses do ano de 2020, de acordo com pesquisa realizada pelo Movimento Compre&Confie em parceria com a mesma ABComm.”

Segundo dados da 41ª edição do Webshoppers, o mais amplo relatório sobre e-commerce do país elaborado semestralmente pela Ebit|Nielsen — em parceria com a Elo, o e-commerce brasileiro ultrapassou a marca de R\$ 60 bilhões em faturamento e atingiu 148 milhões de pedidos em 2020. (<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-brasileiro-autosservico-webshoppers/>), acesso em 22 nov. 2020.

Não se pode afirmar que as mães, pais e cuidadores tenham adquirido os produtos de abrangência da NBCAL por meio de compras virtuais, especialmente em lojas de *E-commerce e marketplace*. No entanto, os resultados encontrados apontam que as empresas (fabricantes e comerciantes) utilizaram, no período analisado, estratégias de marketing digital mais persuasivas na apresentação dos produtos ao consumidor, e entre eles, alguns podem ser mães com dificuldades com amamentação.

5.2.2 Promoção comercial proibida de fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes, na internet

Das 207 infrações relativas à promoção comercial proibida encontradas na internet e em mídias sociais, 50 infrações (24,2%) são de fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes ou para necessidades dietoterápicas específicas. Esses produtos com infração foram encontrados em 18 sites ou redes sociais de estabelecimentos. A lei 11.265/06, capítulo II, artigo 4º e o Decreto 9.579/18, seção II artigo 5º vedam a promoção comercial das fórmulas infantis em quaisquer meios de comunicação. A proibição a que se referem aplica-se a estratégias promocionais, como exposições especiais e de descontos de preço, cupons de descontos, prêmios, brindes, vendas vinculadas a produtos, apresentações especiais ou outras estratégias estabelecidas em regulamentação da Anvisa (Lei nº 11.265, 2006; Decreto nº 9.579, 2018). A relação das empresas encontra-se no Anexo 2, item I.

O monitoramento 2020 revelou um número expressivo de infrações relacionadas à promoção comercial proibida de fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes (50 produtos em desacordo). Destaca-se as vendas pela internet do comércio eletrônico, ou o *e-commerce*, que são geralmente realizadas por uma única empresa, seja fabricante ou revendedor, por meio de uma plataforma virtual própria. Lojas virtuais como Magazine Luiza, Mercado Livre, Americanas, Shoptime e Amazon, seis dos 18 sites avaliados, são exemplos deste tipo comércio, e representaram um terço do local onde foram encontradas as infrações proibidas de fórmulas infantis (16 produtos). Além das promoções de desconto de preço, o Magazine Luiza trouxe em sua página a estratégia de educar o público em geral sobre o uso das fórmulas infantis, utilizando um destaque chamado *“Lu explica fórmula”*. Esta estratégia também foi observada no site da Farmácia Pancel, visitado em 26 e 31/08/2020 (<https://www.pancel.com>), que além da promoção de preço, trouxe um texto sobre a fórmula infantil da Nestlé Nan A.R., indicando como *“uma importante alternativa para mães que não conseguem fornecer todo o aleitamento necessário para os seus bebês”* e ainda, *“o produto é ideal para a fase até 12 meses dos pequenos, pois é um complemento importante na dieta. O produto é rico em DHA e ARA”*. O texto traz em sua descrição a indicação de uso, os benefícios e o modo de usar.

Outro exemplo como o descrito acima foi observado no site da Drogaria Soares Ltda., na cidade de São Paulo que em sua página eletrônica (www.drogariasoares.com.br), visitado em 05/08/2020 foram encontrados oito produtos com promoção comercial, sendo fórmulas infantis para lactentes, de seguimento para lactentes e fórmulas para necessidades dietoterápicas específicas. Na Fórmula Infantil Enfamil Enfacare Premium, o site da Drogaria Soares descreveu as seguintes informações: *“Cientificamente desenhado para apoiar o desenvolvimento e crescimento para os bebês prematuros no primeiro ano de vida depois de deixar o hospital. À base de leite, 22-Cal / fl oz fórmula com vitaminas e minerais extra * para promover o desenvolvimento saudável do seu bebê. Especialista recomenda níveis de DHA e ARA para apoiar o desenvolvimento do cérebro e dos olhos. Mistura de nutrientes e antioxidantes para ajudar o sistema imunológico do seu bebê. Clinicamente comprovada*

para ajudar bebês prematuros a alcançar a recuperação do crescimento semelhante ao do termo, crianças amamentadas. Enfamil Enfacare é uma fórmula infantil para recém-nascidos pré-termo. Contém AHA e ARA. Recomendações de uso: Na ausência do leite materno: Fórmula nutricionalmente adequada para promover o crescimento e desenvolvimento prematuro”.

Os sites ou redes sociais das oito farmácias e drogarias visitadas totalizaram 23 produtos com infrações observadas. Na maioria, as infrações eram decorrentes de promoções comerciais proibidas por desconto de preço. Consideramos que as infrações praticadas por esses estabelecimentos em seus endereços eletrônicos durante o período da pandemia configuram-se um oportunismo e um retorno significativo do tipo de violação que mais coloca em risco a saúde do lactente. As fórmulas infantis aumentam o risco de infecções respiratórias, diarreia e outras morbidades e ainda oferecidas em mamadeiras aumentam as chances de interrupção precoce do aleitamento materno exclusivo e impedem que os benefícios do leite materno e da amamentação sejam oferecidos ao bebê.

O aumento significativo da venda de produtos pela internet e a oportunidade de acesso às redes sociais permitem que lojas, farmácias e empresas alcancem seus clientes de forma rápida e, sem cumprir a Lei, oferecem seus produtos com descontos e frases com dizeres contendo falsos conceitos de vantagens e ou segurança.

Chama atenção as estratégias encontradas em algumas páginas ressaltando os benefícios e características dessas fórmulas, como substitutas do leite materno. Após serem notificadas, cinco das 18 empresas responderam à notificação. Foram elas: Drogeria São Jorge, Amazon, Farmácia Pague Menos, Panvel Farmácia, Farmácia Mais Desconto.

Em relação às respostas enviadas pelas empresas notificadas, a Drogeria São Jorge (Inhumas/GO) que realizava promoção comercial proibida de fórmulas infantis na página do Instagram (<https://www.instagram.com/drogariasaojorge>) visitada em 03/08/2020 concorda com os termos da notificação. Declara que as publicações nas mídias sociais: Instagram e Facebook, foram retiradas; e informa, que procurará em futuras promoções, adequar a legislação, não incluindo produtos vedados a publicação e destaques na loja física. A empresa reforça que evitará que o mesmo ocorra novamente.

A **Farmácia Pague Menos**, notificada por promoção comercial proibida de fórmulas infantis em seu site visitado em 13/09/2020 (www.paguemenos.com.br) concorda com os termos da notificação, no entanto, traz a seguinte questão: *“trata-se de inúmeras solicitações de adequações, que dependem do desenvolvimento do setor de Tecnologia da Informação. Isto porque, as alterações deverão ser realizadas através de programação a serem desenvolvidas pelos técnicos da empresa. Contudo, o exíguo prazo solicitado para as alterações, no total de 7 (sete) dias corridos, não são suficientes para desenvolver as alterações solicitadas. Insta salientar, a Empresa*

notificada tomou nota das solicitações enviadas por notificações, pontuou cada uma, com o fito de atender os consumidores com a melhor excelência possível, dentro da legislação vigente. Por esta razão, pede a notificada dilação de prazo por mais 30 dias, prazo este solicitado pelo setor de Tecnologia da Informação da empresa notificada, para atender as demandas da notificação”. A IBFAN respondeu que aceita o prazo, pediu brevidade dessas alterações e que continuaremos com a prática de fazer o monitoramento e notificar as empresas.

A empresa **Panvel Farmácia** que foi notificada por promoção comercial proibida de fórmulas infantis em seu site visitado em 26 e 31/08/2020 (<https://www.panvel.com>) discorda e responde: *“A alegação imputada a Notificada não procede, eis que as imagens anexadas a notificação demonstram que os produtos estão acompanhados apenas de informações estritamente necessárias, tendo em vista que não é permitido fazer promoção comercial em qualquer meio de comunicação, incluindo merchandising, divulgação por meios eletrônicos, escritos, auditivos e visuais; estratégias de marketing para induzir vendas ao consumidor no varejo, tais como exposições especiais, cupons de descontos, preços abaixo dos custos, destaque de preço, prêmios, brindes, vendas vinculadas e apresentações especiais [...]”*. A IBFAN contestou a resposta da empresa Panvel, por e-mail uma vez que as fotos anexadas na notificação indicam que além das informações permitidas sobre a comercialização dos produtos foram encontradas, no site da empresa, informações sobre os benefícios do uso de tais produtos com falso conceito de vantagem e segurança, vide exemplo : *Nestlé NAN Comfor 3 é uma fórmula infantil indicada para bebês lactentes e crianças de primeira infância, a partir dos 10 meses de idade, rica em DHA, ARA, prebióticos e nucleotídeos. Este produto contém uma lata com 800g de fórmula em pó e uma colher de medida. configurando, segundo Artigo 4º da Lei 11.265/06 e Artigo 5º do Decreto 9.579/18, como uma promoção comercial com objetivo de induzir a aquisição dos referidos produtos.*

A empresa **Amazon**, notificada por promoção comercial proibida de fórmulas infantis em seu site na internet (<https://www.amazon.com.br>) visitado em 08/08/2020 em sua resposta à notificação discorda e informa: *“As duas fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes indicadas estão incluídas no catálogo do Programe e Poupe, um programa oferecido pela Amazon que permite ao consumidor programar entregas recorrentes de um produto que deseja receber periodicamente, o que lhe confere conveniência no dia-a-dia. O Programe e Poupe não é uma promoção comercial e não envolve atividade de persuasão, ou seja, não visa a atrair a escolha do consumidor ou induzi-lo a comprar determinado produto, mas tão-somente trazer uma comodidade, conveniência, sem custo adicional. Ou seja, o consumidor que já tem a intenção de adquirir determinado item (no presente caso, a fórmula infantil) a busca ativamente na Amazon.com.br. O produto não possui apresentação especial nem destaque com relação aos demais itens. Também não há apelo para o senso de urgência para que o consumidor compre mediante impulso. Quando um consumidor adquire um produto e seleciona as entregas recorrentes do Programe e Poupe, lhe é conferido um desconto de 10%. Embora o Programe e Poupe não seja caracterizado como uma promoção comercial, informamos que retiramos o desconto de 10% referente a tal programa das fórmulas infantis indicadas, bem como incluímos uma mensagem específica na página do programa (<https://www.amazon.com.br/b?ie=UTF8&node=20870612011>) indicando que fórmulas para lactentes não possuem o desconto.”*

Em relação à resposta da Amazon, a IBFAN entende que o Programe e Poupe e a conveniência da entrega programada (como mencionada na resposta), pode sim incentivar os consumidores a adquirirem o produto dada a facilidade fornecida e o desconto de 10%. Segundo o Artigo 3 da Lei 11.265/06 é promoção comercial o conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto. Importante que as adequações sejam feitas com finalidade de evitar a violação à legislação.

A Farmácia Mais Desconto notificada por promoção comercial proibida de fórmulas infantis no site da empresa Magalu (<https://www.magazineluiza.com.br>) visitado em 27/08/2020 não entendeu a notificação enviada: *“Não entendi o real motivo da notificação pelo desconhecimento da lei”. Expressa o interesse em cumprir a Lei: “Ressalto ainda que tenho interesse em corrigir quaisquer itens que sejam obrigatórios ou até a mesmo a exclusão dos produtos da plataforma, caso seja proibida a comercialização através desta”*. A IBFAN em resposta ao desconhecimento mencionado enviou a seguinte resposta à empresa: “[...] é importante elucidar que a notificação se deu pela promoção comercial com desconto de preço. Segundo o Artigo 3 da Lei 11.265/06 é promoção comercial o conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto.

5.2.3 Promoção comercial de fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância, na internet e mídias sociais.

As fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância são produtos apresentados em forma líquida ou em pó utilizados como substitutos do leite materno ou humano para crianças na primeira infância (LEI Nº 11.265, 2006; DECRETO Nº 9.579, 2018). Para esta categoria de produto são permitidas promoções comerciais, ou seja, atividades *informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda do produto e a exposição especial, como a forma de expor um produto de forma a destacá-lo dos demais, no âmbito de um estabelecimento comercial, como por exemplo, na vitrine ou ponta de gôndola* (Portaria 2.051/2001). O Art. 5º da Lei 11.265 estabelece que a promoção comercial de alimentos infantis referidos nos incisos II, III e IV do caput do art. 2º desta Lei deverá incluir, em caráter obrigatório, o seguinte destaque, visual ou auditivo, consoante o meio de divulgação para produtos referidos nos incisos II e III do caput do art. 2º desta Lei os dizeres "O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais"(BRASIL, 2006).

O monitoramento 2020 registrou infrações cometidas por oito empresas - sete sites e em um encarte de estabelecimento comercial - por fazerem promoção comercial sem a frase de advertência do Ministério da saúde de 19 fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância.

Foram encontradas 16 infrações em sete páginas da internet e três infrações em um encarte de ofertas de uma farmácia. Das oito empresas notificadas porque realizaram promoção comercial de fórmulas infantis de seguimento sem a frase de advertência, obtivemos resposta de duas empresas:

A **Panvel Farmácia** notificada por promoção comercial de fórmula infantil para criança de primeira infância e fórmulas infantis de seguimento para crianças na primeira infância sem a frase de advertência em seu site (<https://www.panvel.com>) visitado em 26 e 31/08/2020, discorda inteiramente da notificação e responde: *“Primeiramente, em atenção à imputação de descumprimento à legislação vigente, em relação à promoção comercial do produto Fórmula infantil para criança de primeira infância KABRIMIL, sem a existência de frase comercial “O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais”; informa a requerente que tal alegação não procede, eis que a frase de advertência exigida pela legislação está presente na primeira tela de produtos e na tela onde seleciona o produto para compra, conforme imagem anexa.” Acrescenta: “Outrossim, tamanha é a preocupação da empresa requerente, em relação ao controle de documentações para liberação e comercialização de alimentos, que sempre manteve profissionais especializados e focados em aprimorar e desenvolver seus procedimentos operacionais. As circunstâncias do fato demonstram que inexistiu qualquer dolo da empresa na prática que lhe é imputada”. “[...] A imputação referente aos produtos Fórmula Infantil Aptamil 3 [...] sem a frase de advertência “O Ministério da Saúde adverte: O aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os dois anos de idade ou mais”, não procede, tendo em vista que a frase de advertência também está disposta junto aos produtos, conforme determinação legal e disposições contidas na legislação, conforme imagem anexa”.*

A IBFAN reitera que nas fotos anexadas na notificação não há prova cabível do que foi respondido e outrossim indicam que para além das informações permitidas sobre a comercialização dos produtos foram encontradas, no site da empresa, informações sobre os benefícios do uso de tais produtos (Anexos 1 - 10 da notificação), com falso conceito de vantagem e segurança, configurando claramente como uma promoção comercial com objetivo de induzir a aquisição dos referidos produtos.

A **Drogaria Extra** (São Caetano do Sul) que foi notificada por Promoção comercial de fórmula infantil de segmento sem frase de advertência, divulgado em encarte virtual: (<https://www.portafolhetos.com.br/extra/folheto-amamentacao-drogaria-de-sabado-01-08-2020/>) visitado em 13/08/2020 concorda e coloca: *“em atendimento ao quanto mencionado na notificação IBFAM 02/2020, vem, respeitosamente, perante V.Sas., apresentar sua RESPOSTA, conforme a seguir exposto. 1. Por meio de correspondência datada do último dia 8 de outubro, o IBFAM levou ao conhecimento desta empresa suposta apuração de irregularidades na veiculação publicitária de alguns produtos em seu folheto. 2. Consoante narrado, a verificação teria sido realizada no dia 13 de agosto de 2020 e consistiria na promoção comercial dos produtos fórmula infantil de seguimento para crianças na primeira infância – NUTRIGOLD e Composto lácteo Neslac Comfor e Nesnutri sem as competentes frases de advertência, o que ensejaria na violação do disposto na Lei 11.265/06, Decreto 9.579/18 e RDC ANVISA 222/02. 3. Relativamente ao alegado, esta empresa esclarece*

que constatou internamente a ocorrência da falha na impressão dos folhetos, tendo, inclusive, encaminhado boletim interno a todas as unidades já em 7 de agosto de 2020, para que o material fosse imediatamente recolhido e retirado de circulação. 4. Inclusive, referida iniciativa pode ser devidamente comprovada por meio do envio do boletim operacional ed.32, pg.47 (Doc. 03), em que foi expressamente determinado a todas as unidades de drogaria a retirada de circulação do folheto em questão. 5. Por fim, esta empresa elucida que se acaso ocorrida qualquer constatação no dia 13 de agosto, data posterior à sua comunicação interna para retirada de circulação, tratou-se de situação pontual e que prontamente resolvida. 6. Ciente de seu compromisso com seus clientes e com as entidades de fiscalização dos direitos dos consumidores, esta empresa reitera seus votos de elevada estima e consideração e coloca-se à disposição para eventuais novos esclarecimentos, caso necessários”.

5.2.4 Promoção comercial de leites e bebidas de origem vegetal na internet

Segundo o Decreto 9.579/18, leite é o “produto em forma líquida ou em pó, oriundo da ordenha completa, ininterrupta, em condições de higiene, de animais de todas as espécies, sadios, alimentados e descansados”; e o similar de origem vegetal é o “alimento em forma líquida ou em pó que contenha proteína vegetal, comercializado ou apresentado como alternativa de consumo para o leite”. Para esses alimentos, a promoção comercial é permitida, e deverá incluir, com destaque visual ou auditivo, observado o correspondente meio de divulgação, os seguintes dizeres do Ministério da Saúde: “O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 anos de idade ou mais” (BRASIL, 2006).

No presente monitoramento foram encontradas 41 promoções comerciais de leite sem a frase de advertência em 14 sites de empresas. Em relação a similares de origem vegetal, foram encontrados 2 (dois) produtos com promoção comercial sem a frase de advertência, na internet. A relação das empresas encontra-se no Anexo 2, item III.

A empresa **Ibiúna Supermercados** que foi notificada porque realizava promoção comercial de leite sem frase de advertência na rede social (<https://www.instagram.com/p/B-XJHgEhixA/>), visitada em 18/08/2020, discordou da notificação com a seguinte resposta: “A “infração” apontada por V.S. é completamente improcedente pelo simples e bom motivo de que a legislação apontada em vossa Notificação regula única e estritamente a promoção comercial de alimentos infantis em específicos em específico, portanto, inaplicável ao produto objeto do encarte em questão que se trata de leite tipo longa vida sem qualquer destinação específica ao público infantil, destarte, por força do princípio constitucional da estrita legalidade de rege a atuação de todos os níveis da Administração Pública, não se pode sancionar o particular atribuindo à norma interpretação e alcance que ela seguramente não tem. Ademais, a promoção em questão nem sequer está ativa, não substituindo assim a insurgência”. Quanto à resposta do Ibiúna Supermercados, a IBFAN tem a dizer que o leite longa vida da marca Líder que aparece na foto no Instagram, é um produto dentro do escopo da legislação e, portanto, qualquer publicidade deve ser acompanhada da frase de advertência correspondente.

A empresa **Leite Fazenda Bela Vista** que foi notificada porque realizou promoção comercial de leite sem frase de advertência em seu site (<https://www.instagram.com/leitefazendaoficial/?hl=pt-br>) visitado em 04/08/2020, concorda e toma providências: *“Analisando as promoções de marketing realizadas, por raro lapso, não constou as referidas advertências, o que, tão logo observado, foram prontamente atendidas.*

O **Supermercado Big Lar** que foi notificada porque realizou promoção comercial sem frase de advertência da bebida vegetal Ades em seu site (<https://www.biglar.com.br>), visitado em 15/08/2020, concordou e enviou a seguinte resposta: *“A notificada sempre respeitou integralmente a legislação em questão, tanto que em seu estabelecimento comercial, lojas físicas, as exigências são devidamente cumpridas, conforme se comprovam as fotos das exposições dos produtos. Se ausente tais advertências no site de compras da notificada, no ato da constatação, trata-se de situação pontual, que seria decorrente de falha de comunicação com a equipe de Marketing, responsáveis pela alimentação do site da notificada. Contudo, a notificada já reiterou tal orientação ao setor responsável, pontuando o ocorrido, para que não ocorram novas imprecisões como a que teria sido constatada.*

A **Cooperativa Languiru** que foi notificada porque realizou promoção comercial de leite sem frase de advertência no site (<https://www.languiruorigem.com.br/promo/como-participar>), acessado em 20/10/2020, discorda da notificação “[...]. Sendo assim, ressaltados os termos do Ofício 105/2020 e tendo em vista o importante trabalho desenvolvido pelo IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), bem como pelo IBFAN (International Baby Food Network), a Cooperativa Languiru, respeitosamente, discorda das ocorrências descritas no ofício em apreço, e justifica seu entendimento pelos fatos e fundamentos a seguir expostos: a) A Promoção “Languiru Origem - a origem do leite”, referida no Ofício 105/2020 como sendo “Comproou, ganhou - a vaquinha Languiru é sua!”, foi veiculada com estrita observância ao Regulamento/Pano de operação da Promoção, conforme Certificado de Autorização SECAP no 02.006922/2019. b) O material publicitário relacionado à mencionada promoção, veiculado nos meios de comunicação ativa (Jornais, revistas, internet, dentre outros) possuía a frase de advertência prevista no inciso I, do Art. 5º da Lei 11.265/2006 e no Art. 6º do Decreto 9.579/18, que consiste nos seguintes dizeres: “O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais”. [...] d) Desta forma, destaca-se que, as vias de contato ativas por meio das quais o consumidor possuía acesso com o material publicitário relacionado à promoção “Languiru Origem - a origem do Leite” atendia plenamente às determinações legais pertinentes a mesma. Além disso, registra-se que a frase de advertência do Ministério da Saúde também consta expressamente em todas as embalagens do Produto Leite Origem, conforme se verifica na imagem abaixo. e) Portanto, em todos anúncios publicitários que possuíam a caixa de leite Origem em sua composição, possuíam, mesmo que indiretamente, a frase de advertência exigida pela legislação pertinente. f) Com relação ao material disponível no site da Cooperativa Languiru, no endereço eletrônico indicado no ofício 105/2020, qual seja: [languiruorigem.com.br/promo/como-participar](https://www.languiruorigem.com.br/promo/como-participar), destaca-se que este não possuía caráter publicitário e tampouco de promoção comercial, uma vez que, conforme o próprio link de acesso ao site esclarecia, este possuía finalidade meramente informativa/operacional, tendo em vista que somente explicava aos interessados a forma

e procedimento de participação da promoção, e também servia de meio de recebimento das inscrições relacionadas à mesma, em conformidade com a determinação do Regulamento. g) A imagem que compõe o anexo 1 do ofício 105/2020 deixa claro que o link de acesso (languiruorigem.com.br/promo/como-participar) apresentava opções de caráter informativo/explicativo que possuíam o intuito de esclarecer os critérios e forma de participação da promoção, com as seguintes opções: a) como participar; b) ganhadores; c) regulamento; d) dúvidas; e) fale conosco; f) participe agora. h) Sendo assim, ao acessar o site, a parte interessada já havia mantido contato com o anúncio publicitário que continha a frase de advertência e então, buscava o endereço eletrônico apenas como meio de viabilizar sua participação na promoção. i) Diante de tais circunstâncias, e considerando que as informações contidas no endereço eletrônico languiruorigem.com.br/promo/como-participar, referidas nos Anexos 1 e 2 do Ofício 105/2020, não se destinavam à fins de promoção comercial de alimentos, mas sim, apenas ao meio de participação na Promoção "Languiru Origem - a origem do leite", a Cooperativa Languiru entende o conteúdo veiculado no site não representou infração às disposições do Art. 5º da Lei 11.265/06 e do Art. 6º do Decreto 9.579/18. j) Além disso, registra-se que a promoção "Languiru Origem - a origem do leite" teve curta duração e na presente data já se encontra encerrada, não sendo veiculado mais nenhum anúncio publicitário relacionado à mesma. Sendo o que havia para o momento, subscrevemo-nos".

Sobre a resposta acima, a IBFAN ressalta: "é importante elucidar que embora a cooperativa alegue a não intencionalidade de promoção comercial, segundo o Artigo 3 da Lei 11.265/06 é promoção comercial o conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto. Na presente situação, a veiculação da campanha "Comprou, ganhou – a vaquinha Languiru é sua!" evidencia uma clara intencionalidade de induzir o consumidor a compra do leite Languiru para fins de aquisição do brinde. O Art. 5º da Lei 11.265/2006 define ainda que a promoção comercial de alimentos infantis (sendo leite fluido referido nos incisos III do caput do art. 2º), deverá incluir, em caráter obrigatório, o seguinte destaque, visual ou auditivo, consoante o meio de divulgação: "O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais". A explicação sobre a presença da frase de advertência na rotulagem do produto, não exclui a necessidade de que seja inserido o destaque da frase (que é diferente da frase do rótulo) em todos os meios de divulgação de comércio e publicidade. É de suma relevância que as adequações sejam feitas pela empresa com vistas ao cumprimento da legislação, para a garantia do compromisso de toda a sociedade na proteção legal da amamentação, em especial do empresariado. A IBFAN Brasil seguirá no seu papel de monitorar o cumprimento da NBCAL, Lei 11.265/2006 e Decreto 9.579/2018, como nossa função social continuaremos acompanhando o cumprimento da legislação vigente.

5.2.5 Promoção comercial de Composto Lácteo na internet e mídias sociais

Foram notificadas 40 empresas, que apresentaram 78 infrações pela ausência da frase de advertência na comercialização de composto lácteo, sendo 32 páginas na internet e 1 rede social. As 33 notificadas por realizarem promoção comercial de compostos lácteos sem a frase de advertência do Ministério da Saúde na internet foram: **1. Drogaria Extra; 2. Drogaria São Paulo; 3. Drogasil; 4. Savegnago Supermercados; 5. Carrefour Supermercados; 6. Assaí Ribeirão Preto; 7. Farmácia associados; 8. Farmácia do povo; 9. Tonin Supermercados; 10. Drogaria Catarimed; 11. Drogaria Onofre; 12. Sabor de viver; 13. Rede Minas Farma; 14. Supermercado Comper; 15. Ponto Frio; 16. Drogaria São Jorge; 17. Extrafarma; 18. Magazine Luiza; 19. Amazon; 20. Farmácia mercúrio; 21. Americanas; 22. Farmácia Independente; 23. Itambé; 24. Fort Atacadista; 25. Loja Sabor de Viver Danone; 26. Farmacia Pague Menos; 27. Nestlé; 28. Farma Ponte; 29. Panvel Farmácia; 30. A Angeloni e Cia Ltda; 31. Drogal; 32. Medic Delivery**, além da rede social do influenciador; **33. Romulo Estrela**. Os sites da Drogaria São Paulo, Drogaria Onofre e a Drogal foram os locais com maior número de diferentes compostos lácteos em promoção comercial sem a frase de advertência. Drogaria São Paulo com 6 produtos, Onofre com 6 produtos e Drogal com 5 produtos em promoção.

A **Drogaria São Jorge** que realizou promoção comercial sem frase de advertência de composto lácteo em sua rede social (<https://www.instagram.com/drogariasaojorge/>) em 03/08/2020, respondeu: *“A empresa concorda com os termos da notificação que incorreu em erro na divulgação de promoção dos referidos produtos; Declara que as publicações nas mídias sociais, Instagram e Facebook, foram retirados; Informa ainda, que procurará em futuras promoções, adequar a legislação, não incluindo produtos vedados a publicação e destaques na loja física. A empresa reforça que evitará que o mesmo ocorra novamente. “*

A **Extrafarma** que realizou promoção comercial sem frase de advertência de composto lácteo em sua página (<https://www.extrafarma.com.br/>), visitada em 07/09/2020, que realizou promoção comercial sem frase de advertência, concorda e responde: *“Com base na legislação apontada no ofício supramencionado - RDC 222/02, itens 2.10 e 4.2; art. 5º , I e II, da Lei nº 11.265/06; art. 6º do Decreto 9.579/18 – a Extrafarma informa que promoverá as adaptações no e-commerce em até 90 (noventa) dias, a fim de adequar-se aos preceitos legais regentes da matéria”.*

A **Farmácia Pague menos** que apresentava promoção comercial de composto lácteo sem frase de advertência no site (www.paguemenos.com.br) em 13/09/2020, concorda e traz a seguinte questão: *“trata-se de inúmeras solicitações de adequações, que dependem do desenvolvimento do setor de Tecnologia da Informação. Isto porque, as alterações deverão ser realizadas através de programação a serem desenvolvidas pelos técnicos da empresa. Contudo, o exíguo prazo solicitado para as alterações, no total de 7 (sete) dias corridos, não são suficientes para desenvolver as alterações solicitadas. Insta salientar, a Empresa notificada tomou nota das solicitações enviadas por notificações, pontuou cada uma, com o fito de atender os consumidores com a melhor excelência possível, dentro da legislação vigente. Por esta razão, pede a notificada dilação de prazo por mais 30*

dias, prazo este solicitado pelo setor de Tecnologia da Informação da empresa notificada, para atender as demandas da notificação”.

A empresa Amazon que foi notificada por fazer promoção comercial de composto lácteo sem frase de advertência em seu site (<https://www.amazon.com.br>) em 08/08/2020, discorda e responde: *“ressaltamos que as mensagens de advertência dos produtos já aparecem nas fotos de suas embalagens. E, conforme mencionamos anteriormente, a página de detalhes do produto não é uma promoção comercial”*. Sobre isso, a IBFAN tem a dizer que as frases de advertência dos rótulos são diferentes e em qualquer publicidade a frase de advertência do Ministério da Saúde deve acompanhar o produto, conforme disposto na legislação.

A empresa Nestlé que foi notificada porque fez Promoção comercial de composto lácteo sem frase de advertência em sua rede social (<https://www.instagram.com/nestlenezlac/>) em 24/09/2020, discorda e envia a seguinte resposta: *“Feitas essas considerações preliminares, em relação à ocorrência suscitada pelo IDEC/IBFAN acerca da publicidade do produto “NESLAC SUPREME”, a saber, a ausência da frase do Ministério da Saúde, cumpre esclarecer que, nos termos da legislação em vigor, a frase em referência consiste uma obrigação ao comércio e publicidade dos produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância – sujeitos, portanto, aos dispositivos da Lei no. 11.265/2006 e respectiva regulamentação – o que, como mencionado, não é o caso do composto lácteo NESLAC SUPREME. Tampouco existe na regulamentação específica dos compostos lácteos, categoria em que se insere NESLAC SUPREME, qualquer disposição prevendo a obrigatoriedade de tal frase para fins de publicidade deste produto. Não obstante a Carta ora respondida tenha mencionado que a publicidade de NESLAC SUPREME deveria apresentar a advertência “O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS DOIS ANOS DE IDADE OU MAIS”, tal indicação é baseada em uma premissa equivocada, de que a publicidade de NESLAC SUPREME estaria sujeita aos dispositivos da Lei no. 11.265/2006. Todavia, conforme acima explicitado, a Lei em referência – e, por consequência, a obrigatoriedade de apresentação da frase em questão - é aplicável às práticas comerciais e publicidade de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, o que, segundo definições da própria Lei, compreende as crianças com idade de 0 até 36 meses, que, frise-se, não é o caso de NESLAC SUPREME. A NESTLÉ confia que as informações ora prestadas possam esclarecer a questão suscitada na Carta em referência, bem como demonstrar a inexistência de qualquer conduta em desacordo com a legislação em vigor. Reiterando seu compromisso com o estrito cumprimento das normas aplicáveis, notadamente, à comercialização de alimentos infantis, a NESTLÉ permanece à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.”*

Em relação à resposta da Nestlé, a IBFAN tem a esclarecer que: Em relação ao produto denominado Composto Lácteo, esclarecemos que o mesmo está abrangido pelo art. 3º, I, do Decreto nº 9.579/18, que, por sua vez, está em consonância com o art. 2º, IV, da Lei nº 11.265/06.

Os referidos artigos incluem no âmbito dos produtos regulados os **alimentos de transição** e os **alimentos complementares**, cuja definição encontra-se no art. 3º, II, da Lei nº 11.265/06, repetida no art. 4º, II, do Decreto 9.579/18.

Após a especificação desses dois tipos de alimentos, o art. 2º, IV, da Lei nº 11.265/06 e o art. 3º, I, do Decreto nº 9.579/18 ampliam o rol de produtos e apresente uma terceira categoria, de natureza jurídica meramente exemplificativa e genérica, qual seja: “Lei nº 11.265/06 Art. 2º I alimentos de transição [...] **bem como outros alimentos ou bebidas à base de leite ou não**, quando comercializados ou de outra forma apresentados como apropriados para a alimentação de lactentes e crianças de primeira infância.”

Assim, embora não seja leite ou fórmula infantil, o composto lácteo é um alimento/bebida à “base de leite ou não” (expressão utilizada pela lei) destinado à alimentação de lactentes e crianças de primeira infância, e assim está indicado no seu rótulo, e é apresentado no comércio. Diga-se, aliás, com rotulagem muito semelhante à rotulagem das fórmulas infantis, e com grande potencial de induzir o consumidor a erro, fazendo com que o mesmo compre, equivocadamente, composto lácteo ao invés de fórmula infantil, com teor nutricional em desacordo com as necessidades ao bom e saudável desenvolvimento do lactente.

Por fim, vale ressaltar que a lei não exige a necessidade de indicação do produto, no rol de abrangência da lei ou do decreto, através da sua “denominação” apresentada no momento do seu registro nos órgãos competentes. Não é pelo fato de existir inciso específico no art. 2º, da Lei nº 11.265/06 e no art. 3º, do Decreto nº 9.579/18 em relação às fórmulas infantis, leites, entre outros, que deverá existir inciso específico mencionando “composto lácteo”.

Dessa forma, além das fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes; das fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância; dos leites fluidos, leites em pó, leites modificados e similares de origem vegetal; dos alimentos de transição e alimentos complementares; da fórmula de nutrientes apresentada ou indicada para recém-nascido de alto risco e das mamadeiras, bicos e chupetas, **todo e qualquer alimento ou bebida à base de leite ou não, quando comercializado ou de outra forma apresentado como apropriado para a alimentação de lactentes e crianças de primeira infância** está abrangido pela Lei nº 11.265/06 e pelo Decreto nº 9.579/18 e, portanto, deve seguir a regras de venda e promoção comercial.

A Drogeria Extra que realizou promoção comercial sem frase de advertência de composto lácteo em seu encarte virtual (<https://www.portafolhetos.com.br/extra/folheto-amamentacao-drogeria-de-sabado-01-08-2020/>) de 13/08/2020, concorda e coloca: “em atendimento ao quanto mencionado na notificação IBFAN 02/2020, vem, respeitosamente, perante V.Sas., apresentar sua RESPOSTA, conforme a seguir exposto. [...]. Relativamente ao alegado, esta empresa esclarece que constatou internamente a ocorrência da falha na impressão dos folhetos,

tendo, inclusive, encaminhado boletim interno a todas as unidades já em 7 de agosto de 2020, para que o material fosse imediatamente recolhido e retirado de circulação. Inclusive, referida iniciativa pode ser devidamente comprovada por meio do envio do boletim operacional ed.32, pg.47 (Doc. 03), em que foi expressamente determinado a todas as unidades de drogaria a retirada de circulação do folheto em questão. Por fim, esta empresa elucida que se acaso ocorrida qualquer constatação no dia 13 de agosto, data posterior à sua comunicação interna para retirada de circulação, tratou-se de situação pontual e que prontamente resolvida. Ciente de seu compromisso com seus clientes e com as entidades de fiscalização dos direitos dos consumidores, esta empresa reitera seus votos de elevada estima e consideração e coloca-se à disposição para eventuais novos esclarecimentos, caso necessários”.

5.2.6 Promoção comercial de Fórmulas infantis para necessidades dietoterápicas específicas, na Internet

A Lei 11.265, no Art. 3º inciso XIX define fórmula infantil para necessidades dietoterápicas específicas como aquela cuja composição foi alterada com o objetivo de atender às necessidades específicas decorrentes de alterações fisiológicas ou patológicas temporárias ou permanentes e que não esteja amparada pelo regulamento técnico específico de fórmulas infantis.

Foram notificadas as empresas **Magazine Luiza** e **Drogaria Soares**, referentes a 4 infrações. A empresa Magazine Luiza foi notificada por promoção comercial proibida de fórmulas infantis dietoterápicas na internet em seu site (<https://www.magazineluiza.com.br>), visitado em 20/08/2020. A empresa Drogaria Soares, por sua vez, foi notificada pela mesma infração: promoção comercial proibida de fórmulas infantis dietoterápicas na internet em seu site(www.drogariasoes.com.br), visitado em 5/08/2020. Nenhuma das 2 empresas respondeu a notificação.

5.2.7 Promoção comercial de Alimentos de Transição e à base de cereais na internet e mídias sociais

O Decreto 9.579/18 define como alimento de transição para lactentes e crianças na primeira infância - *o alimento industrializado para uso direto ou empregado em preparado caseiro, utilizado como complemento do leite materno ou de fórmulas infantis, introduzido na alimentação de lactentes e crianças na primeira infância para promover a adaptação progressiva aos alimentos comuns e propiciar a alimentação balanceada e adequada às suas necessidades, respeitada sua maturidade fisiológica e seu desenvolvimento neuropsicomotor;* e alimento à base de cereais para lactentes e crianças na primeira infância – *como alimento à base de cereais próprio para a alimentação de lactentes após o sexto mês e de crianças na primeira infância, respeitada sua maturidade fisiológica e seu desenvolvimento neuropsicomotor.*

Sobre os alimentos de transição, foram encontradas 32 infrações, correspondentes a 12 empresas, com promoção comercial, sem a frase de advertência do Ministério da Saúde.

As empresas que responderam a notificação foram a Drogaria São Paulo e Amazon. A empresa Amazon discorda da notificação sobre alimentos de transição: “ressaltamos que as mensagens de advertência dos produtos já aparecem nas fotos de suas embalagens. E, conforme mencionamos anteriormente, a página de detalhes do produto não é uma promoção comercial. Cumpre mencionar que a Farinha Láctea Nestlé não possui tal frase de advertência em seu rótulo pois não é destinada a crianças abaixo de 3 (três) anos, conforme indica a fabricante em seu site”. Sobre a resposta da Amazon, novamente a IBFAN tem a dizer que as frases são diferentes e tem objetivos distintos. No caso da promoção comercial em questão, falta a frase do Ministério da Saúde. Quanto à promoção da Farinha Láctea, mesmo que esteja indicada para crianças maiores de 3 anos, o Decreto 9.579/18 estende a abrangência para para crianças de até 6 anos. Além disso, o consumidor não é obrigado a saber e muito menos ter que abrir o site do fabricante para entender se o produto é indicado.

A Drogaria São Paulo fez promoção comercial de alimentos de transição sem frase de advertência em sua página da internet (<https://www.drogariasapaulo.com.br>), visitada nos dias 22/07/20 e 25/08/20. Discorda da notificação e alega que: “O expositor, com produtos em oferta, ainda não estava montado. É importante observar que as ocorrências até então apresentadas tratam justamente de expositores, com este tipo de produto em oferta] ... [as placas com avisos respectivos foram logo afixadas, em regular cumprimento à lei 11.265 e ao decreto regulamentados (9.579/18)”

5.3 Comércio e publicidade em lojas físicas

5.3.1 Infrações em lojas físicas: Fórmulas infantis para crianças de primeira infância, Similar de origem vegetal, Leites, Composto Lácteo e Alimentos de Transição ou à base de cereais

O monitoramento 2020 concentrou esforços na identificação de infrações à NBCAL na Internet, contudo foram visitados alguns estabelecimentos comerciais. Foram identificadas 37 infrações em 11 estabelecimentos comerciais. Destas infrações, 15 (40,7%) foram sobre a promoção comercial de Composto Lácteo sem frase de advertência, 9 (24,3%) promoção comercial de alimentos de transição sem a frase de advertência, 8 (21,6%) de leites em geral comercializados sem a frase de advertência, 3 (8,11%) de promoção comercial sem frase de advertência de fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância e 2 infrações referentes à promoção comercial de produtos similares de origem vegetal sem a frase de advertência. Abaixo estão descritas as argumentações das empresas que responderam às notificações e a relação das empresas encontra-se no Anexo 2, item IV.

A empresa **Boa Supermercados (Jundiaí, SP)** visitado em 03/08 e 13/08, foi notificado porque realizava promoção comercial sem frase de advertência, concorda e responde que: *“tem como premissa cumprir e respeitar a legislação existente, principalmente no tocante ao Código de Defesa do Consumidor – CDC e demais normas que norteiam a atividade da empresa e às relações de consumo, uma vez que seus procedimentos são plenamente legais. No tocante a eventual descumprimento da Lei 11.265/06, informamos que a frase*

incentivando o aleitamento sempre constou nas prateleiras do supermercado, no entanto, talvez, com o passar do tempo, faltou uma fiscalização mais incisiva para verificar essa questão. No entanto, informa que a questão já foi corrigida, conforme demonstram as fotos em anexo”.

O **Epa Supermercados (Ouro Preto/MG)** que foi notificado por promoção comercial de leite sem frase de advertência concorda com a notificação e enviou a seguinte resposta: *“A empresa entende que as informações ora prestadas, esclarecem indubitavelmente que a situação ora informada no ofício epigrafado se tratou de um evento isolado, tanto que nas fotos acostadas à manifestação, verifica-se cartazes informativo afixados aos alimentos destinados ao público infantil, conforme determina a legislação, demonstrando assim, sua eficiência, diligência e boa fé operacionais, com rigoroso cumprimento das normas atinentes à informação e publicidade”.*

A **Drogaria São Paulo** foi notificada por infrações em três distintos endereços. Na filial localizada na Avenida Duque de Caxias, Bauru/SP, foi identificada promoção comercial sem frase de advertência de composto lácteo em 15/09/2020, da qual a empresa discorda: *“A filial notificada procede desta mesma forma e segue à risca os padrões de excelência impostos. Observando a fotografia apresentada na página 3, tudo indica que se trata de um expositor em montagem, faltando a parte de baixo inclusive. A placa com o aviso respectivo foi afixada, em regular cumprimento à lei 11.265/06 e ao decreto regulamentador (9.579/18). Não houve, portanto, nenhuma infração à referida lei ou ao decreto. Apenas pontuando que nada consta na página 4. A Notificada informa que está à disposição das duas instituições para prestar outros esclarecimentos que se façam necessários. Pelo exposto, não se verifica, por parte da Notificada, a ocorrência de nenhuma infração aos dispositivos legais mencionados nesta Notificação, mostrando-se desnecessário o envio da pesquisa feita e/ou resposta para unidade de vigilância sanitária”.*

A filial da **Drogaria São Paulo** localizada na Rua Rio Branco, Bauru/SP, que realizou promoção comercial sem frase de advertência de composto lácteo em 13/09/2020, discorda e envia a seguinte resposta à notificação: *“[...] Infelizmente, nenhuma fotografia foi apresentada para que se pudesse apurar o que, de fato, teria acontecido na loja. No entanto, pela data e pela descrição, tudo indica que se tratavam de ofertas (desconto de preço) dos produtos citados (Compostos Lácteos Neslac Comfor, Neslac Supreme e Ninho Fases, Ninho Nutrigold) em expositor. O expositor, com os produtos em oferta, ainda não estava montado. É importante observar que as ocorrências até então apresentadas tratam justamente de expositores, com este tipo de produto em oferta. Os expositores são pontos extras montados em campanhas de oferta. Não são fixos como as gôndolas, prateleiras ou balcão. Portanto, faz-se necessário toda a montagem, e isso inclui a afixação dos avisos pertinentes. As placas com os avisos respectivos foram logo afixadas, em regular cumprimento à lei 11.265/06 e ao decreto regulamentador (9.579/18). Não houve, portanto, nenhuma infração à referida lei ou ao decreto. A Notificada informa que está à disposição das duas instituições para prestar outros esclarecimentos que se façam necessários. Pelo exposto, não se verifica, por parte da Notificada, a ocorrência de nenhuma infração aos dispositivos legais mencionados nesta Notificação, mostrando-se desnecessário o envio da pesquisa feita e/ou resposta para unidade de vigilância sanitária”.* A IBFAN respondeu que a notificação havia sido produzida com a

inclusão das fotografias, e que caso a empresa quisesse poderíamos enviar por e-mail as imagens comprobatórias, diante do exposto nenhuma outra resposta foi recebida até a finalização deste relatório.

5.3.2 Promoção comercial de mamadeiras e chupetas em lojas físicas

Foram notificadas 2 empresas que realizavam algum tipo de promoção proibida de mamadeira e ou chupeta. O Giga Atacados, em Jundiaí/SP, visitado em 13/08/2020 realizava promoção comercial (desconto de preço) das chupetas e mamadeiras da marca Neopan. O Giga atacados não respondeu a notificação.

A **Drogaria São Paulo**, da Rua do Retiro, nº 77 em Jundiaí, SP, visitada em 10/09/2020 comercializava as mamadeiras das marcas Pétala Avent e MAM com exposição especial, vedada pela legislação. A Drogaria São Paulo respondeu e discorda da notificação informando que *“não se trata de uma exposição especial e sim de uma prateleira no interior da loja que conta com a exposição à venda de diversos outros itens, sem promessas de brinde, desconto, cupom, nada disso.”* A opinião da IBFAN é que a foto é bem clara ao mostrar uma ponta de prateleira, na entrada da loja e os produtos em questão, misturados a outros, estavam sob um cartaz escrito *“festival do bebê: tudo para cuidar do seu bebê em todas as fases”*, o que do nosso ponto de vista é exposição especial, definida pelo Decreto 9.579/18 como: *“qualquer forma de expor um produto para destacá-lo dos demais no estabelecimento comercial, como vitrine, ponta de gôndola, empilhamento de produtos em forma de pirâmide ou ilha, engradados, ornamentação de prateleiras ou formas estabelecidas em regulamentação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa.”*

6 PROMOÇÃO COMERCIAL DE BICOS, CHUPETAS, MAMADEIRAS E PROTETORES DE MAMILO, NA INTERNET NAS MÍDIAS SOCIAIS

A internet e as mídias sociais são amplamente utilizadas pelas empresas, fabricantes, distribuidores e importadores para o comércio e publicidade de bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo, vendidos via *e-commerce* ou em *marketplaces*. No monitoramento *“De olho na Internet e Mídias Sociais”* – as estratégias mais identificadas para a comercialização destes produtos nos espaços virtuais, foram: desconto de preço; apresentação do produto com frases, denominações e expressões com falso conceito de vantagem ou segurança; utilização de frases e expressões que sugerem a semelhança desses produtos com a mama ou o mamilo; expressões ou denominações que identifiquem o produto como apropriado para o uso infantil como *“ideal para o bebê”*, *“ortodôntica”*, entre outras.

Das 101 empresas notificadas, 43 empresas realizavam promoção comercial de bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo, assim distribuídas: 38 promoviam mamadeiras; 33 promoviam chupetas, 8 promoviam bicos e 6 promoviam protetores de mamilo, constatando-se que a mesma empresa promovia mais de um produto simultaneamente. A relação das empresas encontra-se no Anexo 2, item II. Das 207 infrações

encontradas por tipo de produto, 70 são relativas a mamadeiras, 65 a chupetas, 14 a bicos e 8 a protetores de mamilo.

É fato que a Lei 11.265/06 e o Decreto estabeleceram regras e restrições sobre o uso de expressões, frases e denominações apenas para os rótulos ou embalagens destes produtos. Todavia, quando são comercializados pela internet, segundo o Art. 2º do Decreto 7962/13, *os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, entre outras informações: as características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores* (Brasil, 2013). Para efeitos da Lei 11.265/06 e do Decreto 9.579/18, o uso das frases e expressões encontradas em algumas lojas virtuais são estratégias de persuasão com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de mamadeiras, bicos, chupetas e protetores de mamilo, proibidas pela legislação brasileira. A vedação à promoção comercial aplica-se a estratégias promocionais como exposições especiais e de descontos de preço, cupons de descontos, prêmios, brindes, vendas vinculadas a produtos não sujeitos pela NBCAL, apresentações especiais ou outras estratégias estabelecidas em regulamentação da Anvisa. Ademais, segundo o Artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. Sendo assim, os resultados apresentados apontam o descumprimento à Lei 11.265/06, ao Código de Defesa do Consumidor e ao Decreto 7962/13, que regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Quanto às estratégias encontradas no Monitoramento de lojas virtuais que comercializam bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilos, elegemos para apresentar neste relatório, alguns exemplos cujas estratégias contidas nas informações, frases e expressões, disponíveis junto ao produto, foram consideradas mais persuasivas.

O site da **Amazon** (www.amazon.com.br), visitado em 05/08/2020, comercializa o Protetor de Seios MAM com os seguintes dizeres: *“Comprovadamente aceita por 94% das crianças, a tecnologia MAM SkinSoft oferece um silicone macio com superfície texturizada e sedosa que proporciona uma sensação familiar; Formato de borboleta, permite o contato do bebê com a pele e o cheiro da mãe.”*

A sugestão de que uso do produto proporciona uma sensação familiar, além de permitir o contato do bebê com a pele e o cheiro da mãe, são situações possíveis com a amamentação. Além disso, o que se sabe é que o uso de protetores de mamilo, sem critérios ou sem supervisão de um profissional qualificado pode acarretar problemas para a amamentação e a saúde infantil, riscos esses não mencionados na publicidade do produto. No mesmo

site o protetor de seio da marca Ibimboo e da marca Medela são comercializados com desconto de preço, o que é vedado pela legislação.

A Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. (“Amazon”), respondeu a notificação com o seguinte: *“A Amazon reitera que leva esse tipo de questão muito a sério, sobretudo para tais categorias de produtos (leites, fórmulas, alimentos de transição, chupetas, mamadeiras etc.). [...] As informações constantes das páginas de detalhes dos produtos vendidos na Amazon.com.br em regra provêm de duas fontes: fornecedores e vendedores. Isso significa que tanto o conteúdo de texto como as imagens dos produtos são contribuídos ou pelos fornecedores que vendem os produtos para a Amazon ou por vendedores que anunciam produtos diretamente ao consumidor final. A Amazon tem sempre foco em seus clientes e visa a proteger e oferecer uma experiência de compra saudável e de qualidade aos consumidores, razão pela qual busca mostrar a página de detalhe dos produtos o mais completa possível. A Amazon informa ainda que toma cuidados específicos com relação a produtos de puericultura, por exemplo, proibindo a realização de promoções de tais produtos. A Amazon não destaca tais tipos de produtos e não utiliza elementos para atrair a atenção de consumidores ou para criar senso de urgência na aquisição. Com relação especificamente às páginas dos produtos indicados na Notificação, tomamos algumas medidas para evitar controvérsias com relação aos produtos e sanar as preocupações apontadas por V.Sas., conforme indicado abaixo. Para as mamadeiras e chupetas, inicialmente informamos que não identificamos qualquer “distribuição de amostra grátis” prevista no artigo 6.1 da RDC nº 221/2002 da Anvisa citado por V.Sas. Além disso, as informações constantes nas páginas de detalhes dos produtos não são caracterizadas como propaganda ou publicidade. As páginas de detalhes dos produtos contêm informações destinadas a fornecer aos consumidores dados sobre o produto, para que possam tomar decisões informadas com relação ao que pretendem adquirir.”*

Sobre isso, a IBFAN tem a esclarecer que não notificou a empresa por distribuírem amostras grátis de mamadeira e chupetas e pode ter havido um engano ao digitar o enquadramento legal no texto. No entanto, foram notificados porque realizavam algum tipo promoção comercial desses produtos, o que é vedado pela legislação, de acordo com a RDC 221, Lei 11.265/06 e Decreto 9.579/18. Lembramos que promoção comercial, segundo a legislação é *“conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto”*. (Art.3º item XXVII, Lei 11.265/06), incluindo, segundo o Decreto, a divulgação, por meios audiovisuais, auditivos e visuais. Ora a chupeta tamanho 1 da Chicco é apresentada com dizeres que comparam o produto com a mama ou mamilo – *“silicone aveludado, buracos de ventilação e base curvada semelhante ao seio”*. A chupeta Ocean da Multikids Baby também é comercializada com dizeres que comparam o produto ao seio materno - *Por isso os bicos de chupeta similar ao seio materno durante a amamentação, para um desenvolvimento oral sano”* não seriam essas frases, uma atividade de persuasão, portanto uma promoção comercial?

“Ressaltamos que, em regra, as páginas de detalhes de tais produtos contêm mensagens de advertência como a indicada abaixo, que também aparecem nas imagens dos produtos que retratam suas embalagens:

“O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: A CRIANÇA QUE MAMA NO PEITO NÃO NECESSITA DE MAMADEIRA, BICO OU CHUPETA. O USO DE MAMADEIRA, BICO OU CHUPETA PREJUDICA O ALEITAMENTO MATERNO”

Quanto ao que foi citado acima, pela Amazon, que refere incluir as mensagens de advertência nas páginas de detalhes dos produtos, a IBFAN tem a esclarecer que não há motivo para colocar uma frase, se a promoção é proibida. Ademais, a frase em questão é obrigatória no rótulo ou embalagem do produto e não se aplica à comercialização.

“Para os protetores de mamilo, informamos que nas páginas de detalhes não deveria constar um “preço de lista” e um “preço de oferta”, e que isso já foi corrigido internamente. Também solicitamos que fossem feitas alterações em algumas imagens dos produtos que haviam sido incluídas pelos respectivos fornecedores ou por terceiros vendedores.”

A loja www.americanas.com, visitada em 07/08/2020, comercializa a chupeta *Soft da Chicco* com os seguintes dizeres: *“As chupetas, além de reduzir o risco de morte súbita, também representam um papel importante no desenvolvimento oral. Para isso, as chupetas devem ser desenvolvidas para se adaptar perfeitamente à boca do bebê, assegurando a correta e uniforme distribuição da pressão da língua no palato. O bico correto das chupetas deve ser ortodôntico, fisiológico (desenhado com formato e características que não prejudiquem as funções naturais da boca) e fino na base (para prevenir problemas dentários). As chupetas Soft da Chicco combinam todas as características necessárias [...]”*.

Ainda na www.americanas.com.br, visitado em 07/08/2020, a chupeta *Kuka* é vendida com as seguintes informações: *“Toda mãe procura oferecer o que a de mais moderno e seguro para o seu bebê, buscando atender aos desejos das mães mais exigentes, a Kuka criou a Chupeta Super Premium Color Bico Silicone Ortodôntico que foi desenvolvida com um design exclusivamente pensado no bem estar e conforto do bebê, ela é anatômica e ortodôntica o que não prejudica o desenvolvimento da dentição, seu bico em silicone um material macio e resistente e o escudo decorado.”*

Tanto na apresentação da Chupeta *Soft da Chicco* quanto na chupeta *Kuka*, as informações são estratégias para induzir a venda e o uso do produto, vedadas pela legislação. Os malefícios do uso de bicos e os efeitos na saúde do bebê, bem como os impactos causados na amamentação, são amplamente divulgados pela comunidade científica que referem não haver evidências comprovadas quanto às vantagens no bico anatômico, fisiológico ou ortodôntico.

O marketplace da www.casasbahia.com.br, visitado em 22/08/2020, comercializava a mamadeira Pétala da Philips Avent com os seguintes dizeres: *“A mamadeira pétala ajuda a tornar a amamentação mais natural para você e seu bebê. Ela conta com um design inovador de pétala para que o bebê possa abocanhar como se fosse o seio, facilitando a amamentação pelo seio e pela mamadeira. Além disso, por ter um design diferente, permite melhor firmeza durante o manuseio e oferece uma ótima flexibilidade. Um estudo clínico revelou que os bebês com duas semanas de idade amamentados com a mamadeira pétala da Philips Avent, apresentaram menos cólica do que os bebês amamentados com mamadeiras de marcas concorrentes, principalmente durante à noite. A válvula anti-cólica incorporada permite que o seu bebê controle o fluxo de leite, semelhante ao que acontece na amamentação. Deste modo, o bebê pode mamar quase como se estivesse mamando no peito da mãe. Formato ergonômico - com design exclusivo, a mamadeira é fácil de segurar em qualquer direção até mesmo para as mãezinhas do bebê garantindo mais conforto. Pétalas confortáveis exclusivas - as pétalas na parte interna do bico proporcionam maciez e flexibilidade sem contrair o bico. Uma amamentação mais confortável e agradável para o seu bebê.”*

O site da babytunesbyvanessa.com/, visitado em 27/08/2020, apresenta a mamadeira Mimijumi que *“com cores naturais, texturas e formas, fornece o complemento perfeito para a amamentação e a melhor transição possível para as mamadeiras. O inovador design reproduz o peito de uma mãe, criando uma alimentação natural e proporciona uma experiência mais feliz e saudável para o bebê.”*

Além disso, a loja virtual babytunesbyvanessa.com/ comercializa a mamadeira de silicone Comotomo com os seguintes dizeres: *“O formato natural da mamadeira de silicone Comotomo, com bico de silicone macio é ideal para os bebês que têm problemas para fazer a transição do seio materno para a alimentação com mamadeira , e apresenta um design inovador e sensível à amamentação natural. O design da mamadeira Comotomo é perfeito e facilita a limpeza, feita totalmente de silicone papais e mães poderá deixar de lado a preocupação com produtos tóxicos. A maior dificuldade encontrada em pesquisa com as mães foi a má adaptação com as mamadeiras, foi assim que a Comotomo projetou a mamadeira que imita a amamentação para facilitar a saída do peito para o “copo” sem sentir grande diferença. A explicação do seu material em silicone é porque o bebê desde o útero quando se alimenta costuma mexer muito as mãezinhas, em toques suaves com texturas leves e para manter esse contato a mamadeira tem seu material de silicone suave como a pele para oferecer um toque calmante e relaxante e uma melhor aderência.”*

A mamadeira Calma da Medela também é apresentada pela loja virtual da babytunesbyvanessa.com com dizeres que relacionam e comparam o produto à amamentação, inclusive com o uso de palavra que não está em língua portuguesa, como biberão. *“A Mamadeira Medela Calma Transparente 150ML é um sistema de alimentação inovador para as mães que desejam alimentar os seus bebês com leite materno, mas não podem estar sempre presentes. O biberão Calma mantém o comportamento de alimentação natural, de tal forma que o*

seu bebê: "Trabalha" da mesma forma que o faria no peito: ao mamar o bebê cria um vácuo para que o leite flua, treinando desta forma os músculos faciais. Suga, engole, faz pausas e respira seguindo o seu ritmo de alimentação natural."

A marca inglesa Tommee Tippee, também encontrada na babytunesbyvanessa.com/ "foi projetada para ser a mais próxima possível da amamentação natural e está entre as 3 melhores marcas de mamadeira do mundo! O bico possui um formato que imita a sensação natural, flexível e a circulação do aleitamento materno, facilitando a transição entre o peito e o bico. Além do sistema anti-cólicas, anti-gás e anti refluxo com uma válvula fácil avançada para que o bebê possa amamentar confortavelmente com menos ar e vácuo."

O bico Chicco NaturalFit® 0m+ também comercializado pela babytunesbyvanessa.com/ é apresentado como denominações e expressões que comparam o produto com a mama ou o mamilo "um bico anguloso único que promove o posicionamento ideal para uma transição perfeita e bio-imita o seio em forma, sentido e função, para uma transição natural da mamãe para mamadeira.

FORMA: O ângulo do bico NaturalFit® faz da mamadeira natural a mais confortável maneira de usar, colocando você e o bebê para o sucesso em uma posição que é ideal para recém-nascidos e se sente natural e confortável para os pais.

SENTIDO: Uma vez que você está na posição, o bico de silicone flexível, com textura de cetim e a base macia, arredondada, parecida com o seio, são familiares ao bebê para uma trava intuitiva.

FUNÇÃO: Uma taxa de fluxo lenta juntamente com duas válvulas anti-cólicas, que permitem que o ar dentro da garrafa escape para fora dos lados do bico, ajudam a evitar a ingestão de ar para que o bebê engula apenas as coisas boas.

Alimentar seu bebê deve ser um tempo de ligação e relaxamento para você e seu filho, é por isso que Chicco projetou o bico NaturalFit®, para tornar a mamadeira tão simples, relaxante e natural como a amamentação. Com uma transição fácil entre o seio e a garrafa, o tempo de alimentação é sempre aquele momento especial que estava destinado a ser."

O marketplace da www.dafiti.com.br, visitado 26/08/2020, apresentava o "Bico AVENT com design de pétala, com extra flexibilidade, Conta com o já conhecido design de pétala para que o bebê possa abocanha-lo como se fosse o seio [...] O novo bico pétala facilita ainda mais a amamentação pelo seio e pela mamadeira [...]"

Ainda na www.dafiti.com.br, a chupeta nature rosa da Multikids baby é apresentada como uma alternativa para mães que precisam realizar outras tarefas além de alimentar o bebê: "O primeiro contato da mãe com o filho é através da alimentação. O carinho e afeto são transmitidos de um para outro neste momento. Entretanto quando a mamãe precisa realizar outras atividades do dia a dia, a chupeta acaba sendo a alternativa."

Na www.dafiti.com.br, as mães também podem encontrar a *“Mamadeira pétala rosa, fácil de combinar com a amamentação no peito. Nossa nova mamadeira ajuda tornar a amamentação mais natural para você e seu bebê. Ele conta com um design inovador de pétala para que o bebê possa abocanha-lo como se fosse o seio, facilitando a amamentação pelo seio e pela mamadeira.”*

As mamadeiras STEP UP da Chicco encontradas na www.dafiti.com.br, *“são projetadas para simular a forma mais natural de amamentar os bebês. Seu bico possui um formato similar ao formato do mamilo da mãe, possibilitando que o bebê transite entre o seio e a mamadeira sem rejeitar o seio. [...] Assegura uma sucção confortável, devido ao suporte do lábio mais estreito. Com pega natural e formato exclusivo, simula a dinâmica da amamentação natural. Silicone efeito aveludado para uma amamentação agradável. Bicos com formato similar ao seio, sucção perfeita.”*

A **GFG Comércio Digital Ltda.** (“dafiti group”), respondeu concordando com os termos da notificação. *“Em cumprimento a r. notificação, serve a presente para informar que a GFG já procedeu com a regularização dos anúncios dos produtos para aleitamento materno, nos termos da legislação atual. Esclarece, ainda, que providenciou a retirada de sua plataforma de todos os produtos da modalidade “marketplace”, em desacordo com a Lei nº. 11.265/06, bem como notificou os parceiros/anunciantes para cumprimento da legislação, nos termos do contrato firmado entre as partes.”*

Na www.fpkids.com.br, visitada em 26/08/2020, o bico para mamadeira Comotomo é apresentado com dizeres que comparam o produto com a pele da mãe, pois é *“desenvolvido com um material de silicone suave e semelhante a pele para oferecer uma melhor aderência e uma sensação calmante ao bebê.”* Lá também as mães encontram a Mamadeira de Silicone Comotomo Baby que são muito macias e anti-cólica. *“Elas foram projetadas com um bico de forma natural com um formato do bico largo para ajudar seu pequeno a fazer uma mudança perfeita do aleitamento materno para a mamadeira. Possui dupla válvula Anti-Cólica, o ar entra, o leite sai. A mamadeiras apresentam duas aberturas anti-cólicas para assegurar uma boa circulação do ar na mamadeira para as reduzir cólicas indesejadas, cuspir, eructar e gases.”* São super fáceis de limpar, pensamos que é realmente irritante escovar as mamadeiras de bocal estreito. Então o bocal nas mamadeiras possui uma abertura super ampla para que você possa facilmente limpá-los à mão. As mamadeiras são macias e flexíveis, os bebês são bastante ativos com suas mãos durante o tempo de amamentação. Então, foi desenvolvida com um material de silicone suave e semelhante à pele para oferecer uma melhor aderência e uma sensação calmante ao bebê.”

Outro produto apresentado pela www.fpkids.com.br, é a mamadeira Mimijumi que oferece a melhor transição possível do peito para a mamadeira, além de imitar o seio materno e evitar cólicas *“Com cores naturais e formas, a mamadeira Mimijumi oferece o complemento perfeito para a amamentação e a melhor transição possível para as mamadeiras. O seu design inovador reproduz o peito de uma mãe, criando uma alimentação*

natural e proporciona uma experiência mais feliz e saudável [...]. Foram desenvolvidas para imitar o seio materno, na forma e textura para que o bebe se adapte facilmente à transição da amamentação materna para a com as mamadeiras. Permite que o bebe controle o fluxo de leite, proporcionando uma experiência de alimentação como o aleitamento materno e promovendo o desenvolvimento bucal e dental. Possui sistema integrado para evitar cólicas.”

A mamadeira pétala anticólica comercializada em outras lojas virtuais monitoradas, também foi encontrada na www.fpkids.com.br com frases e expressões que comparam o produto à amamentação, alegam a prevenção de cólica (comprovado por um estudo clínico) principalmente durante a noite e podem auxiliar quando a amamentação não for possível. *“Foi feita para trazer mais conforto, praticidade e te auxiliar quando a amamentação natural não for possível. A mamadeira pétala ajuda a tornar a amamentação mais natural para você e seu bebê. Ela conta com um design inovador de pétala para que o bebê possa abocanhar como se fosse o seio, facilitando a amamentação pelo seio e pela mamadeira. Além disso, por ter um design diferente, permite melhor firmeza durante o manuseio e oferece uma ótima flexibilidade. Um estudo clínico revelou que os bebês com duas semanas de idade amamentados com a mamadeira pétala da Philips Avent apresentaram menos cólica do que os bebês amamentados com mamadeira de marcas concorrentes, principalmente durante a noite. A válvula anti cólica incorporada permite que o seu bebê controle o fluxo de leite, semelhante ao que acontece na amamentação. Deste modo, o bebê pode mamar quase como se estivesse mamando no peito da mãe. Formato ergonômico, com design exclusivo, a mamadeira é fácil de segurar em qualquer direção até mesmo para as mãezinhas do bebê garantindo mais conforto. Pétalas confortáveis exclusivas – as pétalas na parte interna do bico proporcionam maciez e flexibilidade sem contrair o bico. Uma amamentação mais confortável e agradável para o seu bebê [...]”*

A apresentação da mamadeira Pétala da marca Philips Avent foi encontrada em 3 lojas virtuais (www.fpkids.com.br, www.dafiti.com.br, www.casasbahia.com.br/), visitados em 26 e 22 de agosto respectivamente), contendo as mesmas frases, expressões e denominações, o que significa que as informações são fornecidas pelo fabricante, o que o torna responsável pela promoção comercial proibida, tanto quanto os comerciantes.

Segundo os dizeres encontrados na www.fpkids.com.br, em 26/08/2020, *“a MAM acredita que qualquer produto que passe horas todos os dias na boca do bebe deve cumprir com os mais altos padrões de qualidade. As chupetas MAM são projetadas para cuidar da saúde, conforto e crescimento do bebê. Todas as chupetas MAM são ortodônticas [...]. Os bebês adoram o bico de silicone MAM Skin Soft porque se achatam e se estendem quando sugados, imitando um mamilo do seio materno durante a amamentação.”*

Na www.lojadobebe.com.br, visitado em 22/08/2020, o “Bico látex First Choice NUK se assemelha ao formato do seio materno durante a amamentação, para não haver alteração do padrão de sucção do bebê, permitindo uma alimentação mista.”

A mesma loja virtual comercializa o bico Calma da Medela com informações que comparam o produto à mama ou mamilo imitando o comportamento natural de sucção comprovados em investigações em colaboração com a Universidade de Western na Austrália: “Calma é um sistema de alimentação inovador para as mães que desejam alimentar os seus bebês com leite materno. O bico Calma mantém o comportamento de alimentação natural, de tal forma que o seu bebê: “Trabalha” da mesma forma que o faria no peito: ao mamar o bebê cria um vácuo para que o leite flua, treinando desta forma os músculos faciais. Suga, engole, faz pausas e respira seguindo o seu ritmo de alimentação natural e individual. Pode combinar peito e mamadeira e, mais importante, pode retomar a amamentação em qualquer momento. Beneficia das substâncias nutritivas e das vitaminas que o leite materno oferece. Continua a desfrutar do amor e da intimidade que a mãe lhe oferece durante a amamentação. Porquê Calma? A amamentação é o melhor para o seu bebê, mas nem sempre pode estar perto para lhe dar o peito de forma natural. Por isso, na Medela, investigamos até encontrar a solução que melhor se adapta a si e ao seu bebê. A investigação, em colaboração com a Universidade de Western Austrália, deu lugar a uma solução que imita o comportamento natural de sucção do bebê com o objectivo de facilitar a transição do peito para a mamadeira e, mais importante ainda, poder retomar à amamentação. O resultado é o Calma.”

“Eis algumas dicas e recomendações desenvolvidas com o apoio de mães novas e mães experientes. São truques que ajudarão o bebê a habituar-se ao Calma se este estiver um pouco hesitante no início.

Deixe outro adulto (sem ser a mãe) tratar da primeira alimentação com o Calma. Além disso, segure no bebê numa posição diferente daquela que adota ao amamentá-lo. Isto ajuda o bebê a aprender uma nova maneira de se alimentar e facilita a transição da amamentação para o Calma e o retorno à amamentação [...] para facilitar a saída do leite, o bebê terá de criar vácuo, tal como na amamentação. Não desista do Calma: poderão ser necessárias três ou mais tentativas separadas para que o bebê aprenda a usar o Calma. Caso o bebê já tenha utilizado uma outra tetina, lembre-se de que o Calma funciona de outro modo. Com o Calma, o fluxo de leite é controlado pela interação entre o comportamento de sucção do bebê e o sistema de controlo do fluxo de leite do Calma. Este sistema não é como as outras tetinas convencionais – poderá necessitar de um pouco de paciência.”

O produto Calma, da Medela, encontrado na www.lojadobebe.com.br e na babytunesbyvanessa.com é apresentado com os mesmos dizeres e informações provavelmente fornecidos pelo fabricante o que também o torna responsável pela promoção comercial proibida.

A www.lojadobebe.com.br comercializa bico e chupeta para prematuros da marca NUK que “se preocupa e oferece produtos especiais exclusivamente desenvolvidos para uso por profissionais de área da saúde nos hospitais. Exatamente quando o bebê nasce com alguma alteração é que se faz necessário o aprendizado correto do movimento de sucção para uma alimentação adequada.”

Novamente a mamadeira pétala da Avent no <https://instagram.com/babybelkids> visitado em 10/09/2020 é comercializada com dizeres encontrados em outras lojas virtuais, indicando que o texto informativo é feito pelo fabricante. *“A Linha Pétala é ideal para o bem estar do seu bebê pois reduz significativamente a cólica. As pétalas no bico aumentam a flexibilidade e maciez e seu formato facilita a pega correta, para que o bebê possa abocanhá-lo como se fosse o seio, facilitando o ritmo da amamentação garantindo conforto para o seu bebê.”*

No mesmo instagram da <https://instagram.com/babybelkids>, visitado em 10/09/2020, as mães podem encontrar que a *“MAM desenvolveu e patenteou um bico simétrico de silicone ultra macio. Comprovadamente aceita por 94% das crianças. Menos cólica e regurgitação graças à base ventilada que proporciona um fluxo regular sem interrupção. Menos cólica confirmado por 80% das mães”*

No site <https://www.carrefour.com.br>, visitado em 24/08/2020, a chupeta compact da Chicco também é comercializada com o mesmo texto encontrado no www.americanas.com, *“As chupetas, além de reduzir o risco da morte súbita, também representam um papel importante no desenvolvimento oral. Para isso, as chupetas devem ser desenvolvidas para se adaptar perfeitamente à boca do bebê, assegurando a correta e uniforme distribuição da pressão da língua no palato. O bico correto das chupetas deve ser ortodôntico, fisiológico (desenhado com formato e características que não prejudiquem as funções naturais da boca) e fino na base (para prevenir problemas dentários). As chupetas Compact da Chicco combinam todas as características necessárias.”*

No site www.submarino.com.br, visitado em 17/09/202, foi encontrada a mamadeira Dr. Brown's com dizeres que garantem que a preservação dos nutrientes e vitaminas, graças a *“um sistema patenteado de ventilação interna que canaliza o ar através do porta-válvula levando-o ao fim da mamadeira sem ter contato com o líquido. Mamadeira de alta resistência que auxilia contra gases, indigestão, refluxos e cólicas. Seu grande diferencial é que devido a válvula preserva os nutrientes e vitaminas essenciais”*.

Na loja virtual da www.havan.com.br, visitado 01/09/2020, a Chupeta BabyGo Fun Fase Nº 2 é comercializada com as informações de que *“a chupeta serve para complementar a necessidade que todo bebê possui de sucção e deve ser usada adequadamente para que funcione como um estímulo benéfico ao crescimento e desenvolvimento dos arcos dentários e, ao mesmo tempo, para que promova a satisfação emocional que o bebê tem ao sugar. Pensando nisso a Havan traz ao mercado a nova Chupeta BabyGo Fun Fase Nº 2, com seu bico confeccionado em silicone e seus componentes em polipropileno.”*

A www.meubebestore.com.br, visitada 01/10/2020, comercializa a mamadeira Closer To Nature Anti-cólica Tommee Tippee, que possui o *“máximo conforto para a boca delicada do bebê, desenvolvida com bicos para serem semelhantes com o seio materno. Assim a fase de adaptação é mais fácil e simples proporcionando mais conforto para o seu bebê durante a hora de mamar. Nossa mamadeira mais próxima do natural e tem aceitação*

garantida, além de uma válvula anti cólica se tornando a melhor mamadeira para o bebê, pois irá aceitar com facilidade essa nova fase e diminuir os riscos com as cólicas.”

A empresa respondeu solicitando esclarecimentos com os seguintes termos: *“Nosso setor responsável por marketing verificou e adicionou as informações que estavam pendentes referente às informações do Ministério da Saúde quanto a amamentação e ao leite materno. As embalagens produtos de ambas as marcas, vêm enfatizando a importância da amamentação e do leite materno. Foi revisto também a informação do termo “anti- cólicas” que constava na categoria Mamadeiras, sendo assim removida, para que se adeque a melhor compreensão. Porém o título do produto e informação na embalagem, mencionam o termo anti-cólicas.”*

A IBFAN encaminhou, por e-mail, diversos esclarecimentos para os responsáveis do www.meubebestore.com.br e espera que tenha ficado claro que as estratégias de promoção comercial para mamadeiras, bicos, chupetas e protetores de mamilo, são vedadas pela legislação e não há necessidade de colocar frases de advertência do Ministério da Saúde para uma publicidade que é vedada. Ou seja, a venda do produto em questão deveria conter apenas o preço (sem desconto) e as informações de uso correto, a fim de prevenir problemas para o consumidor.

A loja www.multikidsbaby.com.br visitada em 26/08/2020, *“tem o compromisso de desenvolver o que há de melhor e mais avançado para o desenvolvimento dos bebês. Por isso os bicos de mamadeira possuem o formato ortodôntico, similar ao seio materno durante a amamentação, para uma alimentação mais natural [...] e por isso os bicos de chupeta possuem o formato ortodôntico, similar ao seio materno durante a amamentação, para um desenvolvimento oral sano [...]”*

E na loja www.poupeebaby.com.br visitada em 17/08/2020, *“a mamadeira Pétala da Philips Avent é apresentada para auxiliar a amamentação de forma mais natural: “Nossa nova mamadeira ajuda a tornar a amamentação mais natural para você e seu bebê. Ele conta com um design inovador de pétala para que o bebê possa abocanhá-lo como se fosse o seio, facilitando a amamentação pelo seio e pela mamadeira. Formato ergonômico. Graças ao seu design exclusivo a mamadeira é fácil de segurar em qualquer direção até mesmo para as mãozinhas do bebê garantindo mais conforto [...]”*

A mesma linha de mamadeiras da Philips Avent é apresentada pela www.shoptime.com.br/, visitada em 17/08/2020, como *“uma linha especial que atende às necessidades do bebê e da mamãe. O bico possui pétalas dentro do bico aumentam a maciez e flexibilidade, evitando colabamentos durante a sucção e imita o seio da mãe, assim o risco do bebê rejeitar o seio na hora da transição do seio para a mamadeira será menor. Possui conjunto de válvula dupla que ventila ar para dentro da mamadeira, reduzindo a quantidade de ar engolida pelo bebê, assim reduzindo as cólicas [...]”*

Ainda no www.shoptime.com.br, foi encontrada a apresentação de um Kit da Philips Avent contendo outros produtos fora do escopo da legislação, o que é uma outra infração, além da promoção comercial proibida. O kit pétala, por definição é uma *apresentação especial - forma de apresentação de produto relacionada com a promoção comercial para induzir a aquisição ou a venda, como embalagens promocionais, embalagens de fantasia ou conjuntos que agreguem outros produtos não abrangidos pela NBCAL, pois contém escova, chupeta, dosador de leite, além de ser apresentado como “fácil de combinar com amamentação no peito, pois possui pega natural. Nossa nova mamadeira ajuda tornar a amamentação mais natural: para você e seu bebê. Ele conta com um design inovador de pétala para que o bebê possa abocanhá-lo como se fosse o seio. O exclusivo design em espiral flexível combinado com as pétalas de conforto permitem um movimento natural enquanto o bebê se alimenta. As mamadeiras têm uma exclusiva tecnologia de ventilação Airflex integrada ao bico e são projetadas para reduzir cólicas e gases. A forma ergonômica torna confortável para os pais segurar.”*

A montagem é simples, com apenas algumas peças, e o gargalo largo facilita o enchimento e a limpeza. A nova mamadeira Pétala 330ml agora vem com bico Nº4 para bebês acima de 6 meses de idade! Livre de Bpa.Trava natural: O bico largo em forma de peito promove uma trava natural semelhante à da mama, facilitando a combinação do peito e da mamadeira ao bebê. Bico ultra macio: O bico tem uma textura ultra macia, projetada para imitar a sensação da mama. Design espiral flexível, combinado com o exclusivo design de pétalas de conforto para criar um bico flexível, permitindo uma alimentação mais natural. Tecnologia de ventilação anti-cólica: Com exclusiva tecnologia de ventilação anti-cólica Airflex foi projetada para reduzir cólicas e gases. Contém:

1 Mamadeira Anticólica Pétala 125ml 0m+ - Philips Avent 1 Mamadeira Anticólica Pétala 260ml 1m+ - Philips Avent 1 Mamadeira Anticólica Pétala 330ml 6m+ - Philips Avent 1 Chupeta Freeflow 0 a 6 meses - Philips Avent 1 Copo Pinguim 200ml - Philips Avent 1 Escova de Mamadeira e Bicos - Philips Avent 1 Dosador de Leite em Pó - Philips Avent.

Na jubababy.com.br, visitada em 14/10/2020, a mamadeira First Choice da NUK é apresentada com os seguintes dizeres: *“foi testada clinicamente e, devido a similaridade dos padrões de sucção permite uma alimentação mista, com a combinação da amamentação e alimentação por mamadeira. O bico NUK First possui formato de bico ortodôntico da NUK, pesquisado e desenvolvido na Alemanha por especialistas, visando o saudável desenvolvimento oral.”*

A jubababy.com.br não ficou de fora da comercialização da mamadeira Anti cólica da Philips Avent que *“foi desenvolvida para proporcionar um maior conforto durante a alimentação do seu bebê, reduzindo a agitação do bebê causada por cólicas especialmente à noite. Válvula dupla e inovadora que reduz a cólica e o desconforto, ventilando o ar para dentro da mamadeira e não para a barriga do bebê. Com um design ergonômico e formato exclusivo permite ao bebê segurar facilmente em qualquer direção [...] as mamadeiras Philips Avent são desenvolvidos com auxílio de profissionais da área de saúde com base em estudos clínicos e pesquisas com as*

mães.” E do mesmo fabricante, na mesma loja virtual da jubababy.com.br está disponível a “chupeta mais macia para a pele delicada do seu bebê. Escudo flexível para uma adaptação confortável. Cuide da pele delicada com a chupeta ultra soft Philips Avent. O nosso escudo é incrivelmente macio acompanha o formato das bochechas do bebê, deixando menos marcas e causando menos irritação da pele para acalmar de forma mais confortável. [...] Respeita o desenvolvimento do bebê. Nosso bico flexível de silicone tem um formato simétrico que respeita o desenvolvimento do palato, dentes e gengivas do bebê. Aceitação do bico – Os bebês sabem do que gostam. Perguntamos às mães como os seus bebês se adaptam aos nossos bicos de silicone texturizados e 96% disseram que seus bebês aceitam as chupetas ultra soft Philips Avent. Mas, para ajudar o consumidor, a jubababy.com.br pergunta e sugere a solução: “Está com dificuldade para encontrar a chupeta certa para o seu bebê? As novas chupetas NUK Space têm um escudo revolucionário que possui aberturas muito grandes, permitindo o fluxo de ar máximo e permitindo que a pele suave do bebê “respire” Como todas as chupetas NUK, o NUK Space é aceito por 95% dos bebês e apresenta formato mamilar anatômico aprimorado. O mamilo assimétrico da NUK se ajusta naturalmente ao paladar do bebê e agora é aprimorado para permitir mais espaço para um movimento de sucção natural, reduz a pressão dos dentes e na mandíbula e nos dentes e ajuda a evitar o desalinhamento dos dentes. Inventada há mais de 60 anos por dentistas e médicos pediátricos, a chupeta NUK é modelada segundo o formato natural do mamilo da mãe durante a amamentação. Isso facilita a transição do seio para a chupeta e vice-versa [...]”

A www.jubababy.com.br respondeu concordando com a notificação recebida. “A ora notificada vem pela presente comunicar que desde a data do recebimento da notificação promoveu a remoção de todas as promoções comerciais relacionadas na notificação em questão que foram consideradas irregulares [...]”

A loja www.twistshake.com.br, visitada em 28/08/2020 também tem o produto perfeito: “A mamadeira Twistshake é perfeita para usar em combinação com a amamentação. O sistema anti-cólica Twist Flow reduz efetivamente a cólica do bebê garantindo um fluxo uniforme do líquido [...]”.

O marketplace da Magazine Luiza, www.magazineluiza.com.br, visitado em 06/10/2020, disponibiliza um canal de informações entre a loja e o cliente, denominado “LU EXPLICA MAMADEIRA” contendo as seguintes informações: “Gente, o leite materno é o alimento perfeito pros bebês, né? Ele tem todos os nutrientes que os pequenos precisam nos primeiros meses de vida. E além de nutrir, quando a mamãe amamenta, um forte vínculo é criado entre ela e o bebê, que se sente amado e protegido. Mas, às vezes, a mamadeira precisa ser usada, seja porque o leite secou, ou porque o pequeno precisa de suplementos alimentares. É uma situação que acontece, viu? E, se a mamadeira vai fazer parte do dia a dia da criança, então é melhor saber escolher direitinho o modelo ideal pro seu filhote! Olha só:

Tipos de mamadeira

Quando você for escolher a mamadeira ideal pra criança, vai encontrar alguns modelos diferentes, tá? Pra te ajudar, vou explicar o que muda entre os três principais tipos.

Mamadeiras de Boca Larga - ela tem a boca mais larga que as mamadeiras comuns. Como esse bico é maior, fica bem mais fácil limpar dentro dela. E por conta do tamanho, ela deixa o bebê com a sensação de que tá mamando no peito. Legal, né?

Mamadeiras com alças laterais - essa é ideal pras crianças que já conseguem segurar sozinhas a mamadeira. Por causa das alças, ela fica na inclinação certinha durante a alimentação e não corre o risco de escorregar das mãozinhas dos pequenos.

Mamadeiras anticólica e antirrefluxo? esse tipo de mamadeira vem com um mecanismo que separa o ar do leite na hora da mamada. E isso é ótimo porque, quando o bebê engole ar, as cólicas chegam com tudo e incomodam demais!

Tipos de bicos

Os bicos das mamadeiras podem ser de borracha ou silicone. E a diferença entre os dois é que o silicone dura mais, só que é menos flexível. Enquanto que o de borracha é bem mais molinho e se desgasta mais rápido. O tamanho do bico também pode variar, tá? Tem um menor, que é ideal pra crianças de até seis meses, e o maior é ótimo pra ser usado depois dessa idade.

E também é importante prestar atenção no furo do bico, viu? Se o bebê não tá acostumado com mamadeiras, o furo deve ser o menor possível pra ele não sugar muito leite de uma vez. Então, deixe os furos maiores pra mamadeiras de crianças maiores ou então quando os pequenos precisam tomar leite engrossados com suplementos.

Além do bico redondo, bem tradicional, tem um modelo ortodôntico, que imita o formato do seio da mãe, e pode ser ótimo pra crianças não acostumadas com mamadeira, viu?
<https://www.magazineluiza.com.br/mamadeira/bebe/s/bb/bmam/>.

Gente, o aleitamento materno é muito importante pra criança crescer forte e saudável, né? É que o leite vindo da mamãe tem todos os nutrientes necessários pra proteger as crianças nos primeiros meses de vida! Mas o que fazer quando o leite seca ou a mãe precisa voltar ao trabalho por conta do fim da licença-maternidade? Daí, precisa usar alguns produtos pra ajudar na alimentação do seu bebê.

E eu tenho algumas dicas que vão te ajudar a resolver tudo de um jeito bem fácil. Vem comigo que eu te conto!

Amamentação mista e suplementos

Se o leite da mamãe não secou, mas o pediatra viu que um reforço alimentar é importante, o ideal é seguir a amamentação do bebê sempre que der e também usar suplementos na mamadeira! Assim, o bebê continua a receber a proteção do leite materno e tem todos os nutrientes que precisa com a ajuda do suplemento.

As mamadeiras com bico largo e bem macio são as mais indicadas porque ajudam o bebê a sugar com mais facilidade, como se fosse o peito da mamãe.

Ah, e outra dica bem importante: depois que usar a mamadeira, sempre lave cada parte dela muito bem com água e sabão. Deixe secar naturalmente ou use um pano limpo, tá bom?
<https://www.magazineluiza.com.br/mamadeira/bebe/s/bb/bmam/>.

É sempre complicada a adaptação do bebê à mamadeira depois de permanecer, pelo menos, os primeiros meses de vida mamando no peito da mãe. Mas essa separação é inevitável para que a criança dê os primeiros passos no desenvolvimento da sua alimentação. Sendo assim, principalmente nesta fase em que seu filho ainda não está acostumado com a mamadeira, algumas dicas são consideradas bem importantes.

Dicas importantes:

Primeiramente, cuidado com o número de vezes que seu filho mama. O indicado é oferecer a mamadeira a cada três horas, com 30 ml de líquido cada vez. Caso seu filho tenha fome nesses intervalos, não há contra-indicações para oferecer uma mamadeira a mais. Pelo contrário, nessa fase, os bebês precisam se alimentar bem! Apenas lembre-se de nunca forçar seu filho a comer mais. Respeite seu organismo. [...] Siga exatamente as proporções de leite e água indicadas pelo médico. Encha, primeiramente, a mamadeira com água quente e depois adicione o leite. Tampe e misture bem! Importante: resista, não adicione colheres de leite a mais! Evite, também, reaquecer mamadeiras ou deixá-las prontas, o ideal é que sejam preparadas na hora.
<https://www.magazineluiza.com.br/portaldalu/alimentar-o-seu-filho/9982/>

7 EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO AO PÚBLICO

Quanto à definição de material educativo, o Decreto 9579/18 trouxe um importante avanço em relação à Lei 11.265/06 e a mudança na definição foi bastante significativa. O decreto deixou claro que tanto o material destinado ao público leigo que trata da correta utilização de produtos quanto o que dispõe sobre alimentação de lactentes e de crianças de primeira infância, são educativos.

Sobre o conteúdo, o Decreto estabelece que os materiais educativos e técnico-científicos sobre alimentação de lactentes e de crianças de primeira infância e sobre os produtos do escopo, atenderão ao disposto no artigo 20º e incluirão informações explícitas, de forma clara, legível e compreensível sobre:

I - Benefícios da amamentação e sua superioridade quando comparada aos seus substitutos;

II - Orientação sobre a alimentação adequada da gestante e da nutriz, com ênfase no preparo para o início e a manutenção do aleitamento materno até dois anos de idade ou mais;

III - Efeitos negativos do uso de mamadeira, bico ou chupeta sobre o aleitamento natural, em especial as dificuldades para o retorno à amamentação e os inconvenientes do preparo dos alimentos e da higienização desses produtos;

IV - Implicações econômicas da opção pelos alimentos substitutivos do leite materno ou humano;

V - Prejuízos causados à saúde do lactente pelo uso desnecessário ou inadequado de alimentos artificiais; e

VI - Relevância do desenvolvimento de hábitos educativos e culturais reforçadores da utilização dos alimentos constitutivos da dieta familiar.

§ 1º Os materiais educativos e técnico-científicos, incluídos os de profissionais e de autoridades de saúde, não conterão imagens ou textos que recomendem ou possam induzir o uso de chupetas, bicos, mamadeiras ou o uso de alimentos substitutivos do leite materno.

§ 2º Os materiais educativos sobre alimentação de lactentes não poderão ser produzidos ou patrocinados por distribuidores, fornecedores, importadores ou fabricantes de produtos abrangidos pelo disposto neste Capítulo.

Quatro empresas e dois profissionais de saúde apresentaram em suas páginas eletrônicas infrações relativas à Material Educativo, sendo 01 a respeito de chupeta, 02 sobre mamadeira e 04 sobre alimentação de lactente e crianças na primeira infância.

No site, www.chicco.com.br/observatorio/artigos/hora-de-relaxar/instinto-natural-e-reconfortante-importancia-de-sugar.html, visitado no dia 11/08/20, foram encontradas orientações sobre os benefícios da chupeta no desenvolvimento infantil, alegando que o uso adequado estimula a atividade neuromuscular, levando a um adequado desenvolvimento dos músculos da face e da língua, e ainda oferece algumas dicas sobre como usá-las adequadamente. Em outro material orienta sobre a alimentação para lactentes, e discorre sobre o significado do desmame.

No site da empresa Danone, www.danone.com.br, visitado no dia 17/08/20, encontramos diversos materiais sobre alimentação do bebê, como: "imunidade: como o leite materno protege o bebê", "por que amamentar o bebê na primeira hora de vida?", "Lcpufas: os lipídios fundamentais para o desenvolvimento do bebê", "Método BLW: como funciona e quais os cuidados necessários", entre outros.

A **Jasmine Alimentos** em seu site, www.jasminealimentos.com/produtos, no dia 06/10/20, traz um material educativo sobre alimentação de lactentes orientando sobre o funcionamento e as vantagens do Método BLW.

A empresa **Magazine Luiza**, www.magazineluiza.com.br, visitada nos dias 27/08 e 06/10/20, em um canal de comunicação com os clientes chamado "Lú explica", traz orientações sobre diversos assuntos. No "Lú explica fórmula" encontramos: "Sabia que tem leites e fórmulas ricas em nutrientes que ajudam no desenvolvimento das crianças? Pois é! Se você tem dificuldade para amamentar ou quer complementar a alimentação de seu filho, esses produtos são ideais! Eles vão deixar o seu filho com toda energia e força que todas as crianças precisam!" E ainda "Olha, tem leites e fórmulas feitos especialmente pra cada fase da vida dos bebês, tá? Pra prematuro por exemplo, esse tipo de alimento tem nutrientes que ajudam no desenvolvimento cerebral, visual e dos movimentos. Legal!" ... "agora tem ainda leites e fórmulas para bebês com refluxo, sem lactose para quem tem que evitar esse carboidrato e até a base de soja, rica em vitaminas e minerais".

No "Lú explica papinha", observamos as seguintes orientações: "Gente, com a papinha fica fácil cuidar da alimentação do seu bebê até mesmo fora de casa, viu? Isso porque o potinho é fechado a vácuo, os nutrientes ficam conservados e ela não estraga com o calor durante passeios ou viagens; Agora a principal vantagem da

papinha é a rapidez e a praticidade pra servir. Ou seja, basta esquentar ela no microondas ou em banho-maria que tá pronta."

Ainda no site, a empresa Magazine Luiza, orienta sobre alimentos infantis no "*Lú explica Alimentos Infantis*": "*Olha, pra começar os leites e fórmulas são ideais para quem não pode amamentar o bebê desde o nascimento, ou quem não consegue levar o aleitamento adiante, tá? E vale a pena investir no cereal infantil, porque é uma opção nutritiva e ideal pra refeição do café da manhã! já pro lanchinho da tarde, dá pra apostar na bebida láctea que tem uma grande quantidade de proteínas."*

Em seu instagram, www.instagram.com/dratatiana.seressencia/, visitado em 15/09/20, Dra. Tatiana informa sobre Paced feeding ou alimentação ritmada com mamadeira, orientando que através desse método o bebê tem mais controle sob o ritmo da alimentação, reduzindo o risco do bebê ingerir mais leite do que a sua capacidade gástrica; ainda coloca que pode ser utilizado por quem usa mamadeira exclusivamente ou para quem está em aleitamento misto.

A dentista Manu_Sessegolo, também infringe a Lei 11.265/06, orientando em seu instagram, www.instagram.com/p/CCewiSvHTkL/?igshid=14w87gx7pshsz e www.instagram.com/p/CCewiSvHTkL/?utm_source=ig_web_copy_link, no dia 10/08/20, sobre o uso de chupetas, e ainda coloca sua preferência pela Marca Mam (Mam Perfect Star 0-6 meses).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A NBCAL é um conjunto de instrumentos legais que visam proteger a amamentação, com a finalidade de garantir que todas as crianças recebam apenas leite materno nos seis primeiros meses de vida e, que após esse período, continuem sendo amamentadas pelo menos até os dois anos e passem a consumir alimentos apropriados para a idade. Apesar de a NBCAL ter sido revisada em 1992 e 2001, e do governo ter publicado uma lei federal em 2006, com decreto regulamentador publicado em 2015 e 2018, as violações persistem e a legislação protetora da amamentação não tem sido suficiente para coibir algumas práticas não éticas de fabricação, comércio e publicidade.

O cumprimento à NBCAL por parte das empresas do setor regulado, comércio e indústrias de fórmulas infantis para lactentes tem como principal objetivo a proteção ao aleitamento materno e saúde do bebê no início da vida, garantindo à família seu poder de escolha livre de influências comerciais. No entanto, muitas empresas, ao longo dos anos, sistematicamente vêm descumprindo a legislação e colocando em risco o direito de amamentar.

O monitoramento de 2020 que teve como foco a internet e as mídias sociais, revelou estratégias agressivas de marketing, não só por parte do setor regulado, mas pela participação de outros atores neste cenário, como influenciadores digitais e profissionais de saúde, que com a intenção de repassar informações sobre o produto ou sobre alimentação infantil, violaram a NBCAL.

Relativamente às promoções comerciais proibidas de produtos que interferem com o aleitamento materno exclusivo, os resultados foram expressivos e preocupantes. As informações sobre alimentação de lactentes e crianças na primeira infância, que deveriam ser prerrogativas do Sistema Único de Saúde, estão sendo propagadas por fabricantes que ditam as regras de apresentação do produto aos comerciantes e influenciadores digitais, na internet e mídias sociais, onde parece não haver nenhum tipo de controle e fiscalização. Ficou evidente que as informações sobre o produto, principalmente no caso dos bicos, chupetas e mamadeiras são elencadas pelos fabricantes e enviadas aos comerciantes, sem haver nenhuma preocupação em cumprir a legislação.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Decreto 9579, de 22 de novembro de 2018. Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz, e sobre o Conselho Nacional de Direitos da Criança e do Adolescente, o Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente e os programas federais da criança e dos adolescentes e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, 23 de nov. 2018.

BRASIL. Lei 11265, de 3 de janeiro de 2006. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e produtos de puericultura correlatos. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, 04 de nov. 2015.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Portaria nº 146 de 07 de março de 1996. Aprova os regulamentos técnicos de identidade e qualidade dos produtos lácteos. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, n. 48, 11 mar. 1996.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Instrução Normativa nº 28 de 12/06/2007, aprova o regulamento técnico para fixação de identidade e qualidade de composto lácteo. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, n.113, 14 jun.2007.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução – RDC nº 221, de 05 de agosto de 2002. Regulamento técnico sobre chupetas, bicos, mamadeiras e protetores de mamilo. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, n. 150, 6 ago. 2002.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária – RDC nº 222, de 05 de agosto de 2002. Regulamento técnico para promoção comercial dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância. **Diário Oficial da União**: Seção 1, n. 150, 6 ago. 2002.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Promoção Comercial dos produtos abrangidos pela NBCAL**: Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras. Brasília: ANVISA, 2007. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/propaganda/cartilha_nbcas.pdf. Acesso em: 18 dez. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria n.º 2.051, de 8 de novembro de 2000. Novos critérios da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, bicos, chupetas e mamadeiras. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, n. 215, 9 nov. 2001.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Dez passos para uma alimentação saudável**: guia alimentar para menores de dois anos: um guia para profissionais de saúde na atenção básica. 2 ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas e Estratégicas. **II Pesquisa de Prevalência de Aleitamento Materno nas Capitais Brasileiras e Distrito Federal**. Brasília: Ministério da Saúde, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Decreto nº 8.552 de 03 de novembro de 2015 que regulamenta a Lei 11.265/06 de 03 de janeiro de 2006, que dispõe sobre a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e de produtos e puericultura correlatos. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, n. 210, 4 nov. 2015.

CARVALHO, G. D. **S.O.S. Respirador Bucal**: Uma visão funcional e clínica da amamentação. Lovise: São Paulo, 2003.

MONTEIRO, C. A. *et al.* NOVA: A estrela brilha. [Classificação dos alimentos. Saúde Pública.] **World Nutrition**, v. 7, n. 1-3, p. 28-40, jan./mar. 2016.

WORLD HEALTH ORGANIZATION – WHO. **Guideline**: sugars intake for adults and children. WHO: Geneva, 2015.

ANEXO 1

Estados e Municípios de onde foram obtidos dados referentes aos produtos no escopo da NBCAL – IBFAN Brasil, 2020.

- | | | |
|-----------------------|-------------------------|----------------------------|
| 1. Aracajú, SE | 18. Indaiatuba, SP | 35. Ribeirão Preto, SP |
| 2. Barueri, SP | 19. Inhumas, GO | 36. Rio de Janeiro, RJ |
| 3. Bauru, SP | 20. Itaquaquecetuba, SP | 37. São Bento do Uma, PE |
| 4. Betim, MG | 21. Jundiaí, SP | 38. São Bernardo Campo, SP |
| 5. Cajamar, SP | 22. Manaus, AM | 39. São Caetano do Sul, SP |
| 6. Campo Grande, MS | 23. Montanha, ES | 40. São Gonçalo, RJ |
| 7. Catanduva, SP | 24. Natal, RN | 41. São Paulo, SP |
| 8. Ceilândia, DF | 25. Oliveira, MG | 42. Sertãozinho, SP |
| 9. Criciúma, SC | 26. Ouro Preto, MG | 43. Sorocaba, SP |
| 10. Cruz Alta, RS | 27. Piracicaba, SP | 44. Tapiratiba, SP |
| 11. Curitiba, PR | 28. Pombos, PE | 45. Teresina, PI |
| 12. Cuiabá, MT | 29. Ponte Nova, MG | 46. Terra roxa, PR |
| 13. Extrema, MG | 30. Porto Alegre, RS | 47. Três Lagoas, RS |
| 14. Florianópolis, SC | 31. Porto Belo, SC | 48. Varginha, MG |
| 15. Franca, SP | 32. Porto Velho, RO | 49. Várzea Grande, MT |
| 16. Goianésia, GO | 33. Recife, PE | |
| 17. Ibiúna, SP | 34. Restinga Seca, RS | |

ANEXO 2

I – Empresas que realizavam promoção comercial proibida de fórmulas infantis para lactentes, fórmulas de seguimento para lactentes e fórmulas dietoterápicas, na internet – IBFAN Brasil, 2020.

1. A. Angeloni & Cia Ltda - <https://www.angeloni.com.br>
2. Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda - <https://www.amazon.com.br>
3. Americanas.com - <https://www.instagram/lojasamericanas>
4. Carrefour.com - <https://www.carrefour.com.br>
5. Casas Bahia - <https://casasbahia.com.br>
6. Drogaria São Jorge - <https://www.instagram.com/drogariasaojorge/>
7. Drogaria São Paulo - <https://www.drogariasao paulo.com.br>
8. Drogaria Soares Ltda - www.drogariasoares.com.br
9. E-Nutri - <https://www.enutri.com.br>
10. Extra.com - <https://www.extra.com.br>
11. Farmácia do Povo - <https://www.instagram.com/farmaciadopovopombos>
12. Farmácia do Trabalhador - <https://instagram.com/farmaciadotrabalhador>
13. Farmácia LM/ Farmácia do Trabalhador - <https://www.instagram.com/lmfarmacia/>
14. Farmácia Mais Desconto (MAGALU – <https://www.magazineluiza.com.br>
15. Farmácia Mercúrio <https://instagram.com/farmaciamercurio?igshid=78brux4cm9br>
16. Farmácia Pague Menos - <https://www.paguemenos.com.br> (Florianópolis)
17. Farmácia Pague Menos - <https://www.paguemenos.com.br> (Fortaleza)
18. Panvel Farmácias - <https://www.panvel.com>

II – Empresas que realizavam promoção comercial proibida de bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo na internet – IBFAN Brasil, 2020.

1. Angeloni & Cia Ltda - <https://www.angeloni.com.br>
2. Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda - <https://www.amazon.com.br>
3. Americanas.com - <https://www.instagram/lojasamericanas>
4. Babybelkids - <https://instagram.com/babybelkids?igshid=1g695rc4tbusl>
5. Baby Imports - <http://www.babyimportsdelivery.com.br/paginas/contato>
6. Baby Pequeninos - <https://instagram.com/babypequeninos?igshid=tj2qeco96oi>
7. BabyTunes – <https://www.babytunes.com.br>
8. Carrefour.com - <https://www.carrefour.com.br>
9. Casas Bahia - <https://casasbahia.com.br>
10. Chupeta Mania (Instagram) - <https://www.chupetamania.com>
11. Comercial Fino Trato J.M. Ltda - <https://www.distribuidoradebrinquedos>
12. Dafiti group - <https://www.dafiti.com.br>
13. Dinda Baby Kids - <https://www.instagram.com/p/B9FYoWThvTo/?igshid=14jnxzsbbblsz>
14. Drogaria Soares Ltda - www.drogariasoares.com.br
15. Extra.com - <https://www.extra.com.br>
16. Fabrica 12 - <https://fabrica12.com.br/produto/mamadeira-125-supersoft-sil-monstros-baby-go>
17. Farmácia do Povo - <https://www.instagram.com/farmaciadopovopombos>
18. Farmácia do Trabalhador - <https://instagram.com/farmaciadotrabalhador>
19. Farmácia LM/ Farmácia do Trabalhador - <https://www.instagram.com/lmfarmacia/>
20. Farmácia Pague Menos - <https://www.paguemenos.com.br> (Florianópolis)
21. Farmácia Pague Menos - <https://www.paguemenos.com.br> (Fortaleza)
22. FPKids Produtos Infantis - <https://www.fpkids.com.br>
23. Gatini On Line - <https://www.instagram.com/p/CCrB5idB7R2/>
24. Havan - <https://www.havan.com.br>
25. Importado 4 you - <https://instagram.com/importado4you?igshid=jfk9vf3x7ztu>
26. Juba Baby Matheus Bergonci Clelis - <https://jubababy.com.br/>
27. Loja do Bebê - <http://www.lojadobebe.com.br>

28. Loja Milly Baby Kids - <https://www.instagram.com/stories/highlights/17854391690161055/>
29. Lojinha da Mamãe - <https://www.lojinhadamamae.com.br/>
30. Magazine Luiza - <https://www.magazineluiza.com.br>
31. Medic Delivery (Droga Paiva e Darcie Ltda) - www.medicdelivery.com.br
32. Mercado livre Atividades de Internet Ltda - <https://www.mercadolivre.com.br/>
33. Meu Bebê Store - <https://www.meubebestore.com.br>
34. Multikids Baby (Multilaser Indústria S.A) - <https://www.multikidsbaby.com.br>
35. Panvel Farmácias - <https://www.panvel.com>
36. Pepeta Produtos Infantis - <https://www.pepeta.com.br>
37. Picorrucho Enxoval & Moda Infantil - <http://www.picorrucho.com.br>
38. Poupée Baby - <https://www.poupeebaby.com.br/>
39. RI HAPPY BRINQUEDOS S.A - <http://www.rihappy.com.br>
40. Shoptime - <https://www.shoptime.com.br/>
41. Submarino - <https://www.submarino.com.br/busca/>
42. Twistshake Brasil - <https://www.twistshake.com.br>
43. Zimba Baby - <https://www.lojazimba.com.br>

III – Empresas que realizavam promoção comercial proibida, de bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de em lojas físicas – IBFAN Brasil, 2020.

1. Drogaria São Paulo, Jundiaí, SP
2. Giga atacados, Jundiaí, SP

IV – Empresas que realizavam promoção sem a frase de advertência ou com a frase indevida, de produtos no escopo da NBCAL na internet – IBFAN Brasil, 2020.

1. Amazon - <https://www.amazon.com.br>
2. Americanas - <https://www.americanas.com>
3. A Angeloni - <https://www.aangeloni.com.br>
4. Arasuper - A.C.D.A.Importação e Exportação LTDA - https://www.instagram.com/p/CDVZie0jak5/?utm_source=ig_web_copy_link
5. Assaí Ribeirão Preto - <http://www.assai.com.br>
6. Carrefour.com - <https://www.carrefour.com.br>
7. Cooperativa Languiru Ltda - <https://www.languiruorigem.com.br/promo/como-participar>
8. Drogal - www.drogal.com.br
9. Drogaria Catarimed - <http://www.findglocal.com/BR/Luzerna/875569312475963/Catarimed>
10. Drogaria Extra - <https://www.portafolhetos.com.br/extra/folheto-amamentacao-drogaria-de-sabado-01-08-2020/>
11. Drogaria Onofre - <https://www.onofre.com.br/>
12. Drogaria São Jorge - <https://www.instagram.com/drogariasaojorge/>
13. Drogaria São Paulo - <https://www.drogariasao paulo.com.br>
14. Drogaria Venâncio – <https://www.drogariavenancio.com.br>
15. Drogasil - <https://www.drogasil.com.br/ninho-nutrigold-800g.html>
16. Extra Farma - <https://www.extrafarma.com.br/>
17. Farmácia Associados - <https://www.instagram.com/fassociadas/>
18. Farmácia do Povo - <https://www.instagram.com/farmaciadopovopombos>
19. Farmácia Independente - <http://www.farmaciasindependente.com.br/encarte-virtual/>
20. Farmácia Mercúrio - <https://instagram.com/farmaciamercurio?igshid=78brux4cm9br>
21. Farmácia Pague Menos - <https://www.paguemenos.com.br>
22. Farma Ponte – <https://www.instagram.com/farmaponte>
23. Fort Atacadista - <https://www.fortatacadista.com.br/>
24. Fort Atacadista (folheto de ofertas, virtual) - <https://www.fortatacadista.com.br/>
25. Hippo Supermercados Ltda - <https://www.hippo.com.br>

26. Itambé - <https://www.itambe.com.br>
27. Laticínios Damare - <https://www.instagram.com/p/CA4240MFXVY/>
28. Leite Fazenda Bela Vista - <https://www.instagram.com/leitefazendaoficial/?hl=pt-br>
29. Líder Alimentos - <https://www.instagram.com/leitelider/>
30. Loja Sabor de Viver Danone - <http://www.sabordeviver.com.br>
31. Magazine Luiza - <https://www.magazineluiza.com.br>
32. Medic Delivery - www.medicdelivery.com.br
33. Nestlé - <https://www.instagram.com/nestlenezlac/>
34. Panvel - <https://www.panvel.com>
35. Ponto Frio - <http://www.pontofrio.com.br>
36. Rede Minas Farma - <https://www.instagram.com/redeminasfarmamt/?hl=pt-br>
37. Rômulo Estrela - <https://www.instagram.com/nestlenezlac/>
38. Savegnago Supermercados - <https://www.savegnago.com.br>
39. Supermercado Big Lar - <https://www.biglar.com.br>
40. Supermercado Bom Preço - https://www.facebook.com/bompreco/?ref=page_internal
41. Supermercado Comper - <https://www.comperdelivery.com.br/>
42. Supermercado Ibiúna - <https://www.instagram.com/p/B-XJHgEhxA/>
43. Supermercado Mialich - <https://www.mialich.com.br>
44. Supermercado Nacional - https://www.facebook.com/nacionalsuper/?ref=page_internal
45. Tonin Supermercados - <https://www.toninsuper.com.br>
46. Xandô - <http://www.xando.com.br/>

V – Empresas que realizaram promoção sem a frase de advertência ou com a frase indevida, de produtos no escopo da NBCAL em lojas físicas – IBFAN Brasil, 2020.

1. Boa Supermercados, Jundiaí, SP
2. Carrefour Hipermercado Manilha, São Gonçalo/RJ
3. Carrefour Sônia Maria, Sorocaba/SP
4. Drogaria São Paulo, Bauru/SP
5. Drogaria São Paulo, Bauru/SP
6. Drogaria São Paulo (folheto de ofertas), São Paulo/SP
7. Empório Dom Olívio, Jundiaí/SP
8. Epa Supermercados, Ouro Preto/MG
9. Farmácia Pague Menos, Manaus/AM (folheto de ofertas)
10. Supermercados DB LTDA, Manaus/AM
11. Tauste Supermercado, Bauru/SP

VI – Empresas que produziram material educativo sobre alimentação de lactentes e crianças de primeira infância, bicos, chupetas e mamadeiras, na internet. IBFAN Brasil, 20

1. CHICCO Brasil - Industria de produtos para crianças - <https://www.chicco.com.br/observatorio/artigos/hora-de-relaxar/instinto-natural-e-reconfortante-importancia-de-sugar.html>
2. Danone/ Danone nutrícia - <https://www.danonenutricia.com.br/infantil/primeiros-meses/nutricao.html>
3. Dentista Manu_Sessegolo - <https://www.instagram.com/p/CCewiSvHTkL/?igshid=14w87gx7pshsz>
4. Dra. Tatiana – <https://www.instagram.com/dratatiana.seressencia/Cuiabá/MT>
5. Jasmine Alimentos - <https://www.jasminealimentos.com/produtos/>
6. Magazine Luiza – <https://www.magazineluiza.com.br>

VII – Empresa com rótulo inadequado. IBFAN Brasil, 2020

1. Notco Brasil Distribuição e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda

ANEXO 3

Relação das notificações respondidas, não respondidas e notificações devolvidas pelo correio.

I – Relação das 31 notificações que foram respondidas

Nº da Notificação	Empresa
61	A Angeloni
34	Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda
52	Baby Pequeninos
69	Boa Supermercados
105	Cooperativa Languiru Ltda
15	Dafiti group
74	Drogal Farmaceutica
02	Drogaria Extra
31	Drogaria São Jorge
75	Drogaria São Paulo
76	Drogaria São Paulo
77	Drogaria São Paulo
79	Emporium Dom Olívio
80	Epa Supermercados
32	Extra Farma
81	Farmácia Mais Desconto (MAGALU)
51	Farmácia Pague Menos
82	Farmácia Pague Menos
103	Juba Baby
44	Leite Fazenda Bela Vista
45	Líder Alimentos *
102	Lojinha da Mamãe
86	Meu Bebê Store
58	Nestlé
91	Panvel Farmácias – DIMED AS Distribuidora de medicamentos
65	<u>Panvel</u>
53	Pepeta Produtos Infantis
28	Supermercado Big Lar
27	Supermercado Bom Preço
11	Supermercado Ibiúna
64	Farma Ponte

* A empresa Líder Alimentos (notificação de nº 45) informa que desde 01/10/2014, não produz qualquer produto da marca Líder, tendo a ARC tomado posse da UPI Líder.

II – Relação das 63 notificações que não foram respondidas

Nº da Notificação	Empresa
66	A. Angeloni
36	Americanas.com
14	ARASUPER
17	Assai Ribeirão Preto
67	Babybelkids
68	BabyTunes
70	Carrefour
71	Carrefour Sonia Maria
72	Casas Bahia
73	Chupeta Mania
97	Comercial Fino Trato J.M. Ltda
98	Danone/ Danone nutrícia
99	Dentista Manu_Sessegolo
01	Dinda Baby Kids
55	Dra. Tatiana
03	Drogaria São Paulo
04	Drogaria Venâncio
21	Drogaria Catarimed
22	Drogaria Onofre
78	Drogaria Soares
05	Drogasil
13	Extra.com
37	E-nutri
57	Fabrica 12
18	Farmácia Associados
19	Farmácia do Povo
38	Farmácia Independente
39	Farmácia LM/ Farmácia do Trabalhador
35	Farmácia Mercúrio
62	Farmácia Pague Menos
46	Fort Atacadista
47	Fort Atacadista

Nº da Notificação	Empresa
89	FPKids Produtos Infantis
63	Giga Atacados
43	Havan
90	Hippo Supermercados
40	Importado 4 you
84	Jasmine Alimentos
100	Jasmine Alimentos
07	Laticínios Damare
89	Loja do Bebê
49	Loja Sabor de Viver
23	Loja Sabor de Viver
33	Magazine Luiza, Franca- SP
101	Magazine Luiza, Franca- SP
88	Medic Delivery
87	Muktikids Baby
104	Notco Brasil Distribuição e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda
30	Ponto Frio
08	Poupée Baby
25	Rede Minas Farma
93	Ri Happy Brinquedos S.A
60	Rômulo Estrela
09	Savegnago Supermercados
10	Shoptime
50	Submarino
16	Supermercado Mialich
26	Supermercado Nacional
29	Supermercado Comper
94	Supermercado DB
85	Tauste Supermercados
20	Tonin Supermercados
95	Zimba Baby

III – Relação das 11 notificações que foram devolvidas pelo correio

Nº da Notificação	Empresa
59	Baby Imports
12	Carrefour.com
96	CHICCO Brasil
48	Farmácia do Trabalhador
06	Gatini On Line
41	Itambé
56	Mercado Livre
92	Picorrucho Enxoval & Moda Infantil
42	Twistshake Brasil
24	Xandô
54	Loja Milly Baby Kids

ANEXO 4

Relação geral das Empresas

EMPRESA	ENDEREÇO
A Angeloni & Cia. Ltda	Av. Gov. Irineu Bornhausen, 5288, Agrônômica CEP: 880252-02, Florianópolis - SC
A Angeloni & Cia. Ltda	Rod. BR 101, s/n Km 156,5 Sala 01, CEP 88210-000 Porto Belo/SC
Amazon	Av Jucelino Kubitschek, 2041, Torre E 18o andar – Vila Nova Conceição - São Paulo/SP – CEP: 04543-011
Americanas.com	Rua Sacadura Cabral, 102 – Saúde Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20081-902
ARASUPER - A.C.D.A. Importação e Exportação LTDA	Avenida Governador Jorge Teixeira, 374 – Nova Porto Velho Porto Velho/RO – CEP: 76820-096
Assaí Ribeirão Preto	Av. Treze de maio, 92/94/96 – Jardim Paulista Ribeirão Preto/SP – CEP: 14090-260
Babybelkids	Rua Dr. Valdir Pessoa, 144 – Impiribeira Recife/PE CEP: 51150-070
Baby Imports	R. Ramos de Azevedo, 272 - Monsenhor Messias Belo Horizonte/MG – CEP: 30720-470
Baby Pequeninos	Av. República Argentina, 4515 – Novo Mundo Curitiba/PR – CEP: 81050-001
Babytunes Servicos e Comércio de Artigos Infantis Ltda	Rua Alexandrino Chagas, 73, Centro, CEP 35540-000 Oliveira/MG
Boa Supermercado	Avenida Itatiba, 150 Vila Liberdade - CEP – 13208- 056 Jundiaí, SP
Carrefour.com	R. George Eastman, 213 - Vila Tramontano São Paulo/SP – CEP: 05690-000
Carrefour Hipermercado	Rua Oliveira Botelho, 349, Neves, CEP:24425-005 São Gonçalo/RJ
Carrefour Sônia Maria	Av Brasil ,376 Terra Vermelha, CEP: 18060-105 Sorocaba/SP
Casas Bahia	Rua Samuel Klein, n° 83, CEP: 09520010 São Caetano do Sul/SP
Comercial Fino Trato J.M. Ltda	Distribuidora de Brinquedos Rua Tiers, 655, Pari, - CEP: 03031-000 - São Paulo, SP
Cooperativa Languiru	Rua Tres de Outubro, 120, Bairro Languiru, CEP:95890-000 Teutonia/RS
Chicco Brasil	Avenida das Nações Unidas, 10989. Vila Olímpia. CEP:04578-900 São Paulo-SP
Chupeta Mania	Rua Marcondes Salgado. Quadra 1771. Bloco 05 Apartamento 11, Vila Cardia, CEP: 17013-231, Bauru/SP
Dafiti Group	Av. Francisco Matarazzo, 1350 – Barra Funda São Paulo/SP – CEP: 05001-100
Danone / Loja Sabor de Viver	Avenida Paulista,2300. 20º andar. CEP: 01311000. São Paulo-SP
Dentista Manu_Sessegolo	Rua Hilário Ribeiro, 294, sala 403. CEP: 90510-040. Moinhos de Vento - Porto Alegre/RS
Dinda Baby Kids	Rua 14 de julho, 2416 – Centro Campo Grande/MS – CEP: 790002-336
Dra. Tatiana	Rua Manoel Leopoldino, 463, sala 1 – Araés Cuiabá/MT – CEP: 78005-550

EMPRESA	ENDEREÇO
Drogal	Av. Independência, 2759 - Bairro dos Alemães – CEP 13416-240 Piracicaba/SP
Drogaria Catarimed	Av. Frei João, 22 Luzerna/SC – CEP: 89609-000
Drogaria Onofre	Av. Nsa. Sra. Assunção, 638 – Vila Butanta São Paulo/SP – CEP: 05359-001
Drogaria São Jorge	Rua Dr. Antonio Balduino, 1532 – Centro Inhumas/GO – CEP: 75400-000
Drogaria São Paulo	Av. Renata, 60 – Chácara Belenzinho – Vila Formosa São Paulo/SP – CEP: 03377-000
Drogaria São Paulo	Avenida Duque de Caxias, 19-06 Vila Cardia, CEP: 17011-066 Bauru/SP
Drogaria São Paulo	Rua Rio Branco, 24-45 Jardim Estoril IV, CEP: 17016- 190 Bauru/SP
Drogaria São Paulo	Rua do Retiro, 776, CEP: 13209-000 Jundiai, SP
Drogaria Soares	Rua Domingos de Moraes, 2156 - Vila Mariana, CEP 04036- 000 São Paulo/SP
Drogaria Venâncio	Av. Professor Manuel de Abreu, 761 – Vila Isabel Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20550-170
Drogasil	Av. Corifeu de Azevedo Marques, 3097 – Vila Butantã São Paulo/SP – CEP: 05339-900
Empório Dom Olívio	Rua do Retiro, 925 - Vila Virginia, CEP: 13209000 Jundiai, SP
E-Nutri	Rua Borges Lagoa, 1060 – Vila Clementino São Paulo/SP – CEP: 04038-033
Epa Supermercados	Av. Juscelino Kubitscheck, 91 Vila Itacolomy, CEP: 35400-000 Ouro Preto/MG
Extra.com / Drogaria Extra	Rua Samuel Klein, 83 São Caetano do Sul – CEP: 09520-010
Extra Farma	Av. Braz Leme, 2175 – Santana São Paulo/SP – CEP: 02022-010
Fábrica 12	Rua Paulo Andrigueti, 290 – Alto do Pari São Paulo/SP – CEP: 03022-000
Farmácia Associados	Av. Júlio de Castilhos, 272 Restinga Seca/RS – CEP: 97200-000
Farmácia do Povo	Rua do Comércio, 29 Pombos/PE – CEP: 55630-000
Farmácia do Trabalhador	Rua José Rufino, 1267 – Areias Recife/PE – CEP: 50781-350
Farmácia Independente	Rua Joaquim Nabuco, 330 – Graças Recife/PE – CEP: 52.011.000
Farmácia LM/ Farmácia do Trabalhador	Rua São Francisco de Assis, 438 – Santos Dumont Aracajú/SE – CEP: 49.087-000
Farmácia Mais Desconto	Avenida Brasil Oeste, 1118, CEP – 76385- 000 Goianésia/GO
Farmácia Mercúrio	Rua Sacadura Cabral, 102 – Saúde Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20081-902
Farmácia Pague Menos	Rua Senador Pompeu, 1520 – Centro Fortaleza/CE – CEP: 60025-001
Farmácia Pague Menos	Avenida Mário Ypiranga, 1.300 – Adrianópolis, CEP: 69057-002 Manaus/AM
Farmácia Pague Menos	Av Madre Benvenuta, 1084 Santa Mônica, CEP: 88035- 000 Florianópolis - SC
Farma Ponte	Avenida Roberto Simonsen,35 CEP: 18090-000 Sorocaba/SP
Fort Atacadista	SDE Setor M Norte Qd. 1 Cj. A Lt. 1 PARTE S/N Localizada na Avenida Hélio Prates M Norte Taguatinga do Norte/DF – CEP: 72145-101

EMPRESA	ENDEREÇO
Fort Atacadista	Avenida da FEB, 525 – Alameda Várzea Grande, MT – CEP: 78.115-147
FPkids Produtos Infantis	Avenida Presidente Kennedy, 3500 - Sala 412, CEP: 0957-2015 São Caetano do Sul/SP
Gatini on line	Alameda Dona Tereza Cristina, 563, apto 24 – Nova Petrópolis São Bernardo do Campo/SP – CEP: 09771-210
Giga Atacado	Rua Cica, 201, Vila Arens/ Vila Progresso, CEP: 13202- 265 Jundiaí, SP
Havan	Estrada Municipal do Mandi, 1205 – Jardim Campo Limpo Itaquaquecetuba/SP – CEP: 08598-000
Hippo Supermercado Ltda	Rua Almirante Alvin, 555, CEP: 88015- 000 Florianópolis/SC
Importado 4 you	Av. Visconde de Jequitinhonha, 287 sala 101 – Boa Viagem Recife/PE – CEP: 51021-190
Itambé	Caixa Postal 1767 Belo Horizonte/MG – CEP: 30150-150
Jasmine Alimentos	Rua Anne Frank, 4539. CEP: 81730-010 Curitiba- PR
Juba Baby	Rua Caracaratinga 52, Conjunto Padre Chico Arapongas PR - CEP:86707-700
Laticínios Damare	Estrada Montanha x Sobrado, Km 05 Montanha/ES – CEP: 9890-000
Leite Fazenda Bela Vista	Rodovia Eduardo Vicente Nasser, KM 293, s/n – Zona Rural Tapiratiba/SP– CEP: 13.760-000
Líder Alimentos	Rua Claudio Soares, 72 – Pinheiros São Paulo/SP – CEP: 05.422-030
Loja do Bebê	Av.Caxingui, 116 Butantã, CEP- 05579-000 São Paulo/SP
Loja Milly Baby Kids	Rua Monsenhor Andrade, 900, Shopping 900 – Loja 72 – Brás São Paulo/SP – CEP: 03009-100
Lojinha da Mamãe	Rua Yokoama, 296 São Paulo – CEP: 02132-140
Magazine Luiza	Avenida Doutor Ismael Alonso Y. Alonso, 3250 – São José Franca/SP – CEP: 14.403.900
Medic Delivery	Rua Costa Barros 705, Vila Alpina, CEP: 03210-001 São Paulo/SP
Mercado Livre	Av. Marte, 489, andar 2 parte A – Alphaville Santana do Parnaíba/SP – CEP: 06541-005
Meu Bebê Store	R Andorinha, 153, Vila Avai, CEP: 13333-250 Indaiatuba, SP
MultiKids Baby	Rua Josefa Gomes de Souza 382, CEP: 37640-000 Extrema/MG
Nestlé	Av. das Nações Unidas, 17007 – Várzea de Baixo São Paulo/SP – CEP: 04730-090
Notco Brasil Distribuição e Comercio de Produtos Alimentícios Ltda.	Avenida Cidade Jardim, 377, 3º andar, sala 1, Itaim Bibi, CEP 01453-900 - São Paulo, SP
Panvel Farmácia	Filial 31 - Av. Protásio Alves, 4194 subsolo, Bairro Petrópolis, CEP: 91310-000 - Porto Alegre/RS
Panvel Farmácia	Praça XV de Novembro, 23 - Centro, CEP: 88010400 Florianópolis – SC
Pepeta	Rua Maria Daffre, 107 – Quinta da Paineira São Paulo/SP – CEP: 03150-020
Picochurro	R. Voluntários da Pátria, 38 - Centro Histórico, CEP: 90030-000 Porto Alegre/RS
Ponto Frio	Rua Samuel Klein, 83 São Caetano do Sul – CEP: 09520-010
Poupée Baby	Rua José de Holanda, 824, apto. 204 Bloco B – Torre Recife/PE – CEP: 50710-140

EMPRESA	ENDEREÇO
Rede Minas Farma	Av. das Palmeiras, 28 – Jardim Universitário Cuiabá/MT – CEP: 78075-390
Ri Happy Brinquedos S.A.	Avenida Raul Lopes 1000, CEP: 64.046-902 Teresina/PI
Rômulo Estrela	Av. das Américas, nº. 700, Bloco 6, Sala 141 - Centro Comercial Cittá América , Barra da Tijuca, Rio de Janeiro/RJ – CEP: 22.640-100
Savegnago Supermercados	Av. Nossa Senhora Aparecida, 2021 Sertãozinho/SP – CEP: 14170-150
Shoptime	Rua Sacadura Cabral, 102 Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20081-902
Submarino	Rua Sacadura Cabral, 102 Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20081-902
Supermercado BD Ltda.	Avenida Jornalista Humberto Calderaro Filho, 1128, CEP: 69057- 021 - Manaus/AM
Supermercado Big Lar	Avenida Miguel Sutil, 10223 – Duque de Caxias Cuiabá/MT – CEP: 78043-305
Supermercado Bom Preço	Av. Washington Luis, 1222 – Centro Ipaussu/SP – CEP: 18950-000
Supermercado Comper	Rua Joaquim Murtinho, 975 – Jardim Aclimação Campo Grande – CEP: 79.003-020
Supermercado DB Ltda	Avenida Jornalista Humberto Calderaro Filho, 1128, CEP: 69057- 021 Manaus/AM
Supermercado Ibiúna	R. José Júni, 75 – Centro Ibiúna/SP – CEP: 18150-000
Supermercado Mialich	Rua Coronel Américo Batista, 1208 – Ipiranga Ribeirão Preto/SP – CEP: 14060-060
Supermercado Nacional	Rua Tucunará, Bloco C, 125 Barueri/SP – CEP: 06460-020
Tauste Supermercado	Rua Rio Branco, 20 - Vila América, CEP: 17014-037 Bauru/SP
Tonin Supermercados	Av. Castelo Branco, 717 – Castelo Branco Ribeirão Preto/SP – CEP: 14095000
Twistshake Brasil	Alameda Araguaia, 2190 Barueri/SP – CEP: 06455-913
Xandô	Rua Mergenthaler, 1373 São Paulo/SP – CEP: 05311-000
Zimba Baby	Av. Benjamin Constant, 1851, São Geraldo, CEP: 90550-002 Porto Alegre/RS