

La leche para bebés vale en hipermercados hasta 500 pesetas más barata por bote

Los pediatras garantizan sanitariamente el alimento, pese a la postura de las farmacias

L. ARGOS / E. LARRAURI, Madrid / Bilbao
Ante la posibilidad de ahorrar hasta 500 pesetas por bote de leche para bebés, las familias españolas han comenzado a buscar el producto en los hipermercados. Tres

grandes cadenas han roto el mercado monopolizado hasta el pasado lunes por las farmacias, que defienden aún su exclusividad en aras de la calidad. Pero ni los pediatras se atreven a afirmar que las cinco mar-

cas, distribuidas por ahora en las grandes superficies, ofrezcan menos garantías. Si cada bebé consume hasta 27 litros de leche al año, sólo hay que multiplicar para encontrar el porqué.

Las leches maternizadas ya se han hecho un sitio en las grandes superficies españolas. Se trata de una práctica comercial habitual en la Unión Europea —a excepción de Grecia—, ganada a pulso por los consumidores.

La oferta, por ahora, abarca a cuatro marcas: Nadó, de Granja Castelló; Bledina, de Starlux; Auxolac, de Heinz Ibérica; y Baby, de Hero. En el supermercado de El Corte Inglés se puede encontrar, además, la leche de Bio century.

Las centrales de compra no han iniciado todavía la distribución en los supermercados de menor tamaño. La diferencia de precios, estimada por los propios empresarios, varía entre un 10 y un 46% respecto a las farmacias, que se van a limitar a vender otras marcas distintas. En estos momentos, la oferta en los establecimientos farmacéuticos alcanza 67 diferentes marcas.

Un estudio realizado recientemente por la Unión de Consumidores de España (UCE) muestra que, sólo en leche, el presupuesto anual para alimentar al bebé de la casa ronda las 80.000 pesetas, comprando los productos actualmente en venta en farmacia. No es extraño, pues, que el pasado jueves una joven pareja merodeara una y otra vez por el estante de un centro de Pryca en Madrid hasta decidirse a coger un bote. "Vamos a probar", decía ella. "La ventaja es que nos pilla toda la compra en el mismo sitio. Es muy cómodo", apostillaba su marido. "Y además, la que compro en la farmacia me cuesta 1.300", reflexionaba la mujer. La que finalmente echó al carro de la compra, de las mismas características que la suya habitual, costaba 955 pesetas.

Consejo

Su única preocupación era el consejo del pediatra. "Es que te dicen que no es bueno cambiar de leche", manifestaba la duxa. Pero los pediatras han mostrado su rechazo a esta liberalización, aunque no precisamente por este motivo.

"Estimamos que se pierde el rigor pediátrico necesario en la adecuada alimentación del lactante", afirma Carlos Marina, presidente de la Sociedad de Pediatría de Madrid y Castilla-La Mancha. Su argumento es que "se deja la dirección dietética infantil en manos de la caja del supermercado, en lugar de en las del pediatra". Con todo, Marina admite abiertamente que todas estas marcas de leches "reúnen las mismas garantías sanitarias que las que se venden en las farmacias", y a la hora de expresar sus preferencias tira de la balanza el es-



Leches maternizadas a la venta en una gran superficie comercial en Las Rozas (Madrid).

CLAUDIO ÁLVAREZ

Precios de leches para lactantes en farmacias

Marca	Precio	Cantidad gramos	Precio por kilo
Nestlé Nativia 1	1.120	400	2.800,00
Ordesa Blemil 1	1.425	500	2.850,00
Milupa Aptamil 1	1.430	500	2.860,00
Nestlé Nidina 1	1.145	400	2.862,50
Nutricia Almirón 1	1.145	400	2.862,50
Milupa Milumil 1	1.450	500	2.900,00
Sandoz Modar 1	1.190	400	2.975,00
Enfalac	1.200	400	3.000,00
Ordesa Bebelac	1.500	500	3.000,00
Ordesa Dorias 1	1.500	500	3.000,00
Nutribán Natal SMA	1.525	500	3.050,00
Sandoz Adapta 90	1.235	400	3.087,50
Puleva 1	1.280	400	3.200,00
Precio medio			2.905,76

En pesetas

Fuente: Unión de Consumidores de España.

Pegas sanitarias

L. A. / E. L., Madrid / Bilbao
Los farmacéuticos del País Vasco no han detectado que la liberalización de la venta de leche para bebés haya tenido repercusión en la demanda. "Vamos a seguir como hasta ahora", indica el presidente del Colegio de Farmacéuticos de Vizcaya, Iñaki Lizaso. "No es una medida acertada, pero no por razones económicas sino sanitarias. La lactancia de inicio va muy ligada a otros pequeños problemas de la salud de los niños. La compra de la leche es el momento de realizar muchas consultas y dar consejos sobre la alimentación y el crecimiento".

Es el mismo argumento del presidente del Consejo General de Farmacéuticos, Pedro Capilla, para rechazar la liberalización: "La capacidad del consejo farmacéutico y de hacer cumplir la prescripción del pediatra", extremo que pone en tela de juicio el estudio de la UCE, realizado en 392 oficinas de farmacia de toda España. Apenas un 5% se negó a dispensar sin receta del pediatra; "ninguna dió información hasta que, con el ticket de compra en la mano, el comprador preguntó por la dosis a utilizar o el agua a emplear, y en más de un tercio de ellas, la información consistía en remitir al etiquetado del producto".

Capilla no quiere valorar la calidad de las leches de supermercado, pero sí duda de que se mantengan los precios iniciales. Alude en favor de su gremio la apertura durante 24 horas al día —las farmacias de guardia— y el abastecimiento territorial, tanto en ciudades como en zona rural.

fuerzo investigador, "actividades, cursos, y congresos que desarrollan las ocho grandes empresas de nutrición infantil", de venta exclusiva en farmacia.

Una de estas grandes firmas es la multinacional Nestlé, que ofrece dos tipos de leches para lactantes, y que en otros países europeos vende indistintamente en supermercado o farmacia. En España aún no han tomado una decisión. "Cada mercado tiene su filosofía de actuación", indican fuentes de la empresa. "En España actualmente se está estudiando".

La empresa de distribución Eroski puso a la venta el pasado mes de junio en una veintena de hipermercados y en más de 200 supermercados de la cadena Consum la leche maternizada Nadó, de la empresa

Granja Castelló, aunque están negociando la implantación del resto de las marcas citadas. Los nueve meses transcurridos desde que Eroski rompió la venta exclusiva en farmacias no han incidido significativamente en los hábitos de compra, según señalan sus portavoces.

"Los consumidores potenciales no saben que se puede encontrar el producto en los supermercados", añaden. "La ley no permite realizar campañas de información o promociones que incidan en el consumo, y la presencia en los establecimientos de alimentación es todavía irregular. La leche maternizada no se ha incorporado a la lista de la compra". Eroski no quiere revelar las cifras de ventas, pero asegura que "aún no son significativas".