



# La Junta quiere frenar la venta de 'productos milagro' con multas de hasta 600.000 euros

El comercio de los llamados 'productos milagro' crece, sobre todo, en verano. En pocas ocasiones se suelen alcanzar los ansiados resultados prometidos. La Junta se ha propuesto combatir el fraude de estos productos. Hace una semana se puso en marcha un observatorio permanente que se encargará de detectar la publicidad engañosa y actuará sin necesidad de que exista denuncia previa. Las sanciones van desde los 150 hasta los 600.000 euros. PÁGINAS 2 Y 3

Un observatorio vigila la emisión de publicidad engañosa y actúa sin denuncia previa

# La Junta frena la venta de 'productos milagro' con sanciones de hasta 600.000 euros

## Crea un observatorio que vigila la publicidad engañosa y que puede actuar sin que haya denuncia

## Los electroestimuladores para endurecer los abdominales, primer artículo que se está analizando

QUICO CHIRINO SEVILLA

Tener un cuerpo moldeado con sólo 15 minutos al día o perder esos kilos de más en dos semanas. Son recetas espectaculares que nos garantizan que pueden acabar con la flaccidez y las acumulaciones de grasa en nuestro cuerpo, sin esfuerzo y en pocos minutos. Comenzaron como algo marginal, pero ahora se ofertan con desparpajo. El comercio de los llamados 'productos milagro' crece, sobre todo, en verano. El problema es que en rara ocasión se suelen alcanzar los ansiados resultados, por mucha crema, fajas o ventosas que se ponga uno en el abdomen.

La Junta se ha propuesto combatir el fraude de estos productos en el marco del III Plan Andaluz de Salud. Hace dos semanas se puso en marcha un observatorio permanente que se encargará de detectar la publicidad engañosa y actuará sin necesidad de que exista denuncia previa de los consumidores, uno de los principales problemas hasta estos momentos.

Si se comprueba que el producto no se corresponde con las virtudes que pregonan, la Dirección de Consumo tramitará el cese de la publicidad y retirará el producto del mercado si representa algún riesgo para la salud. Las sanciones van desde los 150 hasta los

## Combatir las enfermedades del siglo XXI

Q. CH. SEVILLA

El III Plan Andaluz ha detectado las enfermedades del siglo XXI, patologías emergentes en la sociedad andaluza, muchas de ellas referidas a los riesgos asociados a la alimentación y el medio ambiente. En este grupo entran, además de los 'productos milagro', los enfermos crónicos, los accidentes laborales y de tráfico o las adicciones. Las enfermedades más extendidas en Andalucía contarán con planes integrales, donde se incluyen medidas como la atención a domicilio. Están contempladas las patologías cardiovasculares y salud mental.

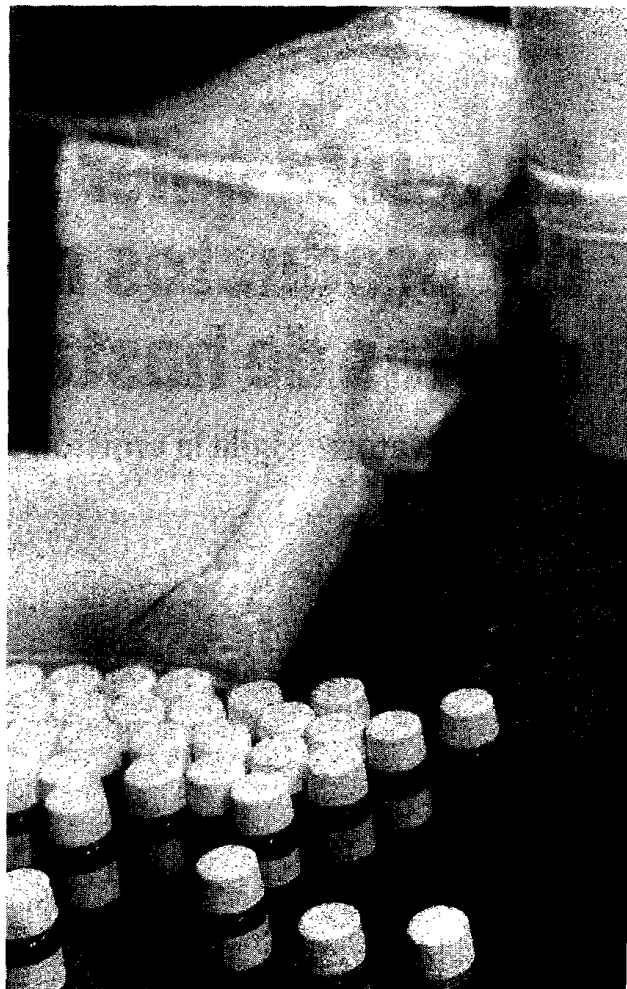
600.000 euros. El primer producto que se está analizando son los electroestimuladores, esos aparatos que te garantizan unas abdominales de película de acción sin necesidad de moverte del sofá del

salón. «La evidencia científica de estos productos no está demostrada. No se puede adelgazar con salud y rapidez en un solo día», señala la coordinadora del plan andaluz, Purificación Gálvez. La Junta de Andalucía actuará sobre los cosméticos, productos magnéticos como pulseras de la tensión y, fundamentalmente, adelgazantes. En definitiva, contra toda evidencia de fraude en las terapias alternativas. Sin embargo, al final siempre será un juez el que decida la retirada de la publicidad o del producto.

### Vinagre quemagrasa

Antes de ponerse en marcha el observatorio, la Junta ya sancionó en 2001 a una empresa malagueña que introdujo en el mercado unas cápsulas de vinagre de manzana que garantizaban la pérdida de 16 kilos en dos semanas.

En el 90 por ciento de los casos, los productos vienen de otra comunidad o del extranjero, lo que dificulta el margen de actuación. Además, todo se complica cuando la venta se produce a través de Internet. En España, el mercado en torno al adelgazamiento mueve 42 millones de euros al año, según la Sociedad de Endocrinología. El 18,5 por ciento de este volumen corresponde a píldoras milagrosas.



ADELGAZAR 'SIN ESFUERZO'. La venta de pastillas 'milagrosas' mueve

### DATOS

► **Procedimiento:** A diferencia de lo que ocurría hasta ahora, un observatorio permanente con técnicos de la Consejería de Gobernación podrá actuar, sin que exista denuncia previa, sobre los 'productos milagro'. Entonces, se propone el cese de la publicidad o la retirada del producto, con sanciones entre 150 y 600.000 euros. Un juez decide.

► **Legislación:** En la lucha contra la publicidad engañosa existen normativas. A nivel general, está la Ley de Publicidad, la Ley de Sanidad o la Ley para la Defensa del Consumidor. El Real Decreto 1907/96 per-

mite actuar sobre los productos con pretendida finalidad sanitaria.

► **La salud de los andaluces:** Las enfermedades que con mayor frecuencia manifiestan los ciudadanos son dolor de espalda (26%), artrosis o reumatismo (20%), dolor menstrual (16%), problemas circulatorios (15%), hipertensión (1%), varices (10%), alergias crónicas (9%) o problemas nerviosos y depresiones (9%). En general, las enfermedades circulatorias y respiratorias, los tumores, problemas digestivos, accidentes y diabetes, representan sobre el 85% de las causas de muerte.

## Las asociaciones de consumidores denuncian sin éxito una veintena de terapias ineficaces

Q. CH. SEVILLA

Las terapias alternativas no son nuevas: fajas, cremas, cápsulas... La lucha contra los 'productos milagro' tampoco. Sin embargo, hasta el momento, este pulso ha sido inútil porque, aunque hay un marco legal definido, era difícil actuar si no existían denuncias previas de los consumidores y, cuando se producían, no llegaban a ningún lado.

La Asociación de Consumidores y Usuarios de Andalucía Facua ha denunciado en los últimos tres años más de 20 'productos milagro' diferentes que se ofertan en Andalucía y, la inmensa mayoría, siguen todavía hoy en el mercado, asegura el portavoz de la organización en la comunidad, Rubén Sánchez.

### Fraude en toda regla

«Si la Junta ha decidido actuar, bienvenido sea, pero hasta ahora la Administración no ha hecho demasiado», señala Sánchez sobre la puesta en marcha del observatorio permanente. Facua tiene muy claro que este tipo de productos sólo pretende «engañar al consumidor», lo que representa un «fraude en toda regla». «Hay competencias y leyes para aplicar, y no se tienen que inhibir responsabilidades», añade.

Uno de los últimos productos denunciados por FACUA fue un



REDUCIR. Un producto no puede atribuirse propiedades adelgazantes.

moldeador al que se le atribuyen propiedades adelgazantes espectaculares con pretendida finalidad sanitaria. La estrella de este mercado son los adelgazantes, que se ofrecen sin ningún tipo de trabas. «No queda muy claro de quién son las competencias y, al final, estas empresas se van de rositas», sentencia Rubén Sánchez.

«Este mercado mueve decenas de millones de euros. Ya no se trata de un fraude marginal, sino de una operación a gran escala», señala el portavoz de FACUA en Andalucía. Los consumidores son muy estrictos en la interpretación de la Ley. Para ellos, el Real Decreto 1907/96 del Ministerio de Sanidad deja claro que

está «prohibido atribuirse propiedades adelgazantes». Una línea de acción genérica que, de aplicarse de esta forma, pondría en jaque este mercado.

### Trabajo en equipo

Los consumidores celebran la puesta en marcha del nuevo observatorio permanente de la Junta, pero quieren que se cuente con ellos. «Es necesario que exista coordinación entre las administraciones y los agentes sociales. Pero también tiene que existir voluntad total, porque si no, se dan nombres y apellidos pero no se actúa», advierten desde Facua. Además, la organización pide que se aumente el número de inspectores para aplicar las medidas.

En líneas generales, los 'productos milagro' no son peligrosos, pero justifican su venta en unas propiedades que, en realidad, no poseen. «A raíz de la nueva normativa del Ministerio de Sanidad en 1996, hubo una disminución en la oferta. Pero otra vez se ha disparado, sencillamente, porque no se mete mano» resume Rubén Sánchez.

Facua reclama también más «celeridad» en la tramitación de las denuncias para evitar que mientras que se produce una sentencia firme, el producto se siga vendiendo sin ningún tipo de limitación.



millones de euros al año en España. / sur

ELIA MALDONADO DIRECTORA DE CONSUMO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

### «La ley es lenta y no facilita el trabajo»

Q. CH. SEVILLA

Elia Maldonado, al frente de la Dirección de Consumo de la Junta, será la que pilote la lucha contra la publicidad engañosa en la Comunidad autónoma.

¿Por qué resulta tan difícil retirar este tipo de productos del mercado de consumo?

Un electro-estimulador, por ejem-

plo, no representa un riesgo para la salud. En principio, es difícil inmovilizarlo. Si se puede tramitar el cese de la publicidad. Aunque es un proceso lento.

¿Habría que cambiar la Ley?

El proceso es complicado. En realidad, es un problema de legislación, porque para que se deje de emitir la publicidad tiene que demostrarse que lo que se oferta no es verdad. Esto no

facilita el trabajo. Los jueces tendrían que poder permitir un cese cautelador del producto mientras tanto, porque la publicidad se sigue emitiendo y puede provocar lesiones en las personas.

Muchos de estos productos se atribuyen virtudes sanitarias. ¿Tampoco ahí se puede actuar?

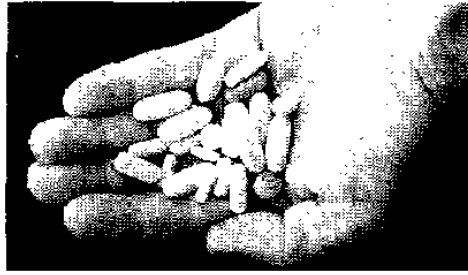
Esto resulta muy complicado, por el tipo de lenguaje que se emplea. En el último año se



Elia Maldonado. / sur

detectó en Andalucía una man-tequilla que decía que bajaba el colesterol. Es difícil demostrar cuando alguien dice que puede bajar el colesterol, porque no hay una enfermedad concreta que se denomine colesterol.

¿Qué cambia a partir de ahora? Fundamentalmente cambiará que se actuará sin que exista denuncia en firme. Las empresas tendrán que aportar pruebas a los técnicos para demostrar que, efectivamente, el producto que ofrecen regula la tensión o te hace perder peso sin afectar a la salud.



## Productos 'milagro'

La Junta de Andalucía ha tomado finalmente la iniciativa en la lucha contra los llamados 'productos milagro', artículos que, en muchas ocasiones, ejercen como sustitutos de la medicina y que pueden llegar a causar graves perjuicios para la salud. Con todo, no parece que la creación de un observatorio que vigile la publicidad engañosa e imponga sanciones sea la solución definitiva a este mercado. Y es que no existe un amparo legal suficiente para la caza y captura de los 'timadores' que juegan con la salud de las personas. Con todo, habrá una actuación al margen de las denuncias.