



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD

**Disposición**

**Número:**

**Referencia:** EX-2024-01222123-APN-DRI#ANMAT

---

VISTO el Expediente Electrónico EX-2024-01222123-APN-DRI#ANMAT del Registro de esta Administración Nacional y;

**CONSIDERANDO:**

Que las actuaciones citadas en el VISTO se iniciaron con motivo de un informe (IF-2021-27714024-APNDRI#ANMAT) del Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales (en adelante PMFP) a raíz de una pieza publicitaria que transcurre en formato de publicidad no tradicional (PNT) televisivo, titularidad de la firma ENERGY GROUP S.R.L., CUIT 30-69796388-6, el cual se encuentra inscripto bajo la categoría “Bebida analcohólica con cafeína y taurina suplementada con biotina. Libre de gluten”.

Que como antecedente resulta oportuno precisar que las actuaciones se inician como resultado del relevamiento de publicidades, en medios masivos de comunicación, realizado por el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales, oportunidad en la cual se detectó la existencia de la publicidad no tradicional (PNT) del producto denominado: “SPEED” elaborado por la empresa ENERGY GROUP S.R.L, el cual se encuentra inscripto bajo la denominación de venta: “Bebida analcohólica con cafeína y taurina suplementada con biotina. Libre de gluten”.

Que con relación a la detección de la pieza publicitaria el PMFP informó que la publicidad objeto del informe, se trata de una pieza publicitaria que transcurre en formato de PNT televisivo, difundido a través del canal América [ARG] el día 26/12/23 a las 23:29hs. Enlace de visualización: [https://www.youtube.com/watch?v=NrqLR6BzpVU&ab\\_channel=Am%C3%A9ricaTV](https://www.youtube.com/watch?v=NrqLR6BzpVU&ab_channel=Am%C3%A9ricaTV)

Que luego, el área técnica analizó la expresión de locución: “Nos tomamos un riquísimo SPEED ahora en la pausa” entendiendo que, en el contexto en cual se produce la difusión de aquella expresión, programa televisivo emitido en prime time, y considerando que la mención es enunciada por una celebridad e influencer como es el Sr. Marcelo Tinelli, a criterio del Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de

Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales, la publicidad cuestionada conllevaría a fomentar el consumo, la compra y/o la elección del producto nombrado que por su formulación se encuentra alcanzado por la Ley de Promoción de Alimentación Saludable, que no permite efectuar este tipo de acción comunicacional.

Que cabe señalar que en noviembre de 2021 se sancionó la Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable la cual se reglamentó a través del Decreto N° 151 del 22 de marzo de 2022; así, la Ley N° 27.642 regula la publicidad, promoción y/o patrocinio de productos alimenticios envasados y bebidas analcohólicas que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína), prohibiendo en su artículo 10° toda forma de publicidad, promoción y/o patrocinio de los alimentos y bebidas analcohólicas envasados, que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína), que esté dirigida especialmente a niños, niñas y adolescentes.

Que en este sentido, el artículo 10° del Anexo I del Decreto N° 151/22, reglamentario de la Ley N° 27.642, expresa que toda publicidad, promoción y/o patrocinio dirigida al público y difundida en medios masivos tradicionales y digitales de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína) quedará bajo la fiscalización y control de la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGÍA MÉDICA, quien dictará las normas complementarias necesarias teniendo en cuenta el medio en que la publicidad se efectúe y sobre la base de los lineamientos establecidos en la Ley N° 27.642.

Que en virtud de lo expuesto, esta Administración Nacional dictó por medio de la DI-2022-6924-APN-ANMAT#MS las disposiciones complementarias referidas a la publicidad, promoción y/o patrocinio dirigida al público y difundida en medios masivos tradicionales y digitales de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína).

Que así, el artículo 1° de la disposición mencionada establece que toda publicidad, promoción y/o patrocinio dirigida al público y difundida en medios masivos tradicionales y digitales de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína), sean nacionales o importados, se regirá por la presente disposición.

Que por su parte, el artículo 2° determina que toda publicidad, promoción y/o patrocinio dirigida al público de los productos mencionados en el artículo 1° de la disposición deberá cumplir con el Anexo I “Normas Generales” de la Disposición ANMAT N° 4980/05, mientras que por el artículo 3° se aprueban las normas específicas que deberá cumplir toda publicidad, promoción y/o patrocinio de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína) difundida en medios tradicionales y digitales incorporadas como Anexo I.

Que el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales analizó el marco normativo vigente en materia de publicidad y consideró que la pieza publicitaria que transcurrió en formato de PNT televisivo debería haber cumplido con lo establecido en la Ley N° 27642: PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE, en el Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y en la Disposición ANMAT N° 6924/22.

Que es por ello que, el PMFP opinó que la firma Energy Group S.R.L. con la publicidad no tradicional observada,

al tener como objeto de publicidad una bebida anhalcohólica habría infringido lo estipulado en el Artículo 10 inc. c) del Capítulo III de la Ley N.º 27642 que dispone que está prohibido toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas analcohólicas envasados, que contengan al menos un (1) sello de advertencia y que esté dirigida especialmente a niños, niñas y adolescentes.

Que el PMFP agregó que dicho artículo en el inciso c) establece en los demás casos de publicidad, promoción y/o patrocinio por cualquier medio, de los alimentos y/o bebidas analcohólicas que contengan al menos un (1) sello de advertencia: c) Tienen prohibido incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos juegos visual-espaciales, descargas digitales, o cualquier otro elemento, como así también la participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales, que contengan al menos un (1) sello de advertencia o leyendas precautorias, según corresponda, que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de éste.

Que por su parte, el PMFP también señaló que la Disposición ANMAT N°4980/05 en su ANEXO I establece que: 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, norma por tanto que también incumpliría.

Que con relación a lo establecido por la Disposición ANMAT N° 6924/22, el PMFP indicó que la publicidad cuestionada infringiría lo siguiente: ANEXO I 2.1.1. Propender al consumo adecuado del producto, presentando sus propiedades objetivamente sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara; 2.1.2. Incluir la denominación de venta y el nombre comercial del producto; 2.1.3. Incluir en su totalidad los sellos de advertencia y/o leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína que correspondan al producto. Los sellos de advertencia y/o las referidas leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína deberán presentarse de forma tal que sean claramente perceptibles para el destinatario y respetar los siguientes requisitos: a) En los medios gráficos tradicionales y digitales deberán insertarse de forma tal que permita su fácil lectura y que contraste con el fondo del anuncio, b) En la vía pública y otros medios similares, deberán guardar una relación de tamaño acorde con el utilizado en la gráfica, debiendo resultar de fácil lectura, c) En el medio oral tradicional o digital, deberán locutarse con un ritmo y velocidad que permita su fácil comprensión, d) En los medios audiovisuales tradicionales y digitales, deberá incluirse en forma visible y mantenerse durante un tiempo que permita su lectura completa; 2.2.3. Incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos juegos visual-espaciales, descargas digitales, o cualquier otro elemento, como así también la participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales, según corresponda, que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de éste; 5) la publicidad no tradicional de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un (1) sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína) deberá cumplir con lo previsto en el Anexo I de la Disposición ANMAT N° 4980/05 y en el presente anexo y será responsabilidad de los titulares de los productos garantizar que el uso del nombre, atributos o mensajes, bajo este medio, sean los adecuados, teniendo en consideración las características particulares de esta modalidad publicitaria.

Que en relación con las acciones llevadas adelante desde el PMFP, es de hacer notar que la empresa ha sido notificada previamente por la utilización de frases similares, conforme surge de los informes: IF-2024-01177384-APN-DRI#ANMAT, IF-2024-01179235-APN-DRI#ANMAT, IF-2024-01183063-APN-DRI#ANMAT, los cuales se detallan a continuación.

Que mediante nota N°244/23 de fecha 20/09, IF-2024-01177384-APN-DRI#ANMAT, el PMFP solicitó a la empresa Energy Group S.R.L. la abstención de la utilización de las siguientes frases: “me voy a tomar un SPEED ahora en la pausa” y “me encanta la bebida energizante más rica del mundo, el speed, líder siempre, nos vamos a tomar un riquísimo speed”.

Que por nota N°248/23 de fecha 21/09, IF-2024-01179235-APN-DRI#ANMAT el PMFP también solicitó a la firma citada la abstención de la utilización de la siguiente frase: “qué rico es un speed, el mejor energizante del mundo, nos tomamos un speed”.

Que mediante nota N°250/23 de fecha 22/09, IF-2024-01183063-APN-DRI#ANMAT, el PMFP reiteró a la empresa que se abstuviera de la utilización de frases tales como: “aguante speed carajo, vamos, me tomo un speed ahora”.

Que el PMFP al no haber recibido respuesta alguna a las notas enviadas con fecha 6/10/23 envió a la firma Energy Group S.R.L. carta documento N° 361097258, documento gedo IF-2024-01189622-APN-DRI#ANMAT.

Que con fecha 12/10/23 la firma ENERGY GROUP S.R.L. envía la siguiente respuesta al correo institucional de esta Administración Nacional: “De mi consideración: En mi carácter de letrada apoderada de la firma Energy Group S.R.L., conforme surge del poder que adjunto, hago saber a Uds. que hemos tomado conocimiento de lo requerido mediante carta documento haciendo saber que no se trataba de una pauta publicitaria con el programa sino que el conductor tiene una relación de amistad con los socios. Sin perjuicio de ello, procederemos de manera inmediata a tomar las medidas necesarias a los fines de dar acabado cumplimiento con lo requerido por Uds. Sin otro particular, saludo a Uds. atentamente.-”, respuesta agregada al presente expediente electrónico por documento gedo IF-2024-01192757-APN-DRI#ANMAT.

Que en respuesta al correo electrónico enviado por la empresa el PMFP mediante nota N°278/23 de fecha 17/10/23, documento gedo IF-2024-01194425-APN-DRI#ANMAT reiteró a la firma que dado el contexto y las características en las cuales se desarrollan las menciones del producto “Speed”, dichas menciones se encontrarían enmarcadas dentro del formato de publicidad indirecta o encubierta e infringiría lo establecido por la normativa vigente en materia publicitaria.

Que de acuerdo con lo establecido en la Resolución (ex) Ms y As N° 20/05 toda publicidad dirigida al público de los productos para la salud está sujeta a la fiscalización posterior a su difusión, siendo la ANMAT la autoridad de aplicación.

Que, por lo tanto, desde el punto de vista sustantivo las irregularidades constatadas configurarían presunta infracción al artículo 10 inc. c) del Capítulo III de la Ley N.º 27642; a la Disposición N° 4980/05 Anexo I apartado 1, 2 y 3 y a la Disposición N° 6924/22 punto 2.1.1; 2.1.2; 2.1.3 a); b); c) y d) y punto 5.

Que en virtud de las atribuciones conferidas por el Decreto N° 1490/92 las medidas aconsejadas por el área técnica actuante resultan ajustadas a derecho.

Que el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales y la Coordinación de Sumarios 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,

LA ADMINISTRADORA NACIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE  
MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGÍA MÉDICA

DISPONE:

ARTÍCULO 1º- Instrúyase sumario sanitario a la firma ENERGY GROUP S.R.L, CUIT 30-69796388-6, con domicilio en la calle Berón de Astrada 679, Ramos Mejía, provincia de Buenos Aires, por el presunto incumplimiento al artículo 10 inciso c) del Capítulo III de la Ley N.º 27642; a la Disposición N° 6924/22 Anexo I puntos 2.1.1; 2.1.2; 2.1.3 incisos a), b), c) y d); 2.2.3 y punto 5 y a la Disposición ANMAT N° 4980/05 Anexo I apartados 1, 2 y 3.

ARTÍCULO 2º- Regístrese. Comuníquese el Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria de la Dirección de Relaciones Institucionales. Dése a la Coordinación de Sumarios a sus efectos.

EX-2024-01222123-APN-DRI#ANMAT