



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

**AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**  
**Conde de Peñalver 52**  
**28006 MADRID**

Madrid, 6 de mayo de 2009

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, de la que es Presidente, viene a presentar, por medio de este escrito y ante el JURADO DE AUTOCONTROL, reclamación contra una campaña de publicidad de la empresa **BIO 3**, en base a las siguientes alegaciones:

### **De hecho**

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC, en adelante) es una asociación, sin ánimo de lucro, inscrita en el Registro de asociaciones de consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios de ámbito estatal.
2. Esta Asociación está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras normas, el Texto Refundido de la Ley 26/84, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y otras leyes complementarias aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre; la Ley 34/88, de 12 de noviembre, General de Publicidad; la Ley 3/91 de Competencia Desleal; la Ley 7/98 sobre condiciones generales de la contratación, y la Ley 25/94 modificada por la Ley 22/99, que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva europea de Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado una publicidad, difundida por televisión y por Internet, del producto denominado **BIO 3 CONTROL DE PESO**, que, a nuestro entender, contravienen la legislación vigente y el propio Código de Autocontrol.
4. En la publicidad identificada se afirma lo siguiente:  
*El secreto **de tener un cuerpo así** está en el 3*  
*1- mantén una dieta equilibrada*  
*2- lleva una vida sana y,*  
*3- toma **BIO 3 control de peso** cada día.*  
*Así **mantendrás la línea cuidando tu salud. BIO 3 control de peso cuida tu línea. De venta en farmacias y centros especializados.***
5. Asimismo, en la página Web de BIO 3 se pueden leer las siguientes afirmaciones sobre el producto:  
*"Beneficios: Indicado como complemento alimenticio en **dietas de control de peso, para problemas de obesidad, sobrepeso y estreñimiento agudo.** Indicado para mantener el peso adecuado y **ayudar a mantener la línea.** Este preparado está **contraindicado** en casos de **obstrucción intestinal, estreñimiento crónico y durante el embarazo. No indicada la ingesta en niños.***

## De derecho

1. La **Ley 34/1988, de 11 de noviembre**, General de Publicidad, señala en su artículo 3 que es ilícita: e) la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes actividades o servicios.
2. El **Reglamento (CE) número 1924/2006** del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, señala en su artículo 13 (Declaraciones de propiedades saludables distintas de las relativas a la reducción del riesgo de enfermedad y al desarrollo y la salud de los niños):
  1. *Las declaraciones de propiedades saludables que describan o se refieran a:*
    - a) *la función de un nutriente o de otra sustancia en el crecimiento, el desarrollo y las funciones corporales, o*
    - b) *las funciones psicológicas y comportamentales, o*
    - c) *sin perjuicio de la Directiva 96/8/CE, **al adelgazamiento, al control de peso, a una disminución de la sensación de hambre, a un aumento de la sensación de saciedad, o a la reducción del aporte energético de la dieta;***  
*y que se indiquen en la lista prevista en el apartado 3 podrán efectuarse, sin someterse al procedimiento de autorización establecido en los artículos 15 a 19, siempre que:*
      - i) *se basen en datos científicos generalmente aceptados, y*
      - ii) *sean bien comprendidas por el consumidor medio.*
  3. El artículo 10.2 del citado Reglamento establece que *Solamente se permitirán las declaraciones de propiedades saludables si se incluye la siguiente información en el etiquetado o, de no existir éste, en la presentación y la publicidad: a) una declaración en la que se indique la importancia de una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable; b) **la cantidad de alimento y el patrón de consumo requeridos para obtener el efecto benéfico declarado;** c) *en su caso, **una declaración dirigida a las personas que deberían evitar el consumo del alimento,** y d) **una advertencia adecuada en relación con los productos que pueden suponer un riesgo para la salud si se consumen en exceso.****
  4. El **Real Decreto 1907/1996**, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, señala en su artículo 1.1 que *Las Autoridades sanitarias y demás órganos competentes en cada caso, de acuerdo con el artículo 27 de la Ley General de Sanidad, las disposiciones especiales aplicables en cada caso y lo establecido en este Real Decreto, controlarán la publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, **adelgazamiento**, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias, para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma.*



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

5. El citado Real Decreto, en su artículo 4 prohíbe ***cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria en los siguientes casos:***  
  
***... 2. Que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad***  
***...6. Que hagan referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia.***
6. Parece claro para esta Asociación que las referencias en la publicidad a que el producto sirve para "el control de peso", para "cuidar tu línea", para "problemas con el sobrepeso o la obesidad", serán comprendidas por un consumidor medio como alegaciones referidas a las propiedades adelgazantes del producto. En caso de que el anunciante no pretendiera dicha interpretación del anuncio, parece claro también que la locución del mismo puede inducir a error al destinatario, con lo que estaríamos ante un caso de publicidad engañosa tal y como es definida por la mencionada Ley 34/1988, de 12 de noviembre, General de Publicidad en su artículo 3 b).
7. Finalmente, tanto el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** como el **Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva de la AAP**, señalan que la publicidad debe respetar la legalidad vigente Y, a mayor abundamiento, que no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor ni ser engañosa.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esta Asociación que declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **BIO 3** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente