



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

BUENOS AIRES, 30 JUL 2013

VISTO el Expediente N° 1-47-26317-07-0 del Registro de esta Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica; y

### CONSIDERANDO:

Que se inician las referidas actuaciones por la ex Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad en virtud de haberse detectado la existencia de publicidad radial del producto "SUPLEMENTO DIETARIO A BASE DE GELATINA, VITAMINA E Y BETACAROTENO EN TABLETAS" marca ROMINA FORT, propiedad de la firma GARDEN HOUSE S.A. (cftar. fs. 15/20), que infringiría las previsiones de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que a fojas 13/14 y 21/34 se acompaña el texto desgrabado del material publicitario en cuestión así como también el detalle de fecha, hora, programa y medio en el cual se realizó la publicidad.

Que en su informe de fs. 1/12, la ex Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad entiende que las frases "...desde que empecé a tomar ROMINA FORT ya ni cremas uso" y "...mi piel estaba seca, como envejecida. Y desde que empecé a tomar Romina Fort ya ni cremas uso. Tengo la piel suavcita, parezco hasta más joven" infringirían el punto 1 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 así como también el punto 1.1 del Anexo IV de la citada disposición y el punto 3 del citado Anexo I.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que asimismo señala que las aludidas frases infringirían el punto 5 del Anexo I de la Disposición ANMAT 4980/05; el punto 1.2 del Anexo IV de la citada normativa y los puntos 2.5 y 2.8 incisos e) y n).

Que ello así, tal como lo informa el referido órgano, por tanto la frase observada excede lo permitido para un suplemento dietario al atribuírsele subliminal o indirectamente propiedades cosméticas; presentando al producto como si tuviese acción cosmética ya que se mencionan indirectamente acciones preventivas en tal sentido, enmascarando las propiedades para las cuales fue autorizado.

Que asimismo considera que la frase *"...se me aclararon las manchas de las manos. El pelo me mejoró mucho. Para mí fue bárbaro porque me creció el cabello, las uñas"* infringiría los puntos 1, 3 y 5, ya citados, del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 así como también en punto 7 del mencionado Anexo I.

δ Que agrega la ex Comisión que la frase referida también infringiría los puntos 1.1, 1.2, 2.5 y 2.8 incisos e) y n) del Anexo IV anteriormente mencionados así como el inciso a) del referido 2.8.

Que por otra parte señala que las frases *"...mis uñas estaban siempre débiles, agrietadas. Y desde que empecé a tomar Romina Fort se me endurecieron y me crecen más. Ahora están hermosas, es muy eficaz";* *"...tomo Romina Fort porque es increíble como me creció el pelo, las uñas, me mejoró muchísimo";* *"...el cabello se me caía bastante. Se me han ido las*



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

*manchas de las manos. Y el cabello, mucho más fortificado"; "...se me caía bastante el cabello. Paró la caída. Lo noto más suave y me fue creciendo. Se me fue fortificando el cabello"; "...porque detiene la caída del pelo. Lo fortalece, le da brillo. Romina Fort es como un tratamiento de nutrición" y "...se me han fortificado las uñas con Romina Fort. Me dio resultado en todo"* infringirían los puntos 1, 3, 5 y 7, ya citados, del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 así como también los puntos 1.1, 1.2, 2.5 y 2.8 incisos a), e) y n) del Anexo IV de la aludida disposición.

Que mediante Disposición ANMAT N° 1285/09 se ordena la instrucción de un sumario contra la firma GARDEN HOUSE S.A. y su Director Técnico a fin de determinar la responsabilidad que les correspondería por la presunta infracción a los puntos 1, 3, 5 y 7 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 a los puntos 1.1, 1.2, 2.5 y 2.8 incisos a), e) y n) del Anexo IV de la citada disposición.

5. Que corrido el traslado de estilo la firma GARDEN HOUSE S.A. presenta su descargo a fojas 74/79; el cual es ratificado por el ex Director Técnico de la firma, Farmacéutico Horacio Jorge Peraino a fojas 90.

Que los sumariados desconocen la veracidad de las versiones desgrabadas de la publicidad, sosteniendo que queda a cargo de ANMAT demostrar que las frases publicitarias cuestionadas fueron transmitidas en forma radiofónica, en las oportunidades descriptas en los listados de fojas 21/34, los cuales también son desconocidos por los imputados.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.MAT

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que supletoriamente señalan que una lectura objetiva de dichos anuncios publicitarios, efectuados a través de manifestaciones testimoniales de consumidores del producto, demuestra que no se violentan las previsiones de la Disposición ANMAT° 4980/05, toda vez que se han presentado las propiedades de Romina Fort objetivamente, sin engaños ni equívocos, brindando información veraz, precisa y clara.

Que aseveran que las imputaciones de fojas 40/48 están teñidas de subjetividad y que con difusas interpretaciones semánticas se trata de descalificar la aludida publicidad; agregan que con repeticiones innecesarias se gira sobre los mismos argumentos, cambiando según la subjetividad del funcionario encargado de la instrucción, la referencia a los diversos puntos de los diferentes anexos de la mentada disposición administrativa.

6. Que señalan que en la publicidad cuestionada no existe contradicción con la información científica presentada en el expediente ANMAT que originó la autorización para importar y comercializar en nuestro país el producto Romina Fort.

Que aducen que no surge del sumario ningún informe científico en donde se contradiga la veracidad de las mencionadas frases publicitarias; sostienen que el cuestionamiento se formula en forma teórica, sin aporte científico alguno.

Que señalan que sostener que el producto suaviza la piel, mejora el cabello y mejora el estado de las uñas, no constituye infracción a los



*Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T*

## DISPOSICIÓN N° 4905

diversos puntos del Anexo I de la Disposición ANMAT 4980/05; y que dichas propiedades, expresadas sin engaño alguno, son coincidentes con las universalmente aceptadas propiedades de la Gelatina, la Vitamina E y el Betacaroteno (Vitamina A), componentes primordiales de Romina Fort.

Que agregan que si el producto no causare el efecto nutricional anunciado en la publicidad, ANMAT no lo hubiese autorizado y que, si lo autorizó, no puede objetar que la publicidad se realice resaltando sus bondades.

Que aducen que tampoco se infringieron los puntos del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y que no se efectuó modificación de las indicaciones ni de los usos contenidos en el prospecto del producto cuya copia obra a fojas 19/20.

J,  
Que sostienen que se trata de una interpretación teñida de subjetividad tendiente a perjudicar la publicidad de Garden House S.A., y agregan que si un producto es aprobado para ser utilizado como suplemento dietario, es decir, complementario de una dieta humana, cuyos contenidos son la Gelatina, la Vitamina E y el Betacaroteno con aporte de Vitamina A, y si en la publicidad se indica que lubrica la piel (antes estaba seca); mejora el pelo y las uñas (lo que implica también hacerlos crecer), no se infringe normativa alguna; y que de lo contrario no se estaría hablando de un suplemento dietario.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.MAT

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que argumentan que si como autoridad sanitaria se autorizó un producto nutricional para suplementar dietas con Gelatina, Betacaroteno (Vitamina A) y Vitamina E, con aportes nutricionales de proteína y carbohidratos, no se puede luego sostener que el laboratorio autorizado engaña al público usuario cuando en la publicidad se dice que lubrica la piel, mejora el cabello y mejora las uñas; y que si esas propiedades no fuesen ciertas, queda a cargo de ANMAT demostrarlo.

Que aseveran que ANMAT deber demostrar que la Vitamina E y la Vitamina A no causan las publicitadas mejorías en la piel, el cabello y las uñas; y que para ello debe contradecir enciclopedias científicas que describen las propiedades de las Vitaminas A y E.

Que señalan que decir que no se usan otras cremas, que se tiene la piel suave, que se mejoró el cabello, que se endurecieron las uñas; que es un tratamiento de "nutrición", no es sinónimo de "prometer curar o curar enfermedad alguna"; y que por tal razón queda en evidencia que las imputaciones de la comisión fiscalizadora con las que se inicia el sumario están teñidas de subjetividad, en sentido negativo para los intereses de Garden House S.A.

Que por lo expuesto los sumariados aseguran que no han infringido normativa alguna, como tampoco han perjudicado al público en general potencial consumidor de Romina Fort.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que señalan que según consta en el Certificado de Autorización obrante a fojas 17, la publicidad del producto en cuestión debía ser autorizada por ANMAT y que como la Disposición ANMAT N° 3186/99 fue derogada por la Disposición ANMAT 4980/05, se produjo un vacío legal que ocasionó la inaplicabilidad e inconstitucionalidad de la Disposición ANMAT N° 4980/05, cuando pretende regir la publicidad de los suplementos dietarios.

Que manifiestan que los suplementos dietarios se rigen por las disposiciones del Código Alimentario y que por ende el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) resulta ser la autoridad competente en todos aquellos aspectos que implican su comercialización y su publicidad; y que por tal razón la Disposición ANMAT N° 4980/05 debió ser dictada en forma conjunta con SENASA, para ser oponible a los responsables de la comercialización de suplementos dietarios.

Que consideran los sumariados que dicha disposición no es aplicable a Romina Fort por regir el principio de la norma más benigna, que era aquella que autorizaba previamente la publicidad; agregan que ejercieron su constitucional derecho de comerciar emitiendo la publicidad que ahora se cuestiona sin control previo del Estado Nacional, e insisten en que dicha publicidad no puede ser objetada tardíamente en base a una disposición normativa que es incompleta, pues el organismo que la dictó no tiene plena competencia para hacerla valer en materia de suplementos dietarios.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que aclaran que el Dr. Peraino no tuvo participación ni injerencia en el armado de la publicidad cuestionada; la cual fue diagramada por publicitarios contratados contra el pago de sus servicios.

Que insisten que el Dr. Peraino no tuvo responsabilidad alguna, ni en la confección ni en la difusión de esa publicidad, pues su desempeño profesional como Director Técnico de Garden House S.A. -al tiempo de emitirse la publicidad cuestionada- se limitaba a controlar la calidad de los productos comercializados por dicha sociedad; agregando que el tema de la publicidad se maneja, como en todas las empresas, por departamentos comerciales específicos totalmente ajenos a la incumbencia del Director Técnico.

6, Que agregan que, como Director Técnico, el Dr. Peraino no pudo tener injerencia alguna en el armado de la publicidad, como tampoco tuvo a su alcance medios fácticos o legales para controlarla, pues sus tareas eran otras, ceñidas al ámbito científico de su formación profesional; y expresan que no puede existir una imputación de "responsabilidad objetiva" contra el Dr. Peraino, pues solamente puede ser reprimido con una sanción quien resulta ser culpable de la conducta; en virtud de lo cual solicitan que el Dr. Peraino sea desvinculado del sumario sin imputación de responsabilidad alguna.

Que finalmente los sumariados ofrecen prueba documental, informativa y testimonial.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.MAT

DISPOSICIÓN N° 4905

Que remitidas las actuaciones a la ex Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad, la citada Comisión emite su informe técnico a fojas 93/94.

Que respecto al contenido de la publicidad analizada en las actuaciones la Comisión evaluante ratifica lo expuesto en su informe de fojas 2/12.

Que agrega que el artículo 1381 del Código Alimentario Argentino (CAA) establece qué debe entenderse por suplemento dietario y que, de acuerdo con la normativa vigente, tanto en el rótulo del producto como en su publicidad, no deben incluirse afirmaciones que no estén autorizadas por la Autoridad Sanitaria de Registro y por tanto puedan inducir a error en cuanto a su verdadera naturaleza

Que asimismo transcribe el artículo 235 del CAA que establece que *"...en los rótulos o anuncios por cualquier medio (propaganda radial, televisiva, oral o escrita) queda prohibido efectuar indicaciones que se refieran a propiedades medicinales, terapéuticas o aconsejar su consumo por razones de estímulo, bienestar o salud"*.

Que hace saber que el expediente tramitado ante esta ANMAT que autorizó la importación y comercialización del producto Romina Fort en Argentina establece en su información científica que se trata de un suplemento dietario cuyos contenidos son gelatina, vitamina E y



*Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T*

## DISPOSICIÓN N° 4905

Betacaroteno; pero no adjudica al producto, ninguna otra propiedad que no fuese la de suplementar dietas insuficientes.

Que informa que el INAL aprobó el producto, al igual que otros suplementos dietarios, en el marco del artículo 1381 del CAA, y que dicho artículo, conjuntamente con el artículo 235 del CAA y la Disposición ANMAT N° 4980/05, establecen las pautas a seguir para la publicidad de estos productos.

Que asevera la ex Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad que no es correcta la afirmación que realiza la sumariada cuando dice que la ANMAT aprueba el producto y después objeta la publicidad ya que la publicidad fue objetada por no cumplir con las normas y agrega que el hecho que un producto se encuentre registrado no significa que pueda promocionarse otorgándole características no reconocidas por la autoridad sanitaria.

§. Que explica la aludida Comisión que publicitar que un suplemento dietario (cuya única función autorizada como producto es la de suplementar dietas insuficientes y no otra) "suaviza la piel, mejora el cabello y mejora el estado de las uñas", infringe los puntos de los Anexos I y IV de la Disposición ANMAT 4980/05 mencionados en el informe a fojas 1/12 por otorgar al producto propiedades no reconocidas por la autoridad sanitaria.

Que respecto a las facultades de la Comisión para evaluar publicidades, concluye que el Artículo 1° de la Resolución del ex Ministerio de



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

Salud y Ambiente 20/05 establece que "... toda publicidad o propaganda dirigida al público de especialidades medicinales de venta libre y suplementos dietarios, como así también la de los productos odontológicos, reactivos de diagnóstico, productos cosméticos, dispositivos de tecnología médica, productos domisanitarios y productos alimenticios que la autoridad de aplicación determine, cualquiera sea el medio que se emplee para su difusión, deberá cumplir con los criterios éticos establecidos por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT)"; y en concordancia con lo anterior, el artículo 5º de la Resolución ex MS y A 20/05 establece que "...las infracciones a esta Resolución y a las normas dictadas en su consecuencia harán pasible al titular del producto publicitario y a su Director Técnico, cuando corresponda, de las sanciones previstas en las Leyes Nros. 16.463 y 18.284 y el Decreto N° 341/92".

Que a fojas 97 el Instituto Nacional de Alimentos informa que tanto la firma GARDEN HOUSE S.A. como su Director Técnico, Farmacéutico Horacio Jorge Peraino poseen antecedentes de sanción.

Que a fojas 101/102 Radio Mitre S.A. adjunta las publicidades emitidas en la radio La 100 y en Radio Mitre S.A., referentes a los productos VENOFUL y ROMINA FORT de la firma GARDEN HOUSE S.A.

Que producida la prueba informativa solicitada a fojas 79 de las actuaciones, conducente al esclarecimiento de los hechos que dieran origen al sumario, mediante el libramiento de los oficios obrantes a fojas 99/101, la



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
ANMAT

DISPOSICIÓN N° 4905

Instrucción fijó audiencia que se efectuó el 14 de julio de 2010 a las 15 horas en la Dirección de Asuntos Jurídicos de la ANMAT a fin de que la sumariada tomara conocimiento de la prueba producida a fojas 101/102.

Que del análisis de lo actuado surge que la publicidad radial del producto ROMINA FORT de la firma GARDEN HOUSE S.A. infringe pautas éticas de la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que la citada disposición estipula los criterios a los que deberán ajustarse las publicidades o propagandas de los productos incluidos en la Resolución ex MS y A N° 20/05.

Que las distintas frases emitidas en la publicidad cuestionada infringen los puntos puntos 1, 3, 5 y 7 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 los cuales establecen que *"...toda publicidad o propaganda de los productos mencionados en el Artículo 1º de la Resolución M.S. y A. N.º 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; 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; 7) No deberá sugerirse*

§



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

*que un producto medicinal es un alimento o cosmético u otro producto de consumo. De la misma manera, no deberá sugerirse que un alimento o cosmético u otro producto de consumo no medicinal posee acción terapéutica".*

Que asimismo, se contravienen los puntos 1.1, 1.2, 2.5 y 2.8 incisos a), e) y n) del Anexo IV de la Disposición ANMAT N° 4980/05 ("Normas Específicas para la Publicidad de Suplementos Dietarios"), los cuales establecen que *"...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; 1.2 Responder a la definición de suplemento dietario incluida en el Artículo 1381 del Código Alimentario Argentino".*

§ Que a su vez el punto 2.5 establece que toda publicidad o propaganda de suplementos dietarios no deberá "modificar los rótulos, aprobados de acuerdo con la normativa vigente, en cuanto a los usos, la ingesta y las propiedades específicas del producto"; y el punto 2.8 dispone *"...toda publicidad o propaganda de suplementos dietarios no deberá: incluir frases y/o mensajes que: a) Atribuyan al producto acciones y/o propiedades terapéuticas o sugieran que el suplemento dietario es un producto medicinal o mencionen que un suplemento dietario diagnostica, cura, calma, mitiga, alivia, previene o protege de una determinada enfermedad. Sólo se admitirá*



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN N° 4905

*incluir "AYUDA A PREVENIR..." o "AYUDA A PROTEGER...", siempre que dichas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes; e) Tiendan a enmascarar las propiedades específicas 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 al analizar contenido de la publicidad del producto Romina Fort, surge que se le atribuyen las acciones terapéuticas y cosméticas de mejorar la piel y el cabello, detener la caída de este último y favorecer el crecimiento de las uñas.

Que las propiedades atribuidas al suplemento dietario son evidentemente terapéuticas y cosméticas, ya que dichas bondades están asociadas al tratamiento de signos o síntomas de diversas patologías.

Que en su descargo los sumariados desconocen la veracidad de las versiones desgrabadas de la publicidad, en virtud de lo cual se produjo prueba informativa a fojas 101/102, quedando demostrado que las publicidades fueron efectivamente emitidas en las radios La 100 y Mitre.

Que con respecto al resto de la prueba ofrecida, la Instrucción entendió que su producción no resulta conducente, ya que no exime de



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
ANMAT

## DISPOSICIÓN N° 4905

responsabilidad a la firma por haber realizado una publicidad en contravención con las normas fijadas por la Disposición ANMAT N° 4980/05.

Que cabe señalar que la denegación de medidas de prueba inconducentes para la decisión del sumario no ocasiona agravio a la garantía de la defensa en juicio (conforme Fallos: 240:381).

Que los sumariados aducen que no surge del sumario ningún informe científico que contradiga la veracidad de las mencionadas frases publicitarias y que la ANMAT debe contradecir enciclopedias científicas que describen las propiedades de las Vitaminas A y E; al respecto cabe señalar que es irrelevante, frente a la prohibición legal de atribuir a los suplementos dietarios propiedades terapéuticas, la existencia de copiosa información científica que avale los beneficios de la ingesta de las sustancias contenidas por el producto cuestionado, toda vez que la única función autorizada para el producto por la Autoridad Sanitaria es la de suplementar dietas insuficientes

§ Que alegan los sumariados que como la Disposición ANMAT N° 3186/99 fue derogada por la Disposición ANMAT N° 4980/05, se produjo un vacío legal que ocasionó la inaplicabilidad e inconstitucionalidad de la Disposición ANMAT N° 4980/05 cuando pretende regir la publicidad de los suplementos dietarios, y consideran que dicha disposición no es aplicable al producto Romina Fort por regir el principio de la norma más benigna, que era aquella que autorizaba previamente la publicidad.



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
ANMAT

## DISPOSICIÓN N° 4905

Que cabe señalar que, si bien actualmente la publicidad de un suplemento dietario no requiere la aprobación por parte de la autoridad sanitaria, sí debe observar las normas que se encuentran contempladas en la Disposición ANMAT N° 4980/05, dictada en reemplazo de la Disposición ANMAT N° 3186/99.

Que es menester aclarar que la Disposición ANMAT N° 4980/05 contiene las mismas normas que la Disposición ANMAT N° 3186/99, e incluso algunas de ellas son aún más restrictivas.

Que asimismo los sumariados manifiestan que los suplementos dietarios se rigen por las disposiciones del Código Alimentario Argentino y que, por ende, el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) resulta ser la autoridad competente en todos aquellos aspectos que implican su comercialización y su publicidad; y que por tal razón la Disposición ANMAT N° 4980/05 debió ser dictada en forma conjunta con SENASA para ser oponible a los responsables de la comercialización de suplementos dietarios.

Que a ese respecto corresponde señalar que la Resolución N° 20/05 del ex Ministerio de Salud y Ambiente habilita a la ANMAT a establecer los criterios a los cuales debe sujetarse toda publicidad o propaganda de suplementos dietarios dirigida al público.

Que por otra parte, corresponde destacar que en el caso estamos frente a un ejemplo de publicidad engañosa, definida en la Disposición



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

## DISPOSICIÓN Nº 4905

ANMAT Nº 4980/05 como "...aquella que induce a error o es capaz de inducir a error al consumidor sobre las reales características, propiedades, acciones u otros aspectos de los productos publicitados de modo de verse afectada su elección".

Que al respecto se ha dicho que "...el mensaje publicitario resulta engañoso por la objetiva idoneidad que posee para producir en el consumidor una falsa creencia, inducirlo a un dato equivocado (error), e inclinarlo a una elección económicamente perjudicial para él". ("La protección del consumidor frente a la publicidad engañosa en la República Argentina", Santarelli, Fulvio G., en "Obligaciones y contratos en los albores del siglo XXI", homenaje al Dr. Roberto M. López Cabana, p. 915, Buenos Aires, 2001).

§. Que concordantemente se ha expresado que "...el engaño publicitario -que no se satisface únicamente con la falsedad o la mentira, sino que basta con que induzca al error, a la decisión desviada- constituye un óbice a las condiciones de transparencia en la contratación, promoviendo la concertación de operaciones que perjudican al adquirente en sus derechos económicos, ya que su decisión de asignación económica, por consecuencia del engaño se ha visto sin causa, ni razón suficiente". ("Acciones contra la publicidad engañosa"; Santarelli, Fulvio Germán; LLBA 2005 (setiembre), 928-DJ 2005-3, 565).



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.MAT

DISPOSICIÓN N°

4905

Que en el caso, la inducción a error en la adquisición del producto finca, básicamente, en que publicitariamente se presenta al producto en cuestión con datos que no son aquellos que la autoridad sanitaria aprobó, esto es un suplemento dietario que ayuda a completar dietas insuficientes, llevando al consumidor a realizar actos de consumo que quizá no hubiera realizado de no publicitarse las "virtudes" terapéuticas y cosméticas que se atribuyen al producto.

Que con respecto a la responsabilidad del Director Técnico en lo relativo a la publicidad de una especialidad medicinal de venta bajo receta, resulta ilustrativo lo sostenido por la Corte Suprema de Justicia en el fallo Abbott Laboratories Argentina Sociedad Anónima s/ infracción ley 16.463 ( 20/11/2001): *"La calificación de "objetiva" a la responsabilidad del director técnico de un laboratorio y su consiguiente sanción, aun cuando sea cierto que la publicidad hubiera sido dispuesta por otra sección de la empresa sin conocimiento de dicho profesional, comporta una interpretación de la presunción legal que es incompatible con el principio según el cual sólo puede ser reprimido quien sea culpable, es decir aquel a quien la acción punible le pueda ser atribuida tanto objetiva como subjetivamente"*.

Que por lo tanto, no habiéndose acreditado en autos que el Director Técnico de la firma ha intervenido en lo relativo a la publicación de la publicidad cuestionada, y teniendo en cuenta lo manifestado por el sumariado en este sentido, la Instrucción considera que corresponde



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
ANMAT

DISPOSICIÓN N° 4905

sobreseer al citado profesional de las imputaciones formuladas en el sumario.

Que la Dirección de Asuntos Jurídicos y la ex Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad han tomado la intervención de su competencia.

Que se actúa en función de las facultades conferidas por los Decretos N°1490/92 y 425/10.

Por ello,

EL INTERVENTOR DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL  
DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGÍA MÉDICA

DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Impónese a la firma GARDEN HOUSE S.A., con domicilio constituido en la calle 25 de Mayo 583, 6º piso, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, una multa de PESOS CINCUENTA MIL (\$ 50.000) por haber infringido los puntos 1, 3, 5 y 7 del Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y los puntos 1.1, 1.2, 2.5 y 2.8 incisos a), e) y n) del Anexo IV de la citada disposición.

ARTÍCULO 2º.- Sobreséese al ex Director Técnico de la citada firma, Farmacéutico Horacio Jorge PERAINO, DNI 13.856.829, Mat. 12.436 con domicilio constituido en la calle 25 de Mayo 583, 6º piso, Ciudad Autónoma



Ministerio de Salud  
Secretaría de Políticas,  
Regulación e Institutos  
AN.M.A.T

**DISPOSICIÓN N° 4905**

de Buenos Aires de las imputaciones efectuadas por Disposición ANMAT N° 1285/09.

ARTÍCULO 3º.- Anótese la sanción en el Registro de Infractores del INAL.

ARTÍCULO 4º.- Hágase saber a la firma GARDEN HOUSE S.A. que podrá interponer recurso de apelación por ante la autoridad judicial competente, con expresión concreta de agravios, dentro de los 5 (cinco) días hábiles de habersele notificado el acto administrativo, presentando conjuntamente con el recurso el Formulario para Ingreso de Demandas (previsto en la Acordada CNFCA N° 7/94 inc. 1) y previo pago del 30% de la multa impuesta (conf. artículo 12 de la Ley 18.284); 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 5º.- Notifíquese mediante copia certificada de la presente a la Coordinación de Contabilidad dependiente de la Dirección de Coordinación y Administración, para su registración contable.

ARTÍCULO 6º.- Regístrese; por Mesa de Entradas notifíquese a los interesados a los domicilios indicados, haciéndoles entrega de la copia autenticada de la presente Disposición. Dése al Instituto Nacional de Alimentos y a la Dirección de Asuntos Jurídicos a sus efectos.

EXPEDIENTE N° 1-47-26317-07-0

DISPOSICIÓN N° **4905**

Dr. OTTO A. ORSINGER  
SUB-INTERVENTOR  
A.N.M.A.T.