

Cómo Obtener más Copias de este Libro

El Proyecto INFO de la Facultad de Salud Pública de Johns Hopkins/Centro para los Programas de Comunicación ofrece copias de Planificación familiar: Un Manual Mundial para Proveedores (Family Planning: A Global Handbook for Providers) sin cargo a los lectores de países en desarrollo. Solicitamos a los demás que tengan a bien ponerse en contacto con el Proyecto INFO por más información. Por encargos, por favor, envíe su nombre, dirección postal y de correo electrónico, y número telefónico.

Por pedidos por correo electrónico e-mail: orders@jhuccp.org

Por pedidos por facsímil: +1 410 659-6266

Por pedidos por teléfono: +1 410 659-6315

Por pedidos vía Web: <http://www.fphandbook.org/>

Por pedidos por correo:

Orders, INFO Project

Center for Communication Programs

Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health

111 Market Place, Suite 310

Baltimore, MD 21202, USA

Solicitudes de traducción, adaptación, o reimpresión: Los editores acogen de buen grado las solicitudes para traducir, adaptar, reimprimir, o reproducir del modo que sea el material de este documento con los propósitos de informar a los proveedores de servicios de salud, a sus usuarios y al público en general, y de mejorar la calidad de los servicios de salud sexual y reproductiva. Las consultas deben dirigirse a WHO Press, World Health Organization, 20 Avenue Appia, 1211 Geneva 27, Switzerland (fax: +41 22 791 48 06; Correo electrónico e-mail: permissions@who.int) y al INFO Project, Center for Communication Programs, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, 111 Market Place, Suite 310, Baltimore, Maryland 21202, USA (fax: +1 410 659-6266; e-mail: orders@jhuccp.org).

La mención a empresas específicas o a ciertos productos de un fabricante no implica que la Organización Mundial de la Salud, la Universidad Johns Hopkins, o la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional los endose o recomiende con preferencia sobre otros de similar naturaleza que no se mencionen. Excepto por error u omisión, los nombres de marcas de productos se distinguen poniendo sus letras iniciales en mayúscula.

Los editores han tomado todas las precauciones razonables para verificar la información contenida en esta publicación. El material publicado se distribuye, sin embargo, sin garantía de ningún tipo, sea ésta expresa o implícita. La responsabilidad por la interpretación y utilización del material recae en el lector. En ningún caso los editores serán considerados responsables por daños derivados de su utilización.