

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52-1º D
28006 Madrid

Madrid, a 22 de julio de 2009

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **SUBMINISTRES MEDICS TEJERO**, en base a las siguientes alegaciones:

De hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/1999 que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva conocida como de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado un anuncio en prensa del producto **LA PULSERA DE LA SALUD** distribuido por la empresa **SUBMINISTRES MEDICS TEJERO** que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.

En el citado anuncio se pueden leer afirmaciones como las siguientes: "*La pulsera de la salud. (...). Calmante del dolor por excelencia. Antidolor, ayuda a la concentración, estrés, ansiedad, ideal para la circulación, además de anular las radiaciones nocivas para la salud, creando un clima de bienestar general. (...). De venta en farmacias.*"



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

De derecho

1. La **Ley 34/1988**, de 11 de noviembre, General de Publicidad, señala en su artículo 3 que es *ilícita: b) la publicidad engañosa, e) la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes actividades o servicios*. A su vez, es engañosa *la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor...*
2. El **Real Decreto 1907/1996**, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, incluye en su ámbito de aplicación (artículo 1.1) *aquellos 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 y, en su artículo 4 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:*
 - ...3. Que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previsto en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan.*
 - ...4. Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.*
 - ...12. Que sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.*
 - ...14. Que atribuyan carácter superfluo o pretendan sustituir la utilidad de los medicamentos o productos sanitarios legalmente reconocidos.*
 - ...15. Que atribuyan carácter superfluo o pretendan sustituir la consulta o la intervención de los profesionales sanitarios.*
 - ...16. Y, en general, que atribuyan efectos preventivos o terapéuticos específicos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración Sanitaria del estado.*
3. Por su parte, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente. Y, a mayor abundamiento, señala en sus Normas 4 y 13 que, no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor ni ser engañosa.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **SUBMINISTRES MEDICS TEJERO** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente