

NOTA DE PRENSA

EL AUJE DE LOS PRODUCTOS MILAGRO SUPONE UN FRAUDE A LOS CONSUMIDORES CADA VEZ MÁS PREOCUPANTE.

Un informe de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), referido a los productos milagro contra la alopecia, pone de relieve que buena parte de estas ofertas incumplen la legislación vigente.

Según AUC, los fabricantes y distribuidores de este tipo de productos de pretendida finalidad sanitaria se aprovechan de la falta de control en su producción (frente a lo que ocurre en el caso de los medicamentos) para "entrar a saco" en el mercado de las ofertas relacionadas con la salud y el bienestar, cada vez más demandadas por los consumidores.

El informe elaborado por AUC, que forma parte de un estudio más general sobre los productos milagro, se ha centrado en las ofertas destinadas a combatir la alopecia, y sus principales conclusiones serán presentadas en el Simposio sobre Publicidad y Pseudociencia organizado por la Sociedad Española de Dermatología y Dermatología Basada en la Evidencia el 5 de Junio en Bilbao.

Dichas conclusiones ponen de relieve muchas de las prácticas ilícitas que caracterizan a este tipo de publicidad, incumpliendo diferentes normas generales y específicas sobre la materia. Entre estos incumplimientos pueden citarse:

- ❖ Presentar los mensajes publicitarios como si fueran informaciones, incumpliendo la obligación de identificabilidad.

- ❖ Utilizar testimonios de profesionales sanitarios o de supuestos consumidores, así como recurrir al argumento de la "venta en farmacias" para dar valor añadido a los productos.
- ❖ Presentar estas ofertas milagrosas como una alternativa a los medicamentos, más baratas y "sin efectos secundarios".
- ❖ Utilizar argumentos exagerados sobre los "maravillosos efectos" de los productos, presentándolos también como válidos para una gran cantidad de problemas físicos y psíquicos. La exageración les lleva igualmente a hablar de productos de "antiguas civilizaciones" o a citar inexistentes universidades y centros de experimentación más o menos exóticos.

El análisis realizado por AUC se refiere a productos actualmente en el mercado como *FolliGRO, Schwanek, Cre-C, Estavital, New Pharma, Nara, Alopecina XT500, Belform, Hair, Grow* o *SAR*.

En las conclusiones del informe, la Asociación pide una actitud más eficaz de la Administración contra este tipo de productos que afronte el problema en origen, controlando con mayor rigor la producción y distribución de este tipo de productos. Asimismo, ha informado de la presentación de diferentes reclamaciones contra los productos estudiados ante los Organismos de Autorregulación y ante las Autoridades Sanitarias.

Para más información: Ángeles Pérez 629 18 36 08