



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Disposición

Número:

Referencia: EX-2020-91718719-APN-DRI#ANMAT

VISTO los Expedientes Electrónicos EX-2020-91718719-APN-DRI#ANMAT; EX -2020-91551180-APN-DRI#ANMAT; EX -2020-91708867-APN-DRI#ANMAT y EX -2020-91723007-APN-DRI#ANMAT ; y

CONSIDERANDO:

Que se inician las actuaciones referidas en el VISTO con el informe efectuado por el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales (en adelante PMFP) como consecuencia de la mención del producto AMPK en medios masivos de comunicación, cuyo titular de registro es la firma Framingham Pharma SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, CUIT N° 30-64817149-4, y que se encuentra inscripto bajo la categoría de suplemento dietario.

Que el PMFP mediante IF-2020-91745472-APN-DRI#ANMAT informó que el suplemento dietario referido era mencionado dentro de la artística de varios programas televisivos, por parte de un invitado, un panelista o un concursante quien afirmaba utilizarlo, describía alguna de sus características y comunicaba los resultados y/o beneficios que obtenía con el uso del citado producto.

Que por su parte, el conductor del programa en interacción con quien mencionaba el producto realizaba algún tipo de aclaración sobre el suplemento dietario en cuestión.

Que el PMFP, por tratarse de un formato publicitario que no se encontraba en el espacio denominado “tanda publicitaria”, solicitó al Ente Nacional de Comunicación (ENACOM), mediante NO-2020- 68917516-APN-DRI#ANMAT, su colaboración a fin de obtener el material (grabaciones de programas televisivos) del cual surgiera la evidencia con el objeto de analizar su contenido en detalle.

Que en fecha 20 de octubre de 2020 mediante nota NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM, el ENACOM remitió los links de acceso a las grabaciones requeridas de las cuales se desprendió que las menciones se desarrollaban en programas emitidos por “El trece TV”: Los ángeles de la mañana (emisión del día 13/10/ 2020 a las 12:58 horas) y Nosotros a la mañana (emisión del día 12/10/2020 a las 10.38 horas).

Que el PMFP agregó al presente expediente electrónico la transcripción de las grabaciones mediante documento electrónico IF-2020- 91745472-APN-DRI#ANMAT.

Que el PMFP entendió que del contenido de los mensajes emitidos surgían algunas expresiones que a su entender infringían la Disposición ANMAT N° 4980/05 a saber: a) Producto AMPK. Programa: Los Ángeles de la Mañana. Emisión 13/10/2020 12:58 horas: siempre les cuento a las chicas que AMPK es una proteína vegana que tomó después de entrenar que ahora salió sabor a frutilla que es riquísimo así que lo súper recomiendo. No solo

que me tonifica sino que además tiene minerales quelatados miren como tengo el pelo, las uñas, la piel; así que AMPK lo súper recomiendo, es un complemento que ayuda así que está bueno comentarlo. - Panelista: además es de venta libre, se consigue en farmacias AMPK y consulta al médico obviamente. b) Producto AMPK. Programa: Nosotros a la mañana. Emisión 12/10/2020, 10:38 horas. “Entonces, estoy a full, tengo que hacer algo y empecé a tomar AMPK protein, son una proteínas veganas que son riquísimas aparte, son un complemento diario increíble. Me hacen muy bien, me hace bien al pelo a las uñas, a la piel, AMPK protein lo pueden encontrar en todas las farmacias, está buenísimo. Así que recomendadísimo AMPK protein.” “... yo también lo tomo y ahora está el nuevo sabor a frutilla. Y, atención, para aquellos deportistas para el desayuno es ideal, frutilla, chocolate y minerales quelatados ¿no locu?”. Locutora: “Sí, AMPK. Ay, lo voy a comprar”.

Que en virtud de lo expuesto, el PMFP consideró que las expresiones ut-supra mencionadas encuadrarían en la categoría de publicidad encubierta e infringirían los artículos 1° y 5° y los puntos 1,2,3,5 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que además, el PMFP realizó la evaluación del contenido de los mensajes emitidos con relación a las menciones del suplemento AMPK y detectó presuntas infracciones a la normativa vigente en materia publicitaria.

Que entre las expresiones aludidas el PMFP destacó la frase “es de venta libre” que de acuerdo a lo estipulado en la normativa vigente en materia de publicidad no estaría permitida su utilización para la categoría de suplemento dietario.

Que por otra parte, el PMFP señaló que en la publicidad del producto AMPK no se incluyó la información referida a la denominación de venta del producto (suplemento dietario) así como tampoco se mencionaron las leyendas que deberían enunciarse en toda publicidad de un producto registrado bajo la categoría de suplemento dietario, tal como esta Administración Nacional regula en materia de publicidad.

Que por ello, entendió que los mensajes publicitarios cuestionados también infringían lo estipulado en los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que luego, el PMFP agregó que como resultado del monitoreo y del análisis de las menciones del producto suplemento dietario AMPK en fecha 8/10/2020 mediante carta documento (CD 724840967), cuya copia luce agregada bajo número de documento electrónico IF-2020-91584011-APN-DRI#ANMAT, solicitó a la firma Framingham Pharma SRL que en su carácter de titular y responsable del producto arbitre los medios necesarios para el cese de este tipo de conducta ya que incurriría en publicidad encubierta e infringiría la normativa vigente en materia de publicidad.

Que al respecto, el PMFP informó que en respuesta a esta Administración Nacional, el día 19 de octubre de 2020 mediante carta documento número CD 100137134, la que obra en autos bajo número de documento electrónico IF-2020-91583748-APN-DRI#ANMAT, la aludida firma desconoció las acciones informadas deslindando todo tipo de responsabilidad relacionada a las menciones emitidas sobre sus productos.

Que en virtud de lo expuesto, el PMFP consideró que las menciones del producto AMPK sumadas al contexto en el cual se emitieron y al contenido de los mensajes quedaban enmarcadas como publicidad encubierta bajo el formato de Publicidad No Tradicional (PNT) televisiva.

Que además, aclaró que el contenido de las menciones cuestionadas junto al contenido de su mensaje infringiría la Disposición ANMAT N° 4980/05, resaltando que pese a la solicitud realizada a la firma titular de registro del producto AMPK, por parte de esta Administración Nacional, de arbitrar las medidas tendientes a cesar la publicidad del suplemento dietario aquella no realizó acción alguna tendiente al cese de la conducta cuestionada.

Que por todo lo expuesto, el PMFP sugirió iniciar sumario sanitario a la firma FRAMINGHAM PHARMA SRL por el presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° y los puntos 1,2,3,5 del Anexo I y los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05, de acuerdo con lo previsto en el artículo 1° y 5° de la Resolución ex MS y AS N° 20/05.

Que por Disposición ANMAT N° 3828/2021, que obra bajo número de documento electrónico DI-2021-48369286-APN-ANMAT#MS, se ordenó instruir sumario sanitario a la firma Framingham Pharma SRL, por el presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del

Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05. Que dichas actuaciones fueron unificadas a los siguientes expedientes electrónicos, por razones de economía procesal: EX – 2020-91708867-APN-DRI#ANMAT, EX -2020-91723007-APN-DRI#ANMAT, y EX -2020-91551180-APN-DRI#ANMAT.

Que por su parte, en el marco del expediente electrónico EX – 2020-91708867-APN-DRI#ANMAT, por Disposición ANMAT N° 3830/2021, que obra bajo número de documento electrónico DI-2021-48369778-APN-ANMAT#MS, se dispuso instruir sumario sanitario a la firma aludida, por el presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05, en virtud de que el PMFP advirtió la mención del producto SERRAPEP, que se encuentra inscripto en la categoría de suplemento dietario, dentro de la artística de varios programas televisivos, donde la alusión de aquel suplemento la realizaba un invitado, un panelista o un concursante quien afirmaba utilizarlo, y describía alguna de sus características y comunicaba los resultados y/o beneficios que obtenía con el uso del citado producto; mientras quien conducía el programa en interacción con quien mencionaba el producto realizaban algún tipo de aclaración sobre el suplemento dietario en cuestión.

Que el PMFP al tratarse de un formato publicitario que no se encontraba en el espacio denominado “tanda publicitaria” solicitó la colaboración del Ente Nacional de Comunicación (ENACOM) mediante NO-2020-68917516-APN-DRI#ANMAT a fin de obtener grabaciones de programas televisivos, que evidenciaran lo antedicho, para analizar su contenido en detalle.

Que en fecha 20/10/2020 mediante nota NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM el ENACOM remitió las grabaciones requeridas de las cuales se desprendió que las menciones se desarrollan en programas emitidos por “El trece TV”: Mujeres del Trece (emisión del día 13/10/ 2020 a las 15:35 horas) y Cantando 2020 (emisión del día 13/10/2020); dichas grabaciones obran bajo documento electrónico IF-2020-91744407- APN-DRI#ANMAT.

Que del análisis realizado por el PMFP respecto del contenido de los mensajes emitidos surgieron algunas expresiones que el aludido Programa estimó que podían infringir la Disposición ANMAT N° 4980/05 a saber: Producto: Serrapep. Programa Mujeres del trece. Emisión 13/10/2020 - 15:35 “gracias a Serrapep, ustedes saben que yo tomo Serrapep”; “Si me lo decís así, yo lo voy a tomar”. “...Serrapep lo toma la gente joven, es una enzima natural. Hay que consultarle al médico pero vos vas a la farmacia y lo podés comprar sin receta. ¡Es natural! No te hace mal a la panza. Y vos sabes que me salvó porque en una semana el pié se desinflamó.” “...también me ayudo con cosas naturales como Serrapep que es una enzima natural”. Programa Cantando 2020. Emisión 13/10/2020: “...no me duele más la cintura y me paran las señoras por la calle. Si, es una enzima natural. Se puede comprar sin receta”. “Es de venta libre en todas las farmacias”; Locutor en OFF: ¡SERRAPEP, claro!; “Serrapep, por supuesto. Yo tomo 3 por día tomo. Empecé con 1, con 2 y no me duele nada. Locutor en OFF: Es buenísimo!!”.

Que el PMFP evaluó desde un punto de vista técnico las frases transcritas y consideró que aquellas correspondían a una publicidad encubierta e indirecta por encuadrar las acciones en las previsiones de la Disposición ANMAT° 4980/05; y que los hechos descriptos encuadraban en la categoría de publicidad encubierta e indirecta y presuntamente infringían los puntos 1,2,3 y 5 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que además, el PMFP realizó la evaluación del contenido de los mensajes mencionados ut-supra y estimó que contenían mensajes que comunicaban que el producto poseía propiedades y/o acciones terapéuticas, toda vez, que refería que podía ser utilizado a los efectos de desinflamar y aliviar esguinces de tobillo, malestar de cadera lo que excedería ampliamente lo permitido para la categoría de suplemento dietario en la cual fue inscripto el producto.

Que con relación a los mensajes vinculados al uso del producto SERRAPEP el PMFP señaló que no quedaba claro cuál sería la cantidad adecuada de ingesta diaria lo cual podría llegar a causar confusión en cuanto al uso adecuado del citado suplemento dietario.

Que asimismo, los mensajes hacían hincapié en que la condición de expendio del producto es de venta libre en

farmacias y que el producto es natural, expresiones que no estarían permitidas por la normativa vigente publicitaria para un suplemento dietario.

Que en la publicidad del producto SERRAPEP no se incluyó la información referida a la denominación de venta del producto (suplemento dietario) así como tampoco se mencionaron las leyendas que deberían enunciarse en toda publicidad de un producto registrado bajo la categoría de suplemento dietario, tal como esta Administración Nacional regula en materia de publicidad.

Que el PMFP agregó que como resultado del monitoreo y del análisis de las menciones y comunicación del producto SERRAPEP en fecha 8/10/2020 mediante carta documento (CD 724840967), cuya copia luce agregada bajo número de documento electrónico IF-2020-91584011-APN-DRI#ANMAT, solicitó a la firma Framingham Pharma SRL que en su carácter de titular del producto arbitre los medios necesarios para el cese de este tipo de conducta ya que incurriría en publicidad encubierta e infringiría la normativa vigente en materia de publicidad.

Que al respecto, el PMFP informó que la mencionada firma mediante carta documento CD 100137134 de fecha 19/10/2020, la que obra bajo número de documento electrónico IF-2020-91583748-APNDRI#ANMAT, remitió respuesta a esta ANMAT desconociendo las acciones publicitarias informadas deslindado todo tipo de responsabilidad relacionada a las menciones emitidas en los programas televisivos sobre sus productos.

Que en virtud de lo expuesto, el PMFP consideró que las menciones del producto SERRAPEP sumadas al contexto en el cual se emitió y al contenido de los mensajes referidos quedaban enmarcadas como publicidad encubierta e indirecta bajo el formato de Publicidad No Tradicional (PNT) televisiva, e infringiría la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que además, resaltó que pese a la solicitud realizada por esta Administración Nacional de arbitrar las medidas tendientes a cesar la publicidad del suplemento dietario la firma no realizó acción alguna para el cese de la conducta cuestionada; y por todo ello, el PMFP sugirió iniciar sumario sanitario a dicha por el presunto incumplimiento a la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que por Disposición ANMAT N° 3830/2021 que obra bajo número de documento electrónico DI-2021-48369778-APN-ANMAT#MS, se instruyó sumario sanitario a la aludida firma por el presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° de la Disposición ANMAT N° 4980/05, y Disposición ANMAT N° 4980/05 puntos 1, 2, 3 y 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV.

Que por otra parte, a través del expediente electrónico EX -2020-91551180-APN-DRI#ANMAT, se instó sumario sanitario a la misma firma, como consecuencia de la mención del producto SATIAL en medios masivos de comunicación, por ser dicha firma la titular de registro del mencionado producto, cuya categoría de inscripción era la de suplemento dietario.

Que el PMFP informó que el suplemento dietario era mencionado dentro de la artística de varios programas televisivos por parte de un invitado, un panelista o un concursante quien afirmaba utilizarlo, describía alguna de sus características y comunicaba los resultados y/o beneficios que obtenía con su uso; y quien conducía el programa en interacción con quien mencionaba el producto realizaba algún tipo de aclaración sobre el suplemento dietario en cuestión.

Que además, el PMFP solicitó la colaboración del Ente Nacional de Comunicación (ENACOM) mediante NO-2020-68917516-APN-DRI#ANMAT a fin de obtener las grabaciones de programas televisivos, que contuvieran la evidencia de estos casos para analizar su contenido en detalle.

Que en fecha 20/10/2020 mediante nota NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM el ENACOM remitió las grabaciones requeridas de las cuales se desprendió que las menciones se desarrollaban en programas emitidos por "El trece TV": Los ángeles de la mañana (emisión del día 12/10/ 2020 a las 12:16 horas) y Cantando 2020 (emisión del día 17/12/2020 a las 23:02 horas).

Que la transcripción de las grabaciones obran bajo número de documento electrónico IF-2020-91634809-APN-DRI#ANMAT.

Que del análisis realizado por el PMFP respecto del contenido de los mensajes emitidos le permitió concluir que surgían algunas expresiones que infringirían la Disposición ANMAT N° 4980/05 a saber: Producto SATIAL.

Programa Los Ángeles de la Mañana emisión 12/10/ 2020 12:16 horas: “yo le pongo Satial.” Me entra el 30% de esta torta”. “Inhibe lo que sería el 75% de los hidratos de carbono”. “como harinas vio señora? Soy normal”. “Sabés toda (la torta) que me comí entre el fin de semana y ahora?”. Programa Cantando 2020. Emisión 17/12/2020. 23:02 horas: “Claro, Satial, lo pongo ahora (mostrando el producto), mire Señora”; Locutor en OFF: “poné Satial”, “polvo saltial”. “Mira, Se pone así más o menos. Ves que no es una sal. Se pone lo que sería una cucharita de té. (mostrando cómo se utiliza el producto al espolvorear el mismo sobre el plato de pastas)”.

Que el PMFP evaluó desde un punto de vista técnico las frases transcritas y consideró que aquellas correspondían a una publicidad encubierta e indirecta por encuadrar las acciones en las previsiones de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que a la luz de la normativa vigente en materia de publicidad el PMFP analizó el material obtenido y consideró que las menciones emitidas en reiteradas oportunidades en los diferentes programas televisivos encuadraba en la categoría de publicidad encubierta e indirecta y que presuntamente infringían los puntos 1,2,3,5 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que además, el PMFP también indicó que las menciones contenían mensajes que podrían inducir a excesos en la ingesta de alimentos altos en carbohidratos restando importancia a la incidencia de estos en la salud de la población y despreocupando al espectador de tales acciones al sugerir que el producto eliminaba un alto porcentaje de los hidratos de carbono en los alimentos.

Que por otra parte, el PMFP señaló que en la publicidad del producto SATIAL no se incluyó la información referida a la denominación de venta del producto (suplemento dietario) así como tampoco se mencionaron las leyendas que deberían enunciarse en toda publicidad de un producto registrado bajo la categoría de suplemento dietario, tal como esta Administración Nacional regula en materia de publicidad.

Que asimismo, el PMFP indicó que como resultado del monitoreo y del análisis de las aludidas menciones del producto suplemento dietario SATIAL en fecha 8/10/2020 mediante carta documento CD 724840967, cuya copia luce agregada bajo número de documento electrónico IF-2020-91584011-APN-DRI#ANMAT, solicitó a la referida firma que en su carácter de titular del producto arbitrara los medios necesarios para el cese de este tipo de conducta ya que incurriría en publicidad encubierta e infringiría la normativa vigente en materia de publicidad.

Que al respecto, la firma mediante carta documento (CD 100137134) de fecha 19/10/2020, la que obra bajo número de documento electrónico IF-2020-91583748-APNDRI#ANMAT, respondió el requerimiento formulado desconociendo las acciones publicitarias informadas deslindándose de todo tipo de responsabilidad relacionada a las menciones emitidas en los programas televisivos sobre sus productos.

Que en virtud de lo expuesto, el PMFP consideró que las menciones del producto SATIAL sumadas al contexto en el cual se emitieron y al contenido de los mensajes quedarían enmarcadas como publicidad encubierta bajo el formato de Publicidad No Tradicional (PNT) televisiva.

Que además, aclaró que el contenido de las menciones cuestionadas junto al contenido de su mensaje infringiría la Disposición ANMAT N° 4980/05, resaltando que pese a la solicitud realizada por esta Administración Nacional de arbitrar las medidas tendientes a cesar la publicidad del suplemento dietario, la firma no realizó acción alguna para el cese de la conducta cuestionada.

Que en virtud de lo antedicho, el PMFP sugirió iniciar sumario sanitario a la firma FRAMINGHAM PHARMA S.R.L. por el presunto incumplimiento a la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que por Disposición ANMAT N° 3829/2021 que obra bajo número de documento electrónico DI-2021-48369475-APN-ANMAT#MS se instruyó sumario sanitario a la firma Framingham Pharma SRL (CUIT N° 30-64817149-4), por presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que por su parte, en el marco del expediente electrónico EX -2020-91723007-APN-DRI#ANMAT, se instruyó sumario a la referida firma como consecuencia de la mención del producto QUELAT en medios masivos de

comunicación, por resultar titular de registro del producto que se encuentra inscripto bajo la categoría de suplemento dietario.

Que el PMFP mediante IF-2020-91745560-APN-DRI#ANMAT informó que el suplemento dietario referido era mencionado dentro de la artística de varios programas televisivos en donde la alusión del suplemento dietario la realizaba un invitado, un panelista o un concursante quien afirmaba utilizarlo, describía alguna de sus características y comunicaba los resultados y/o beneficios que obtenía con el uso del citado producto.

Que por su parte, quien conducía el programa en interacción con quien mencionaba el producto realizaba algún tipo de aclaración sobre el suplemento dietario en cuestión.

Que además, al tratarse de un formato publicitario que no se encuentra en el espacio denominado “tanda publicitaria”, el PMFP realizó un monitoreo por redes sociales y consiguió extraer 3 (tres) ejemplos de la plataforma de Youtube donde se podía visualizar las acciones que se detallan a continuación: a) Producto: Quelat Programa: Bienvenidos a bordo Emisión: 7/10/2020 Duración 29’’. “me estoy cuidando mucho con un producto que se llama Quelat”. “Locutor: ¡Sí, Quelat!”. “son unos minerales quelatados, que son lo más y te ayudan a fortalecer el pelo por eso tengo este pelaso y uñas. Así que, está buenísimo. Por suerte tomo mucha agua también y antes de tomarlo, obviamente, lo tenés que consultar con tu médico”. “Pero viste el pelo que tengo”; b) Producto: Quelat. Programa: Mamushka; Emisión 7/10/2020; Duración 18’’: “Ahora estoy tomando unos minerales quelatados. Quelat”; “me hace muy bien al pelo a la piel a las uñas. Mira como tengo las uñas”; “siempre consultando a tu médico y recomiendo yo Quelat.”; c) Producto: Quelat. Programa Cantando 2020. Emisión 30/7/2020.: “...tengo algunos secretitos, un suplemento tomo que se llama Quelat y que son minerales quelatados. Son para piel, pelo y uñas y además suben las defensas también. Así que se los recomiendo porque está buenísimo”.

Que el PMFP analizó el material obtenido y consideró que las menciones emitidas en reiteradas oportunidades y en diferentes programas televisivos tales como los descriptos encuadrarían en la categoría de publicidad encubierta e infringirían los artículos 1° y 5° y los puntos 1,2,3,5 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que el PMFP también indicó que realizó la evaluación de los mensajes emitidos y se habría detectado presuntas infracciones a la normativa vigente en materia publicitaria.

Que entre las expresiones destacaron la frase “suben las defensas”, que estaría atribuyendo una función que era imprecisa e incorrecta para la comunicación descriptiva del producto.

Que por otra parte, el PMFP señaló que en la publicidad del producto QUELAT no se incluyó la información de registro del producto (suplemento dietario) así como tampoco se mencionaron las leyendas que deberían enunciarse en toda publicidad de un producto registrado bajo la categoría de suplemento dietario, tal como esta Administración Nacional regula en materia de publicidad, por lo que los mensajes publicitarios cuestionados también infringirían lo estipulado en los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que asimismo, el PMFP agregó que como resultado del monitoreo y del análisis de las referidas menciones del producto suplemento dietario QUELAT con fecha 8/10/2020 mediante carta documento CD 724840967, cuya copia luce agregada al presente expediente electrónico como IF-2020-91584011-APNDRI#ANMAT, solicitó a la aludida firma que en su carácter de titular del producto arbitrara los medios necesarios para el cese de este tipo de conducta ya que incurriría en publicidad encubierta e infringiría la normativa vigente en materia de publicidad.

Que al respecto, la mencionada firma mediante carta documento CD 100137134 de fecha 19/10/2020 desconoció las acciones informadas deslindado todo tipo de responsabilidad relacionada a las menciones emitidas sobre sus productos.

Que dicha respuesta obra agregada bajo número de documento electrónico IF-2020-91583748-APN-DRI#ANMAT.

Que en virtud de lo expuesto, el PMFP consideró que las menciones del producto QUELAT sumadas al contexto en el cual se emiten y al contenido de los mensajes quedarían enmarcadas como publicidad encubierta bajo el

formato de Publicidad No Tradicional (PNT) televisiva, e infringiría la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que pese a la solicitud realizada por esta Administración Nacional de arbitrar las medidas tendientes a cesar la publicidad del suplemento dietario la firma titular de registro del producto QUELAT no realizó acción alguna para el cese de la conducta cuestionada, y en razón de ello, el PMFP sugirió iniciar sumario sanitario a la referida firma de acuerdo a lo previsto en el artículo 1° y 5° de la Resolución ex MS y AS N° 20/05, las irregularidades constatadas por el PMFP configuran presunta infracción a los artículos 1° y 5° y los puntos 1,2,3,5 del Anexo I y los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que por Disposición ANMAT N° 3831/2021 que obra bajo número de documento electrónico DI-2021-48370029-APN-ANMAT#MS se instruyó sumario sanitario a la firma Framingham Pharma SRL por presunto incumplimiento a los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que por medio de la providencia PV-2022-37686399-APN-CS#ANMAT, se procedió a acumular las actuaciones EX-2020-91718719-APN-DRI#ANMAT, EX-2020-91551180- APN-ANMAT#MS; EX-2020-91723007-APN-DRI#ANMAT; y EX-2020-91708867-APN-DRI#ANMAT.

Que se corrió traslado de las imputaciones a la firma, efectuando su descargo a través de documento electrónico IF-2022-57222007-APN-DGDYD#JGM.

Que la firma expresó que (...) no tenemos relación con los hechos que se discuten, no nos une relación con ninguna de las personas que se mencionan, ello ya fue manifestado en el inicio de las actuaciones, razón por la cual entendemos que los sumarios ordenados contra la firma carecen del sustento legal necesario y suficiente para realizar la imputación de los hechos en cabeza de mi representada (...).

Que opuso la excepción de litispendencia en los términos del artículo 345 del CCCN, invocando que (...) la Administración ya ha iniciado un procedo idéntico al presente en la jurisdicción de la Secretaria de Comercio de la Nación Ex -2021-68394449-APN-DGD#MDP. Dicha imputación tiene exactitud con la que en este fuero nos reprocha, y el mismo objeto de protección (...).

Que sostuvo que publicidad encubierta Es aquella que consiste en ocultar el carácter publicitario de una información, presentándola como parte de la redacción del medio, de manera tal que el público tome la información como objetiva e imparcial cuando en realidad se trata de publicidad comercial (...).

Que agregó que (...) lo expuesto en el sumario de transcribir dichos de terceros justamente no puede ser nunca una expresión de "... como parte de la redacción del medio ..." lo que invalida ya el razonamiento de considerar esos dichos en forma amplia y en contra de lo expresado por la norma o en contra del administrado, por lo que claramente lo que no existe en este sumario por los dichos del informe es una "Publicidad Encubierta" (...).

Que puntualizó que no existe un riesgo sanitario y por ello en nada se ha visto afectada la población ya que las "publicidades" o PNT son similares y sin embargo parecería que las emitidas por las competencias no infringen las normas, violando la ANMAT con esta conducta el principio de igualdad ante la ley y contraviniendo la doctrina de los actos propios, ya que aprueba una acción pero desapruueba la misma cuando solo cambia la autoría de estas.

Que efectuó reserva de ofrecer prueba ante el Juez que eventualmente interviniera en las presentes actuaciones.

Que las actuaciones fueron remitidas al organismo técnico, el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales.

Que expuso el mentado Programa que los argumentos planteados por la firma no han significado un cambio de opinión (...) la firma continúa desconociendo haber tenido relación con los hechos que se discuten (...).

Que refirió el Programa que la imputada afirma en el descargo "no nos une relación con ninguna de las personas que se mencionan, ello ya fue manifestado en el inicio de las actuaciones, razón por la cual entendemos que los sumarios ordenados contra la firma carecen del sustento legal necesario y suficiente para realizar la imputación de los hechos en cabeza de mi representada." Lo que a criterio de este Programa resultaría contradictorio ya que desde el momento en que se notificó a la empresa las irregularidades detectadas y las presuntas faltas a la

normativa vigente en materia de publicidad se arbitraron algunas acciones correctivas en las publicidades con el fin de enmarcarlas de acuerdo a lo solicitado recurriendo a los mismos líderes de opinión (celebridades) de las cuales desconocieron tener relación alguna.

Que agregó que (...) A entender de este Programa, quedaría evidenciado que desde un inicio las acciones de comunicación con estas personalidades formarían parte de las acciones publicitarias de la empresa las cuales no solo quedarían enmarcadas en la figura de publicidad encubierta e indirecta, sino que además infringiría las cuestiones técnicas del marco normativo informadas oportunamente.

Que en materia regulatoria de publicidad la Disposición ANMAT N° 4980/05 en su Anexo IX define a la publicidad encubierta como aquella que consiste en ocultar el carácter publicitario de una información, presentándola como parte de la redacción del medio, de manera tal que el público tome la información como objetiva e imparcial cuando en realidad se trata de publicidad comercial.

Que en el citado Anexo se define a la publicidad indirecta como aquella que, sin mencionar los productos, utiliza marcas, símbolos u otros rasgos distintivos de tales productos o de empresas cuyas actividades principales o conocidas incluyan su producción o comercialización.

Que por su parte el artículo 1° de la Disposición ANMAT 4980/05 establece “que toda publicidad o propaganda dirigida al público en general, cuyo objeto sea promocionar a cualquiera de los productos enunciados en el Artículo 1° de la Resolución MSyA N° 20/2005, sean nacionales o importados, se regirá por la presente disposición”.

Que la Resolución MSyA 20/2005 en su artículo 1° en su parte pertinente dispone “Toda publicidad o propaganda dirigida al público de (...) suplementos dietarios (...) cualquiera sea el medio que se emplee para su difusión, deberá cumplir con los criterios éticos establecidos por la ADMINISTRACION NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGIA MEDICA (ANMAT)”.

Que a su vez el artículo 5° de la Disposición N° 4980/05 dispone “Apruébense las normas específicas que deberá cumplir toda publicidad o propaganda dirigida al público en general de suplementos dietarios, las que como Anexo IV forman parte integrante de la presente disposición”.

Que en materia regulatoria de publicidad la Disposición ANMAT N° 4980/05 en su Anexo IX define a la publicidad encubierta como aquella que consiste en ocultar el carácter publicitario de una información, presentándola como parte de la redacción del medio, de manera tal que el público tome la información como objetiva e imparcial cuando en realidad se trata de publicidad comercial.

Que asimismo, en el citado Anexo se define a la publicidad indirecta como aquella que, sin mencionar los productos, utiliza marcas, símbolos u otros rasgos distintivos de tales productos o de empresas cuyas actividades principales o conocidas incluyan su producción o comercialización.

Que por su parte el Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 establece que Toda publicidad o propaganda de los productos mencionados en el Artículo 1° de la Resolución M.S. y A. N° 20/2005 deberá cumplir con los siguientes requisitos, ello sin perjuicio de los que se establecen para cada categoría de producto en particular: 1. Deberá propender a la utilización adecuada del producto, presentando sus propiedades objetivamente sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara. 2. No deberá vulnerar los intereses de la salud pública. 3. No deberá ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal. (...) 5. No deberá atribuir al producto acciones o propiedades terapéuticas, nutricionales, cosméticas, diagnósticas, preventivas o de cualquier otra naturaleza que no hayan sido expresamente reconocidas o autorizadas por la autoridad sanitaria.

Que por su parte el Anexo IV de la aludida Disposición reza 1- Toda publicidad o propaganda de suplementos dietarios deberá: 1.1 Propender al consumo adecuado del producto, presentando sus propiedades nutricionales, características, modos de uso y/o advertencias objetivamente, sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara. (...) 1.4 Incluir la denominación de venta y el nombre comercial del producto tal como constan en el certificado de autorización. 1.5 Incluir la leyenda "SUPLEMENTA DIETAS INSUFICIENTES. CONSULTE A SU MÉDICO Y/ O FARMACÉUTICO". La referida leyenda deberá presentarse de forma tal que sea claramente perceptible para el destinatario y siempre en sentido horizontal. La inclusión de dicha leyenda

deberá respetar los siguientes requisitos: a) En los medios gráficos (folletos, volantes, impresos, entre otros) deberá insertarse de forma tal que permita su fácil lectura y con un color que contraste contra el fondo del anuncio. b) En la vía pública, publicidad estática y otros medios similares, el tamaño de la letra utilizada en la leyenda deberá guardar una relación acorde con el utilizado en la gráfica, debiendo resultar de fácil lectura. c) Si el medio oral dura más de 30 segundos, deberá incluirse la referida leyenda. d) En los medios cinematográficos, televisivos y audiovisuales en general, creados o a crearse, deberá incluirse en forma visible y mantenerse durante un tiempo que permita la lectura completa de la leyenda. El contraste de la tipografía deberá ser tal que permita su lectura cualquiera sea el color de fondo. e) La leyenda no deberá necesariamente incluirse en los recordatorios del nombre comercial del producto.

Que asimismo, dispone (...) 2. Toda publicidad o propaganda de suplementos dietarios no deberá: (...) 2.6. Promocionar que el consumo del suplemento dietario constituye una garantía de salud. (...) 2.8. Incluir frases y/o mensajes que: (...) c) Aconsejen su consumo por razones de acción estimulante o de mejoramiento de la salud o de orden preventivo de enfermedades o de acción curativa. (...) f) Induzcan al uso indiscriminado del producto. (...) n) Utilicen vocablos, signos, denominaciones, símbolos, emblemas, ilustraciones u otras representaciones gráficas que tornen falsa, incorrecta y/o insuficiente a dicha información, o que puedan inducir a equívoco, error, confusión o engaño al consumidor en relación con la verdadera naturaleza, composición, procedencia, tipo, calidad, cantidad, duración, rendimiento o forma de uso del suplemento dietario (...).

Que además, el punto 8 del Anexo IV de la mencionada Disposición dispone que (...) 8. Toda publicidad no tradicional deberá cumplir con lo previsto en el Anexo I y en el presente anexo y será responsabilidad del titular del producto garantizar que el uso de nombre, atributos o mensajes, bajo este medio, sean los adecuados, teniendo en consideración las características particulares de esta modalidad publicitaria (...).

Que con relación a la excepción de litispendencia formulada por la imputada, en la cual invoca que se le ha iniciado un proceso idéntico al presente en la jurisdicción de la Secretaría de Comercio de la Nación, corresponde rechazarla toda vez que la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia es un organismo desconcentrado de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo de la República Argentina, cuyo objetivo es la protección del interés económico general para el bienestar de los consumidores, ya que la competencia efectiva entre las empresas del mercado garantiza la calidad e innovación de bienes y servicios, al menor precio posible, para generar una estructura de mercado eficiente, y para llevar adelante su objetivo instruye sumarios por denuncias de conductas anticompetitivas, abuso de posición de dominio y cartelización (<https://www.argentina.gob.ar/defensadelacompetencia/funcion-y-objetivos>); es decir, que el objeto perseguido en el sumario instado por la aludida Cámara difiere del perseguido a través del presente expediente.

Que de las constancias obrantes bajo número de documento electrónico NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM, IF-2020-91745472-APN-DRI#ANMAT, NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM, IF-2020-91744407-APN-DRI#ANMAT, NO-2020-68917516-APN-DRI#ANMAT, NO-2020-70913758-APN-SFYC#ENACOM y IF-2020-91634809-APN-DRI#ANMAT, surge que la firma imputada, titular de los productos: AMPK, QUELAT, SATIAL y SERRAPEP, que se encuentran inscriptos bajo la categoría de suplementos dietarios, los publicaba a través de programas televisivos bajo la modalidad “publicidad encubierta” e “indirecta”.

Que ello se concluye ya que las menciones efectuadas en los programas televisivos, transcritas ut-supra, tales como las emitidas en el programa cantando 2020 donde el locutor expresamente refiere Satial, lo pongo ahora, muestra el producto coloca satial y expresa mira, se pone así más o menos... ves que no es sal, se pone lo que sería una cucharita de té y muestra como utiliza el producto al espolvorearlo sobre un plato de pastas.

Que resulta claro que forma parte de una publicidad ya que sería impensable que el locutor en pleno programa televisivo y al aire, se disponga a cenar y echarse satial en las pastas, pues se encuentra trabajando y puede advertirse que como locutor, luego no se dispone a comer la pasta “su supuesta cena”.

Que del mismo modo, la frase expresada en el marco del programa Los Angeles de la Mañana respecto al producto AMPK donde se expresa es una proteína vegana... ahora salió sabor frutilla... no solo que me tonifica

sino que además tiene minerales quelatados miren como tengo el pelo, las uñas, la piel... AMPK lo super recomiendo, manifestando expresamente la panelista que es de venta libre, y que se consigue en farmacias.

Que de las expresiones transcriptas surge claramente que procedió a presentar el producto, ocultando el carácter publicitario de la información que estaba dando, lo que realizó en el marco del programa televisivo e hizo alusión a los resultados mostrando sus uñas, cabello, etc, presentándolo como información objetiva e imparcial cuando en realidad puede advertirse que se trata de una publicidad comercial, configurando el tipo previsto en el anexo IX de la Disposición ANMAT N° 4980/2005 al ocultar el carácter publicitario de la información que exponía presentándola de forma tal que el público tomara los dichos como información objetiva e imparcial cuando en realidad se trataba de una publicidad comercial.

Que a ello cabe agregar, que en el descargo presentado por la imputada si bien en un primer momento se dispone a negar las imputaciones y todo vínculo con las publicidades objeto del presente, en los dos últimos párrafos del punto III cuestiona que se le hubiera iniciado un sumario a su firma y no a otras compañías que también emiten publicidad encubierta o PNT, sigla utilizada para difundir un servicio o un producto por afuera de una tanda o pausa publicitaria.

Que refirió que la ANMAT vulnera su derecho de igualdad por no instar sumario respecto a otras compañías y expresamente manifestó que en nada se ha visto afectada la población ya que las “publicidades” o PNT son similares y sin embargo parecería que las emitidas por las competencias no infringen las normas.

Que es decir, que de sus propios dichos surge el reconocimiento expreso de que realiza las llamadas PNT o publicidad encubierta, lo que en sus dichos reconoce cuando refiere no solo hacerlo ella sino que resultan similares a las que realizan otras compañías.

Que al respecto, cabe aclarar, que esta Administración no vulnera el derecho de igualdad, ya que por un lado, la imputada al hacer referencia a otras compañías efectúa una acusación genérica, sin mencionar a que compañías se refiere, o lugar de emisión, como tampoco aporta dato preciso alguno, que permita constatar si pesa algún sumario en relación a ello.

Que en definitiva, de lo expuesto se concluye que la imputada efectuaba publicidad no tradicional (PNT), encuadrando su conducta en el tipo de publicidad encubierta, lo que se encuentra prohibido en el Anexo I punto 3 referido ut-supra.

Que sentado ello, cabe analizar si el contenido de las PNT vulnera la normativa que regula la materia publicitaria. Que en este sentido, la frase es de venta libre que de acuerdo a lo estipulado en la normativa referida ut-supra no se encuentra permitida para la categoría de suplemento dietario, y del análisis del contenido de las PNT obrante en autos surge que no se incluyó la información referida a la denominación de venta del producto, es decir, suplemento dietario, así como tampoco se mencionaron las leyendas que deberían enunciarse en toda publicidad de un producto registrado bajo la categoría de suplemento dietario, tal como lo regula la normativa transcripta precedentemente, vulnerando así los puntos 1.1, 1.4, 1.5, 2.6, 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que en definitiva, las conductas imputadas son contrarias a la normativa vigente al momento de los hechos.

Que en esta instancia, corresponde determinar la gravedad de la falta cometida y a los efectos de su graduación analizar su proyección desde el punto de vista sanitario.

Que a los fines de la determinación de la sanción corresponde tener en cuenta tanto lo indicado por el organismo técnico, la Disposición ANMAT N° 1710/08 y los antecedentes de la firma imputada, como así también el riesgo que de las consecuencias de la conducta incurrida por la firma sumariada deriva en la salud de la población, entendiendo este como la proximidad o contingencia de un posible daño.

Que en este sentido, cabe tener presente que conforme surge del informe brindado por la DGIT, que obra bajo número de documento electrónico NO-2023-28553314-APN-DGIT#ANMAT, la firma imputada cuenta con antecedentes de sanciones.

Que asimismo, a los fines de la graduación de la pena, resulta importante destacar que el bien jurídico tutelado es la salud pública y en el caso (...) no es necesario que efectivamente se produzca un menoscabo a la salud pública

para que se configure la infracción bajo estudio. (“MENON, Jorge Nestor (Droguería Menon) y otra s/ Infracción Ley 16.463”, Juzgado Federal de Campana CPE 42/2015, sentencia de fecha 16/12/2015).

Que asimismo, con respecto a la sanción su determinación y graduación es resorte primario de la autoridad administrativa. (Conf. Sala V in re: “Musso, Walter c/ Prefectura Naval Argentina” sentencia del 27/05/97).

Que es así que en ejercicio del poder de policía sanitario que ostenta esta Administración, de sus facultades privativas y discrecionales, a los fines de tomar decisiones precisas y correctoras tendientes a evitar que se produzcan perjuicios en la salud de la población, actuando dentro del marco de las facultades conferidas por el Decreto N° 1490/92 y Decreto N° 341/92 por medio del cual se confiere a este organismo la autorización para la aplicación de multas y la fijación de sus montos, se ha determinado la sanción en el marco de las presentes actuaciones.

Que en razón de lo expuesto, las constancias de la causa permiten corroborar los hechos que han dado origen al presente, debiendo haber cumplido la sumariada con la normativa, en forma previa y en todo momento, como así también que la conducta reprochada se encontraba prohibida por la normativa referida ut-supra, y que no ha existido una causal de justificación que encuentre amparo legal para excusar a aquella por su obrar antinormativo, resultando su conducta antijurídica, máxime si se tiene en cuenta que es deber del responsable de la firma conocer y respetar la normativa que rige la actividad que desarrolla.

Que del análisis de las actuaciones se concluye que la sumariada ha infringido a los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que la Coordinación de Sumarios y la Dirección de Asuntos Jurídicos y el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales han tomado la intervención de su competencia.

Que se actúa en ejercicio de las facultades conferidas por el Decreto N° 1490/92 y sus modificatorios.

Por ello,

**EL ADMINISTRADOR NACIONAL DE LA ADMINISTRACION NACIONAL
DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGIA MÉDICA
DISPONE:**

ARTÍCULO 1°.- Impónese a FRAMINGHAM PHARMA SRL CUIT 30-64817149-4, con domicilio en la calle Arribeños 2572 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y constituyendo domicilio electrónico info@framinghampharma.com, una multa de PESOS UN MILLON (\$ 1.000.000) por haber infringido los artículos 1° y 5° Disposición ANMAT N° 4980/05; a los puntos 1, 2, 3, 5 del Anexo I y a los puntos 1.1; 1.4; 1.5; 2.6; 2.8 c), f), n) y 8 del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

ARTÍCULO 2°.- Hágase saber a la sumariada que podrá interponer recurso de apelación por ante la ANMAT con expresión concreta de agravios y dentro de los 5 (cinco) días hábiles de habersele notificado el acto administrativo, siendo solo prorrogables en razón de la distancia, presentando conjuntamente con el recurso el Formulario para ingreso de Demandas (previsto en la Acordada CNFA N° 7/94 inciso 1) y previo pago del 30% de la multa impuesta (conf. Artículo 12° de la ley 18.284), el que será resuelto por la autoridad judicial competente; en caso de no interponer el recurso, el pago de la multa impuesta deberá hacerse efectivo dentro de igual plazo de recibida esa notificación.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese al Ministerio de Salud de la Nación.

ARTÍCULO 4°.- Anótese la sanción en la Dirección de Gestión de Información Técnica por la especie de

infracción incurrida; y comuníquese al Instituto Nacional de Alimentos, a los mismos fines, por tratarse de Suplementos Dietarios.

ARTÍCULO 5°.- Notifíquese de la presente a la Coordinación Contable y Ejecución Presupuestaria dependiente de la Dirección General de Administración, para su registración contable.

ARTÍCULO 6°.- Regístrese; por Mesa de Entradas notifíquese al interesado al domicilio mencionado haciéndole entrega de la presente disposición; dése al Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales y a la Coordinación de Sumarios, a sus efectos.

mm