



SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

# Informe de Publicidad de Adelgazantes

Departamento de Estudios e Inteligencia  
Enero de 2017

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### Contenido

<b>Resumen</b> .....	3
<b>I. Introducción</b> .....	5
1. <i>Sobrepeso, obesidad y productos adelgazantes</i> .....	5
2. <i>El mercado de productos adelgazantes como "población oculta"</i> .....	6
3. <i>Los denominados "Quemadores de Grasa"</i> .....	9
4. <i>Actuaciones de agencias internacionales de consumo y adelgazantes</i> ...	10
5. <i>Justificación del estudio</i> .....	11
6. <i>Principios que informan la actividad Publicitaria de este mercado.</i> .....	12
7. <i>Regulación específica.</i> .....	13
<b>II. Objetivos</b> .....	17
<b>III. Aspectos metodológicos</b> .....	18
<b>IV. Resultados</b> .....	19
<b>V. Conclusiones y cursos de acción</b> .....	21
1. <i>Conclusiones</i> .....	21
2. <i>Cursos de acción</i> .....	23
<b>VI. Anexo N° 1: Cuadro de resumen de hallazgos por anunciante según Ley N° 19.396 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores</b> .....	26
<b>VII. Anexo N° 2: Análisis individualizado de publicidad objetada por denuncias y oficios</b> .....	27
<b>1. Publicidad objeto de Denuncia:</b> .....	27
a. <b>Farmacias Ahumada</b> .....	27

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

b.	www.chilesuplementos.cl .....	28
c.	www.garcinia.cl .....	31
d.	www.slimpatches.cl .....	34
e.	www.gonutrition.cl .....	36
f.	www.gnc.cl .....	37
g.	www.suples.cl.....	38
<b>2.</b>	<b>Publicidad objeto de Oficios solicitando comprobabilidad .....</b>	<b>39</b>
a.	Farmacias Cruz Verde .....	39
b.	Adelnature (Swiss Nature Labs) .....	40
c.	Farmacias Salcobrand (Vitamin Life) .....	42
d.	www.gnc.cl .....	42
e.	www.nutristore.cl .....	45
f.	www.madretierra.cl .....	46
g.	www.slimrings.cl.....	47
<b>1.</b>	<b>Publicidad a informar mediante Oficio al ISP:.....</b>	<b>48</b>
a.	www.anabólicospremium.cl .....	48
b.	www.dietafitness.cl .....	49
c.	www.nutristore.cl.....	54
<b>VIII.</b>	<b>Anexo N° 3: Listado de productos sin Registro Sanitario .....</b>	<b>55</b>
a.	Animal Cuts.....	55
b.	Burn 60 .....	55
c.	CLA FIT .....	56
d.	Extreme Lean .....	56
e.	Garcinia Cambogia .....	57
f.	Hydroxucut Nextgen .....	57
g.	Hydroxucut Hardcore Elite .....	58
h.	Lipo 6 Black .....	58
i.	Lipo 6 Black .....	59
j.	Lipo 6 CLA 90 caps. ....	59

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

k.	Liquid L-Carnitina 1800 .....	60
l.	Liquid L-Carnitina 3000 .....	60
m.	PS Vanish 90 caps .....	61
n.	Raspberry Keatones 120 caps.....	61
o.	Ripped Extrem .....	62
p.	RoxyLean 60 caps .....	62
q.	Shred Factor 60 caps .....	63
r.	Steel L-Carnitine .....	63
s.	Super HD.....	64
t.	Thermo CLA .....	64
u.	Thermo Fat Hardcore .....	65
v.	Xenadrine .....	65
w.	Xpel 80 Capsulas.....	66
 <b>IX. Anexo N° 4: Nota informativa de Farmacovigilancia del ISP sobre</b>		
<b>“Quemadores de Grasa” .....</b>		<b>67</b>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

**Resumen:** El siguiente informe presenta los resultados del estudio de publicidad de adelgazantes realizado por el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). La importancia de esta investigación radica en que la obesidad y el sobrepeso se constituyen como una pandemia que a nivel mundial causa más muertes que la escasez de alimentos, y Chile es uno de los países más afectados con un 67% de sus habitantes por sobre los parámetros de peso considerados como saludables. Esto, sumando a la aspiración de la perfección física que se identifica con la delgadez, ha generado un amplio espectro de consumidores potenciales y una oportunidad de negocio para aquellos que ofrecen productos que prometen una pérdida sustancial de peso en un corto plazo. Un importante mercado se compone de aquellos que se comercializan bajo la denominación "Quemadores de Grasa", la cual no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que presente una utilidad terapéutica concreta, más aún, la acción terapéutica que difunde la publicidad de éstos constituyen una acción terapéutica propia, para lo cual sólo podría calificar un producto que posea Registro Sanitario en el Instituto de Salud Pública (ISP), de lo contrario significa que no ha demostrado su seguridad y eficacia.

La investigación se aplicó sobre un corpus compuesto por un total de 26 unidades de análisis, entre piezas publicitarias y sitios web: 15 piezas publicitarias (12 difundidas en medios de prensa escrita y 3 en televisión abierta) y 11 sitios web. El levantamiento de piezas publicitarias se realizó entre el 1 al 30 de septiembre del año 2016, mientras que la revisión y registro de la información contenida en los sitios web se efectuó entre el 1 y el 26 de octubre del mismo año. Mediante la metodología de análisis de contenido se verificó el cumplimiento o incumplimiento de cada una de las piezas en relación a lo estipulado en la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC) en materia publicitaria y otros documentos relevantes para los objetivos del estudio, como la Nota de Farmacovigilancia sobre "Quemadores de Grasa" emitida por el ISP el 4 de enero de 2016.

Los resultados arrojaron que de un total de 26 piezas publicitarias y sitios web observados, 16 presentaron hallazgos. Esto significa que el 59,3% de la publicidad analizada presentó, en términos generales, evidencia de falta de información veraz y oportuna sobre la naturaleza, eficacia y seguridad del producto anunciado y/o difusión de información que es susceptible de comprobabilidad, cuestión que ocurre principalmente en la publicidad difundida a través de Internet. Se constató que la mayoría de los productos analizados se publicitan bajo la denominación "Quemadores de Grasas", sin contar con el Registro Sanitario que asegure su eficacia y seguridad, vulnerando la LPC en aspectos como a) el Derecho a una Información Veraz y Oportuna; b) el Derecho a la Seguridad en el Consumo; c) Falta de Información que compruebe la aseveración publicitaria; y d) Publicidad que induce a error o engaño de los consumidores sobre las características relevantes del bien, incurriendo en Publicidad Engañosa. En consecuencia y de acuerdo a sus atribuciones en materia publicitaria, SERNAC denunciará ante la justicia a 7 anunciantes por infringir la LPC; a otros 7 se les solicitará información que compruebe la veracidad de sus aseveraciones publicitarias (incluyendo a algunos anunciantes que serán denunciados); mientras que la información difundida por otros 3 serán puestas a disposición del ISP para el ejercicio de sus atribuciones.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### I. Introducción

#### 1. *Sobrepeso, obesidad y productos adelgazantes*

La obesidad y el sobrepeso, definidas como una acumulación anormal o excesiva de grasa, principalmente producto de una vida sedentaria, una mala alimentación y de dietas poco saludables, constituyen una pandemia que a nivel mundial causan más muertes que la escasez de alimentos.<sup>1</sup>

De acuerdo a cifras de la OMS y la OCDE, Chile es uno de los países con más exceso de peso en el mundo. La Encuesta Nacional de Salud del Ministerio de Salud (MINSAL, 2010), último dato disponible a nivel nacional, estableció que de 67% de los habitantes del país (8.900.000 personas) están sobre los parámetros de peso considerados como saludables.<sup>2</sup>

Desde el mercado, también existe interés por conocer las percepciones y actitudes de los consumidores ante esta realidad. Un estudio del año 2014 señala que 59% de las/os consumidores/as se percibe con sobrepeso y la misma proporción estaría buscando bajar de peso.<sup>3</sup>

Con un amplio espectro de consumidores potenciales, la obesidad y el sobrepeso se presentan como una oportunidad de negocio para los productos de bienestar y salud, en particular, de aquellos que son promocionados a través de mensajes relativos a la eficacia para el aumento sustancial y en corto plazo de la pérdida de peso, más allá de lo que resulte de la restricción calórica (muchos productos de este tipo asocian una dieta a su consumo); la modelación más atractiva del cuerpo; o para la disminución del hambre y las molestias asociadas con dietas restringidas en calorías.

La aspiración por la perfección física ocurre desde tiempos remotos, sin embargo, en la sociedad contemporánea se produce una paradoja: mientras prima el sedentarismo, las personas pasan más de un mes al año (835 horas) sentados

<sup>1</sup> Organización Mundial de la Salud (OMS). Obesidad y Sobrepeso. Nota descriptiva N° 311. Junio de 2016. [www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/](http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/)

<sup>2</sup> <http://www.minsal.gob.cl/portal/url/item/9ad9cbfb71ca4705e04001011e010283.pdf>

<sup>3</sup> Nielsen - Estudio Global de Salud y Bienestar, 3er trimestre 2014 - Chile.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

consumiendo televisión<sup>4</sup>, siendo éste el medio que recibe la mayor inversión publicitaria y por donde se difunden permanentemente a través de la publicidad, imágenes de cuerpos perfectos, atléticos, deseables, con mensajes que prometen la facilidad de alcanzar estos estereotipos, comprando por ejemplo, las píldoras en base a componentes “naturales” que neutralizarán las grasas ingerida o te harán bajar de peso sin ejercicios y sin “efecto rebote”.

### 2. El mercado de productos adelgazantes como “población oculta”

Aun cuando no existen cifras disponibles acerca de la oferta y la demanda en este mercado, la información que circula en los medios de comunicación, evidencia que es un tema relevante.

Por ejemplo, un noticiario de un canal de televisión abierta, consignó el inusual aumento de uso de un fármaco para adelgazar provocando que se agotaran las recetas para psicotrópicos, lo que según el presidente del Colegio de Farmacéuticos de Chile, se debía a que era el ...“fármaco de moda para bajar de peso”<sup>5</sup>; en otro caso, un matinal de un canal de televisión abierta, dedicó cerca de 15 minutos a la “hormona del embarazo que promete bajar rápidamente de peso”<sup>6</sup> hasta 8 kilos en menos de un mes, una sustancia que se encuentra prohibida en EE.UU por la FDA en la década de 1970<sup>7</sup>; una revista de circulación titula uno de sus reportajes con la frase “El boom de las cirugías para adelgazar”<sup>8</sup>; mientras que al “googlear” la frase “adelgazantes Chile” o “adelgazantes”, aparece la oferta de

<sup>4</sup> Consejo Nacional de Televisión. *Anuario estadístico de oferta y consumo de televisión abierta año 2015*. Recuperado de [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

<sup>5</sup> Ahoranoticias, noticiario central de canal de televisión Megavisión. *Inusual aumento de uso de fármaco para adelgazar agota recetas para psicotrópicos*. Recuperado de [www.ahoranoticias.cl/chile/santiago/167292-inusual-aumento-de-uso-de-farmaco-para-adelgazar-agota-recetas-para-psicotropicos.html](http://www.ahoranoticias.cl/chile/santiago/167292-inusual-aumento-de-uso-de-farmaco-para-adelgazar-agota-recetas-para-psicotropicos.html)

<sup>6</sup> Bienvenidos, programa de entretenimiento matinal del canal de televisión Canal 13. *Hormona del embarazo promete hacerte bajar rápidamente de peso*. Recuperado de [www.13.cl/programas/bienvenidos/dietas/hormona-del-embarazo-promete-hacerte-bajar-rapidamente-de-peso](http://www.13.cl/programas/bienvenidos/dietas/hormona-del-embarazo-promete-hacerte-bajar-rapidamente-de-peso). La emisión del programa se realizó apoyándose en un doctor, el cual es además el importador y médico del centro donde se aplica el producto, además, se sustentó en la experiencia y buenos resultados de “famosos”. Ambos elementos cuestionables en este tipo de publicidad por su influencia en el consumidor.

<sup>7</sup> U.S. Food & Drug Administration. *Los productos a base de gonadotropina coriónica humana para adelgazar son ilegales*. Contenido actualizado el 20 de septiembre de 2013, publicado en el sitio [www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm430139.htm](http://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm430139.htm)

<sup>8</sup> *El boom de las cirugías para adelgazar*. Revista Paula. Recuperado de [www.paula.cl/reportajes-y-entrevistas/reportajes/el-boom-de-las-cirugias-para-adelgazar/](http://www.paula.cl/reportajes-y-entrevistas/reportajes/el-boom-de-las-cirugias-para-adelgazar/)

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

numerosos y distintos productos para tales efectos, la mayoría utilizando atractivas frases y promesas que pueden resultar engañosas respecto de sus beneficios. Por ejemplo, en la **Imagen 1**:

### Imagen 1

Resultados de búsqueda utilizando la palabra "Adelgazantes", www.google.cl, octubre de 2016

#### Para Bajar de Peso en Mercado Libre Chile

listado.mercadolibre.cl › Salud y Belleza › Cuidado del Cuerpo ▼

Encuentra Para Bajar de Peso en MercadoLibre Chile. Descubre la mejor forma de comprar online.

#### Los Adelgazantes Más Vendidos - Chile - Supernatural.cl

www.supernatural.cl/detalle.asp?categorialD=4&subcategorialD=103...1100 ▼

Beneficios y consumo. Estos productos pueden tener los siguientes beneficios sobre la salud: Bajar de Peso naturalmente. Quemar grasas. Efecto saciante ...

#### ADELGAZANTES EFECTIVOS - Supernatural.cl

www.supernatural.cl/ADELGAZANTES-EFECTIVOS.asp ▼

Adelgazar sin dietas se puede, es cosa que te lo propongamos, comienza a llevar una vida saludable y sigue los consejos que supernatural.cl tiene para ti.

#### Farmacias Ahumada - Salud - Adelgazantes

www.farmaciasahumada.cl › Home › Cuídate › Saludables todo el año ▼

Los adelgazantes por sí solos no te ayudarán con el sobrepeso. Sólo son el complemento de una vida saludable. No abuses de estos productos y siempre ...

#### Trim Fast Chile | Capsulas Adelgazantes

trimfast.cl/ ▼

Trim Fast ha demostrado ser uno de los mejores productos para la pérdida de peso. Ataca a la grasa e inhibe el apetito. Todo en forma natural. Visitanos!

Visitaste esta página el 15/09/16.

#### Pronamed: Productos Naturales para Adelgazar y Bajar de Peso

www.pronamed.cl › Productos Naturales ▼

Despacho a todo Chile! ... Numerosas investigaciones confirman que el Café Verde tiene propiedades saciantes y adelgazantes (1), siendo cada vez.

#### Adelgazantes Chile Sur | Facebook

https://es-la.facebook.com/Adelgazantes-Chile-Sur-918838278140665/ ▼

Adelgazantes Chile Sur, Temuco. 915 Me gusta · 6 personas están hablando de esto.

Spa/belleza/cuidado personal.

#### Las Mejores Pastillas Para Adelgazar Sin Rebote Que Si Funcionan ...

laguiadelasvitaminas.com › Dietas ▼

Efectos adelgazantes: ... Efectos adelgazantes: ..... ha alguien le sirva mi dato a mi que costaron en

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

Existe una estrecha relación entre el mercado de adelgazantes<sup>9</sup> y la condición de **"población oculta"** de sus concurrentes, es decir, aquel grupo que es de difícil acceso, dada la dificultad de identificación y comportamiento desconocido<sup>10</sup>, producto de la escasa información sobre los proveedores y consumidores de este tipo de productos.

A efectos del objeto de investigación de este estudio, la mayoría de los proveedores no son identificables en los medios tradicionales sobre los cuales se difunde la publicidad, es decir, televisión y diarios de circulación nacional, sino que por Internet, un medio que permite a los proveedores un mayor alcance publicitario a un menor costo y que, además, admite a la vez realizar la transacción comercial directa del producto. Agrega dificultad sobre su identificación, el que en muchos casos se trata de proveedores que no forman parte de las tradicionales cadenas farmacéuticas o de locales comerciales autorizados; y su alta dispersión geográfica. Respecto de los consumidores, existe escasa información sobre sus características, perfiles, y menos sobre su satisfacción con los productos adquiridos, puesto que no reclaman por los caminos formales, ya sea por factores como la vergüenza de exponer públicamente problemas de sobrepeso o la factibilidad de probar el perjuicio.

Sin embargo, en la vida cotidiana es posible observar a muchas personas que "conocen" el producto de moda que ayuda a bajar de peso (muchas veces por la circulación de información de "boca en boca"), otras tantas que alguna vez han comprado este tipo de productos, mientras que muchas otras se encuentran susceptibles y vulnerables a su publicidad. Se trata, entonces, de productos que son adquiridos regularmente por una gran cantidad de consumidores, exponiéndose a riesgos en su salud y a desembolsar dinero por productos que no dicen ser lo que realmente son, ni tampoco cuentan con estudios comprobables sobre su eficacia y seguridad. Tal es el caso de muchos productos conocidos como "quemadores de grasa".

<sup>9</sup> Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, "adelgazante" es aquello que hace adelgazar, y a su vez, adelgazar significa "Disminuir en grosor y generalmente en peso, enflaquecer".

<sup>10</sup> Marpsata, M.; Razafindratsimab, N. (2010). Survey methods for hard-to-reach populations: introduction to the special issue. *Methodological Innovations Online*. Recuperado de <http://mio.sagepub.com/content/5/2/3.1.full.pdf+html>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### 3. Los denominados "Quemadores de Grasa"

Especial atención merecen aquellos productos que se comercializan como "**Quemadores de Grasa**", puesto que *"tal denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta"*, según señala el Instituto de Salud Pública (ISP) en la **Nota Informativa de Farmacovigilancia, publicada el 4 de enero de 2016 en el sitio web de la Institución**<sup>11</sup>. Más aún, en el citado documento se señala que algunos de ellos pueden tener consecuencias negativas para la salud de las personas, alterando el normal funcionamiento del organismo, pudiendo ocasionar problemas de tipo cardiovascular o endocrino, especialmente en aquellas que tienen propensión a ello.

Como señala el ISP en dicha Nota Informativa, los resultados descritos como consecuencia del uso de un "Quemador de Grasa", constituyen una acción terapéutica propia, para lo cual sólo podría calificar un producto que posea registro sanitario. Si un producto alega en su publicidad que su consumo provoca este efecto, pero no cuenta con el respectivo registro, significa que no ha demostrado su eficacia y su seguridad. Más aun con productos promocionados y comercializados en Internet, dado que no cuentan con trazabilidad o condiciones de almacenamiento e incluso pueden estar adulterados.

Este tipo de productos por lo general se consumen como acompañante de ejercicios; sin embargo, en muchos casos se utilizan como medicamentos para solucionar en forma estética (sobrepeso) un problema de salud. Al respecto, el farmacólogo de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile Miguel Morales, señala para un medio de prensa de circulación nacional que *"El 90% de estos productos tiene un efecto marginal en el peso. Es mucho márketing, porque evidencias clínicas de que provoquen una disminución del peso, hasta ahora no*

---

<sup>11</sup> Instituto de Salud Pública (ISPCH), Nota Informativa de Farmacovigilancia "Los productos ofrecidos como "Quemadores de Grasa" en establecimientos no autorizados podrían contener ingredientes peligrosos para la salud", 4 de enero de 2016. Recuperado de [www.ispch.cl/sites/default/files/comunicado/2016/01/Nota%20Informativa%20farmacovigilancia%20-%20quemadores%20de%20grasa.pdf](http://www.ispch.cl/sites/default/files/comunicado/2016/01/Nota%20Informativa%20farmacovigilancia%20-%20quemadores%20de%20grasa.pdf)

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

hay<sup>12</sup>. Respecto de los peligros, el profesional señala que existen ejemplos concretos. Cuenta que el producto "Burn 60" que se comercializa como "quemador de grasa", tiene contraindicación con tratamientos antidepresivos y ansiolíticos. Se trata por tanto, de un tipo de productos que requieren de vigilancia permanente a efectos de detectar infracciones a la normativas tanto sanitarias como para la protección de los consumidores.

#### 4. Actuaciones de agencias internacionales de consumo y adelgazantes

El análisis de la publicidad de productos adelgazantes se realiza en forma permanente por diferentes agencias internacionales en sus respectivas jurisdicciones, por ejemplo:

a) La Federal Trade Commission (FTC), es una agencia independiente del gobierno de los Estados Unidos, cuya misión principal es promover los derechos de los consumidores, en conjunto con la eliminación y prevención de prácticas que atentan contra la libre competencia. El análisis de publicidad de esta clase de productos lo realiza al menos desde el año 2002. En efecto, el estudio denominado "Weight Loss Advertising: an analysis of current trends" de 2002, es uno de los que inaugura la investigación sobre esta materia desde la perspectiva de los derechos de los consumidores, indica que **cuatro de cada diez anuncios de productos para perder peso contienen al menos una afirmación falsa, y cerca del 55% incluye algunas que no pueden demostrarse**, mientras que los consumidores de EE.UU gastan alrededor de \$35 billones de dólares en este tipo de productos<sup>13</sup>. En dicho estudio se afirma que la publicidad de este tipo de productos se ha incrementado dramáticamente entre 1992 y 2002. El estudio concluye que "the use of false or misleading claims in weight-loss advertising is rampant" (el uso de declaraciones falsas o engañosas en la publicidad de pérdida de peso es creciente).

<sup>12</sup> <http://www.lasegunda.com/Noticias/Nacional/2013/07/861806/El-boom-de-las-pildoras-QUEMADORAS-DE-GRASA-Efectos-y-peligros-de-las-pastillas-sin-receta-medica>

<sup>13</sup> <http://news.findlaw.com/hdocs/docs/ftc/902weightlossadsrpt.pdf>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

b) Por otra parte, la agencia gubernamental de medicamentos y alimentos norteamericana, Food and Drug Administration (FDA), también persigue el fraude de este tipo de productos, desde la perspectiva sanitaria, descubriendo que muchos de estos productos contienen sustancias prohibidas (como sibutramina, entre otras). Además, presenta un listado de recomendaciones y realiza actividades de educación dirigidas a los consumidores, como por ejemplo:

“Health Fraud Scams - Don't Let This Happen to You”

<https://www.youtube.com/watch?v=eTGM0sRtk4o>

“Don't Be a Victim (You could lose so much more than weight)”

<https://www.youtube.com/watch?v=j-6QMVgzdsW>.

c) En América Latina existen agencias como PROFECO, en México, que también realiza una supervisión de estos productos:

[http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos\\_05/prod\\_milagro\\_ene05.pdf](http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos_05/prod_milagro_ene05.pdf). En esta publicación se resalta que las conclusiones y líneas de acciones de las diferentes agencias son similares, en especial en lo que se refiere a las frases que resultan engañosa (redactadas más arriba) y la necesidad de su vigilancia permanente.

### 5. *Justificación del estudio*

Durante el periodo que va entre el fin de las fiestas patrias y el comienzo del verano, surge la inquietud de las personas por la necesidad de bajar “esos kilos de más” que se han adquirido durante el año, y en especial en las celebraciones de septiembre, a lo que el mercado responde con diversas ofertas de productos que prometen adelgazar “rápido y sin esfuerzos” y que no cuentan con estudios serios sobre su efectividad y seguridad.

La publicidad de estos productos instala creencias falsas sobre la posibilidad de bajar de peso de manera rápida y milagrosa por medio del consumo de productos que no son lo que dicen ser y/o no sirven para lo que declaran ser útiles,

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

más aún, cuando no cuentan con Registro Sanitario en el ISP, impidiendo al usuario comprobar su eficacia y seguridad.

En este contexto, este estudio pretende llevar a cabo distintas acciones, en los siguientes ámbitos:

- En el ámbito de la protección, permitirá describir y detectar las principales infracciones a la LPC en este mercado, además de vigilar una publicidad que presenta un importante volumen, sobre todo en Internet.

- En el ámbito de la seguridad, comunicar a los consumidores y a las autoridades sanitarias, sobre aquellos productos publicitados con determinadas propiedades adelgazantes que no cuentan con el Registro Sanitario correspondiente y que por tanto no aseguran eficacia ni seguridad en su consumo.

- En el ámbito de la información, este estudio persigue informar a los consumidores sobre las formas de comunicación engañosa en el mercado de productos adelgazantes, promoviendo una conducta de consumo racional y responsable.

### 6. Principios que informan la actividad Publicitaria de este mercado.

Los principios sobre los que se sostiene el estudio son:

- **Principio de Veracidad**, en virtud del cual se debe dar cumplimiento al carácter veraz establecido en el artículo 3 inciso 1º letra b) de la Ley N° 19.496; Derecho a la Información Veraz y Oportuna, evitando así incurrir en las conductas a que hace referencia el Artículo 28 letra a) a f), que establece los tipos de publicidad falsa o engañosa.
- **Principio de Comprobabilidad**, el cual exige, estar en condiciones de poder comprobar las afirmaciones publicitarias realizadas en una determinada campaña. Este principio está consagrado en el Artículo 33 de la LPC que señala: "La información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o a engaño”.

- **Principio de Disponibilidad y Acceso a la Información**, según este principio la información relativa a los bienes o servicios publicitados debe estar disponible para los consumidores, siendo ésta de fácil acceso, tanto respecto de las características propias de los mismos como respecto de su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes. Este principio, enunciado en el artículo 3 inciso 1º letra b) de la LPC, como el Derecho a una información veraz y oportuna sobre bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes.
- **Principio de Autenticidad**, obliga a que la publicidad debe ser fácilmente identificable como tal distinguiéndose claramente de informaciones noticiosas o de formato de programas en estudio con algún grado de publicidad encubierta. El sustento de este principio se encuentra en la misma definición de publicidad en cuanto ésta debe cumplir con un carácter explícito de información.

### 7. Regulación específica.

Si bien el estudio se enmarca en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, es importante tener en consideración para los efectos de este análisis, la normativa específica sobre la materia, particularmente el Decreto Supremo N° 3, de 2010, del Ministerio de Salud, que aprueba el “Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano”, establece que se entenderán comprendidos dentro de las "especialidades farmacéuticas", de conformidad a lo dispuesto en el artículo 17, *“cualquier otro producto que se rotule, anuncie o atribuya por cualquier medio, con propiedades terapéuticas, sean éstas curativas, de atenuación, tratamiento, diagnóstico o prevención de las enfermedades o sus síntomas, o para modificar sistemas fisiológicos o el estado mental en beneficio de la persona a quien le es administrado, y que no sean clasificables en ninguna de las categorías anteriores”*. Es decir, serían "productos farmacéuticos o medicamentos" los productos que se

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

atribuyan propiedades terapéuticas, encontrándose sometidos a registro sanitario y a toda la regulación que impone dicho Reglamento.

El Instituto de Salud Pública, es la autoridad encargada del control sanitario de los productos farmacéuticos. Por tanto, si se anuncian supuestas propiedades terapéuticas sin que se hayan demostrado para los componentes declarados ni comprobado su calidad, seguridad y eficacia, por no tener registro sanitario, es posible que su consumo implique un riesgo para la salud.

Además, se debe tener en consideración lo dispuesto en el **Decreto N° 3, Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano, artículos 7, 8, 18 y 20**, a saber:

- ✓ **"Artículo 7º.- Producto farmacéutico o medicamento es cualquier sustancia, natural o sintética, o mezcla de ellas, que se destine al ser humano con fines de curación, atenuación, tratamiento, prevención o diagnóstico de las enfermedades o sus síntomas, para modificar sistemas fisiológicos o el estado mental en beneficio de la persona a quien le es administrado.**

*Se consideran productos farmacéuticos las materias primas activas, los preparados farmacéuticos, las especialidades farmacéuticas y los medicamentos herbarios tradicionales.*

- ✓ **Artículo 8º.- Corresponderá al Instituto determinar, mediante resolución fundada, el régimen de control que corresponda aplicar a todos aquellos productos que se atribuyan o posean algunas de las propiedades señaladas en el artículo anterior y se rotulen o anuncien como alimentos, siendo vinculante lo resuelto tanto a aquellos productos que deseen ser distribuidos y expendidos por primera vez, como a aquellos que se encuentren en circulación.**

*La determinación del régimen de control a aplicar, podrá ser realizada de oficio o a petición de particulares u otros órganos públicos que en el ejercicio de sus actividades fiscalizadoras detecten productos en las condiciones señaladas en el inciso primero de este artículo.*

*Para la determinación del régimen de control aplicable solicitado por las SEREMI, éstas remitirán al Instituto un informe técnico y copia de todos los*

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

*antecedentes que obren en su poder, así como también, cuando proceda, los resultados de sus actividades inspectivas y fiscalizadoras.*

*Si el Instituto determina que el régimen de control a aplicar es el propio de un producto farmacéutico, la resolución que así lo determine se publicará en el Diario Oficial y se notificará al interesado con el fin de que solicite su registro sanitario, aportando los antecedentes que el caso requiera, conforme a su categoría o clasificación, lo que será aplicable a todos aquellos productos que tengan los componentes a los cuales se le ha atribuido actividad terapéutica.*

***Desde la comunicación mencionada en el inciso anterior y mientras no se obtenga el registro sanitario para el producto, que ha sido catalogado como producto farmacéutico, éste deberá ser retirado del mercado por parte de quien lo distribuyó o expendió, sin perjuicio de las responsabilidades sanitarias a que ello diere lugar. Lo dispuesto también será aplicable al resto de los productos que contengan el o los componentes declarados como propios de un producto farmacéutico.***

*En el evento que el Instituto determine que el régimen de control a aplicar no corresponde al de un producto farmacéutico, remitirá los antecedentes conjuntamente a un informe técnico que funde su evaluación al Ministerio para su revisión”.*

- ✓ ***Artículo 18º.- El registro sanitario de una especialidad farmacéutica consiste en un proceso de evaluación y estudio sistemático de sus propiedades farmacéuticas, farmacológicas, toxicológicas y clínicas, DESTINADO A VERIFICAR SU CALIDAD, SEGURIDAD Y EFICACIA, que se traduce en una inscripción en un rol especial con numeración correlativa que mantiene el Instituto, que habilita y autoriza su distribución y uso en el país.***

*El registro sanitario no exime a su titular o usuario a cualquier título, de la obligación de dar cumplimiento a las demás disposiciones legales o reglamentarias que regulan la comercialización de dichos productos.*

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

*El registro sanitario podrá ser solicitado por cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjera debidamente representada y domiciliada en Chile.*

- ✓ *Artículo 20º.- Todo producto farmacéutico importado o fabricado en el país, para ser distribuido o utilizado a cualquier título en el territorio nacional **deberá contar previamente con registro sanitario.***

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### II. Objetivos

#### *Objetivo general*

Analizar la información contenida en la publicidad comercial de productos adelgazantes, difundida en medios de prensa escrita de circulación nacional, televisión abierta y sitios web.

#### *Objetivos específicos*

1. Vigilar el cumplimiento de las normas en materia de publicidad, establecidas en la Ley N° 19.496, y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC<sup>14</sup>;
2. Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en la publicidad analizada; y,
3. Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias a las normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y demás normativa contenida en la regulación sectorial.
4. Informar a los/as consumidores/as sobre productos que no han demostrado su eficacia y seguridad para producir los efectos publicitados, promoviendo un consumo responsable e informado.

<sup>14</sup> <http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### III. Aspectos metodológicos

**Metodología.** Análisis de contenido.

**Unidad de Análisis.** Sitios web y piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta que difunden este tipo de publicidad.

**El periodo de levantamiento de información.** El levantamiento de piezas publicitarias divulgadas en prensa escrita y televisión abierta, se realizó entre el 1 al 30 de septiembre del año 2016. La revisión y registro de la información contenida en los sitios web se realizó entre el 1 y el 26 de octubre del 2016.

**Selección de sitios web y piezas publicitarias.** El corpus seleccionado se compone de un total de 26 unidades de análisis, entre piezas publicitarias y sitios web: 15 piezas publicitarias (12 difundidas en medios de prensa escrita y 3 en televisión abierta) y 11 sitios web.

**Anunciantes incluidos en el estudio.** La publicidad incluida en el estudio fue difundida por un total de 16 anunciantes:

- |  |                        |
|--|------------------------|
| 1. All Nutrition                       | 9. www.garcinia.cl     |
| 2. Farmacias Ahumada                   | 10. www.gnc.cl         |
| 3. Farmacias Cruz Verde                | 11. www.gonutrition.cl |
| 4. Farmacias Salcobrand (Vitamin Life) | 12. www.madretierra.cl |
| 5. Swiss Nature Labs                   | 13. www.nutristore.cl  |
| 6. www.anabolicospremiumchile.cl       | 14. www.slimpatches.cl |
| 7. www.chilesuplementos.cl             | 15. www.slimrings.cl   |
| 8. www.dietafitness.cl                 | 16. www.suples.cl      |

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

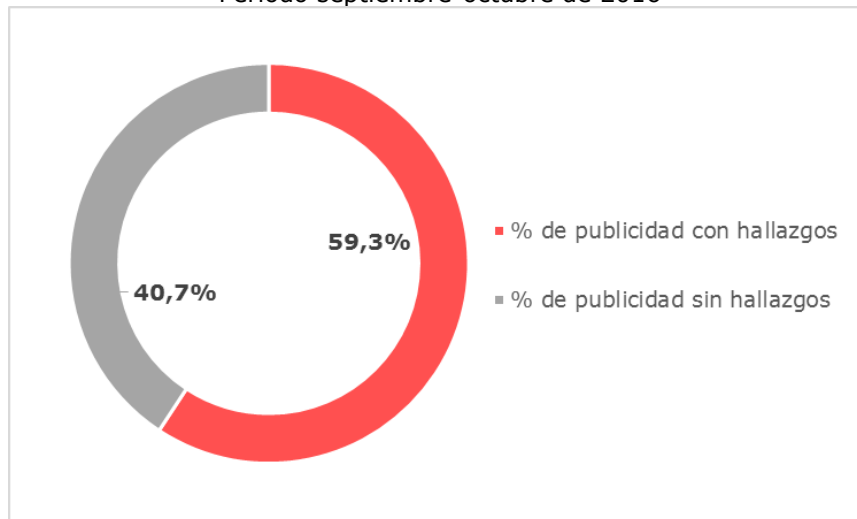
## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### IV. Resultados

Los resultados del estudio muestran que la publicidad de Productos Adelgazantes incluida en el estudio presentó un alto número de hallazgos que involucran a casi la totalidad de los anunciantes (15 de 16 anunciantes incluidos en el estudio). De un total de 26 piezas publicitarias y sitios web observados, 16 presentaron hallazgos. Esto significa que el 59,3% de la publicidad analizada presentó, en términos generales, evidencia de falta de información veraz y oportuna sobre la naturaleza, eficacia y seguridad del producto anunciado y/o difusión de información que es susceptible de comprobabilidad, lo que ocurre principalmente en la publicidad difundida a través de Internet.

**Gráfico 1**

Porcentaje de hallazgos sobre la publicidad de adelgazantes en estudio  
Periodo septiembre-octubre de 2016



Fuente: Sernac

Un dato importante en relación a los resultados del estudio, es que la totalidad de los anunciantes difundió al menos una publicidad de productos adelgazantes con hallazgos. Que exista publicidad sin hallazgos y la totalidad de los anunciantes objetados, se explica porque algunos anunciantes emitieron más de una pieza publicitaria, algunas de las cuales no presentaron objeciones.

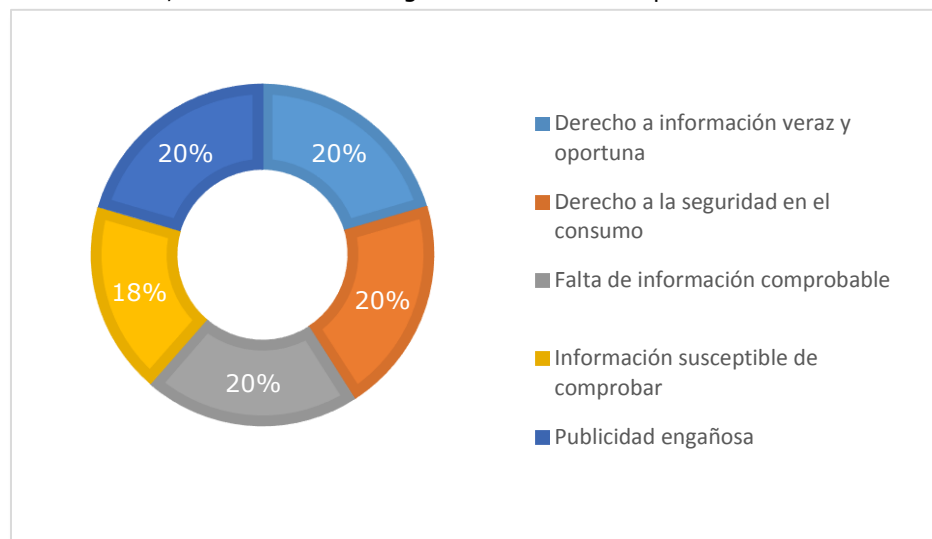
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

Respecto de la distribución de los hallazgos en relación al cumplimiento de lo dictado en la Ley N° 19.496 sobre protección de los Derechos de los Consumidores en materia publicitaria, se observó que la mayoría de los productos analizados se publicitan bajo la denominación "Quemadores de Grasas", lo cual, sin contar con el Registro Sanitario que asegure su eficacia y seguridad, afecta la normativa antes señalada en aspectos como a) el Derecho a una Información Veraz y Oportuna; b) el Derecho a la Seguridad en el Consumo; c) Falta de Información que compruebe la aseveración publicitaria; d) Publicidad que induce a error o engaño de los consumidores sobre las características relevantes del bien, incurriendo en Publicidad Engañosa. En menor medida, la publicidad difunde información y aseveraciones sobre el producto que son susceptibles de comprobabilidad por parte del anunciante. La distribución de las observaciones es la siguiente:

**Gráfico 1**

Distribución de hallazgos en base a Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, Publicidad de Adelgazantes. Periodo septiembre-octubre de 2016



Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### V. Conclusiones y cursos de acción

#### 1. Conclusiones

A continuación se presentan una serie de conclusiones para la caracterización de este tipo de publicidad. Luego, en función de los resultados, se da cuenta sobre los cursos administrativos y/o jurídicos a seguir por el Servicio Nacional del Consumidor para la protección, información y seguridad de los consumidores en este mercado.

En términos generales, las conclusiones sobre este tipo de productos son tres:

**I. la publicidad de adelgazantes analizada en el periodo de estudio, presentó evidencia que da cuenta de una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en los siguientes aspectos:**

- 1. Derecho a información veraz y oportuna.** Los productos difundidos y comercializados como "Quemadores de Grasa" que no poseen Registro Sanitario no encuentran asegurada su eficacia y seguridad, información relevante del producto ofrecido que los consumidores tienen derecho a conocer.
- 2. Derecho a la seguridad en el consumo.** La Nota Informativa citada en el presente estudio, señala que los productos denominados "Quemadores de Grasa" señala que éstos "...pueden alterar el normal funcionamiento del organismo en varios niveles, especialmente cardiovascular y endocrino, lo que podría derivar en riesgo para la salud de las personas, sobre todo si tiene predisposición a sufrir este tipo de problemas". Los anunciantes que, sin contar con el Registro Sanitario respectivo, vulneran el derecho a la seguridad en el consumo, puesto que no es posible asegurar la eficacia y seguridad del producto ofrecido.
- 3. Falta de comprobabilidad.** Al no poseer registro sanitario, significa que el producto no encuentra asegurada su seguridad ni eficacia, incurriendo en una la falta de comprobabilidad de la información publicitada.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

- 4. Publicidad engañosa.** En consecuencia, al no ser comprobable las propiedades de un producto denominado “Quemador de Grasa”, el anunciante comete el acto de publicidad engañosa, dado que el mensaje induce a error o engaño a los consumidores en cuanto a las características relevantes del bien, destacadas por el anunciante pero que no han sido comprobadas.

Se detectó en algunos casos, publicidad de productos supuestamente adelgazantes, que inducen a error o engaño a los consumidores en relación a sus beneficios y/o efectos terapéuticos. Esto es posible de constatar por la falta de información que permita verificar lo afirmado aun cuando indiquen que se encuentran, por ejemplo, “respaldados científicamente” o vía “testimonial”.

**II. Este tipo de productos es comercializados en establecimientos formales, sobre los cuales el consumidor se encuentra protegido; sin embargo, se observa también una alta informalidad en la venta de este tipo de productos, sobre todo en Internet.**

Se detectaron tres tipos de proveedores de estos productos:

1. Cadenas farmacéuticas.
2. Locales especializados que difunden y/o comercializan sus productos por Internet, que cuentan con tienda física o posibilidad de identificación.
3. Proveedores que difunden y/o comercializan por Internet, de los cuales no es posible conocer la identidad del proveedor

**III. Este tipo de productos debe ser consumido responsablemente, puesto que pueden aparejar problemas a la salud y fraude, en particular en el comercio informal, en el cual los consumidores se encuentran desprotegido.**

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### 2. Cursos de acción

**Como consecuencia SERNAC denunciará por Publicidad Engañosa y/o Falta de Información Veraz y Oportuna a 7 anunciantes; solicitará a 5 anunciantes la comprobabilidad de su información publicitaria; y, se oficiará al ISP respecto de 3 sitios web que comercializan productos de este tipo, que pueden ser peligrosos para la población.**

#### 1. Denuncia:

- **Farmacias Ahumada:** El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.
- **[www.chilesuplementos.cl](http://www.chilesuplementos.cl):** El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.
- **[www.garcinia.cl](http://www.garcinia.cl):** El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.
- **[www.slimpatches.cl](http://www.slimpatches.cl):** El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

- [www.gonutrition.cl](http://www.gonutrition.cl): El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.
- [www.gnc.cl](http://www.gnc.cl): El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.
- [www.suples.cl](http://www.suples.cl): El anunciante será denunciado por evidenciar una vulneración de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en relación al Derecho a Información Veraz y Oportuna sobre los productos bajo la denominación "Quemadores de Grasa"; afectar el Derecho a la Seguridad en el Consumo; Falta de Comprobabilidad; y, Publicidad Engañosa.

### 2. Envío de oficios solicitando comprobabilidad de la información:

- **Farmacias Cruz Verde:** Se solicitará la comprobabilidad de los beneficios del producto "Aceite de Coco".
- **Farmacias Salcobrand:** Se solicitará comprobabilidad respecto de los beneficios del producto Slim UP.
- [www.gnc.cl](http://www.gnc.cl): Se solicitará comprobabilidad de los beneficios de los productos Chitosan con Glucamman; Lean Shake; Thermo CLA; Premium CLA Complex; y, Extrem Lean.
- [www.slimrings.cl](http://www.slimrings.cl): Se solicitará la comprobabilidad de los beneficios del producto Slim Rings.
- [www.madretierra.cl](http://www.madretierra.cl): Se oficiará al ISP entregando la información recopilada respecto de los adelgazantes difundidos en el sitio mencionado.
- [www.nutristore.cl](http://www.nutristore.cl): Se solicitará la comprobabilidad de los beneficios del producto "HCG 1234".

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

- **Swiss Nature Labs:** Se solicitará la comprobabilidad de los beneficios del producto ADELNATUR.

**3. Envío de antecedentes al ISP:** En dos sitios web se constató la promoción y comercialización de productos bajo la denominación “Quemadores de Grasa”. Ante la falta de información sobre la identidad de la empresa, se remitirán los antecedentes al ISP para los efectos de sus atribuciones.

- [www.anabolicospremiumchile.cl](http://www.anabolicospremiumchile.cl). Se oficiará al ISP entregando la información recopilada respecto de los “quemadores de grasa” difundidos en el sitio mencionado.
- [www.dietafitness.cl](http://www.dietafitness.cl). Se oficiará al ISP entregando la información recopilada respecto de los “quemadores de grasa” difundidos en el sitio mencionado.
- [www.nutristore.cl](http://www.nutristore.cl). Se oficiará al ISP entregando la información recopilada respecto de los “quemadores de grasa” difundidos en el sitio mencionado.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### VI. Anexo N° 1: Cuadro de resumen de hallazgos por anunciante según Ley N° 19.396 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores

**Cuadro 1**

Hallazgos en publicidad de adelgazantes en relación a la Ley N° 19.496 y las acciones a seguir por parte de SERNAC

Anunciantes	Derecho a información veraz y oportuna Art. 3 Letra b)	Derecho a la seguridad en el consumo Art. 3 Letra d)	Falta de información comprobable Art. 33	Información susceptible de comprobabilidad Art. 33	Publicidad engañosa 28 Letra c)	Acciones a seguir		
						Denuncia	Oficio solicitando comprobabilidad	Oficio informando a ISP
1. Farmacias Ahumada	X	X	X		X			
2. Farmacias Cruz Verde				X			X	
3. Farmacias Salcobrand (Vitamin Life)				X			X	
4. Swiss Nature Labs (Adelnatur)				X			X	
5. www.anabolicospremiumchile.cl	X	X	X		X			X
6. www.chilesuplementos.cl	X	X	X		X	X		
7. www.dietafitness.cl	X	X	X		X			X
8. www.garcinia.cl	X	X	X		X	X		
9. www.gnc.cl	X	X	X	X	X	X	X	
10. www.gonutrition.cl	X	X	X		X	X		
11. www.madretierra.cl				X			X	
12. www.nutristore.cl				X			X	X
13. www.slimpatches.cl	X	X	X		X	X		
14. www.slimrings.cl				X			X	
15. www.suples.cl	X	X	X		X	X		

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### VII. Anexo N° 2: Análisis individualizado de publicidad objetada por denuncias y oficios.

#### 1. Publicidad objeto de Denuncia:

##### a. Farmacias Ahumada

Medio: El Mercurio

Fecha de difusión: 07-09-2016



**Observaciones:** Se observa en la publicidad falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza del producto. Los productos bajo la denominación "Quemadores", la cual corresponde a aquellos tipos de productos definidos por el ISP en la Nota Informativa de Farmacovigilancia del 4 de enero de 2016 sobre "Quemadores de Grasa". El efecto descrito como "Quemador de grasa", refleja una acción para lo cual sólo podría calificar un producto que posea registro sanitario. Si algún producto aduce este efecto y no cuenta con el respectivo registro, significa que no ha demostrado su eficacia y seguridad. Al respecto, la publicidad presenta los siguientes productos, ninguno de los cuales cuenta con Registro Sanitario en el ISP (ver Anexo N° 3):

1. Thermo CLA. No se evidencia Registro Sanitario.
2. Ripped Extrem. No se evidencia Registro Sanitario.
3. Extreme Lean. No se evidencia Registro Sanitario.
4. Xenadrine. No se evidencia Registro Sanitario.
5. Burn 60. No se evidencia Registro Sanitario.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### b. [www.chilesuplementos.cl](http://www.chilesuplementos.cl)

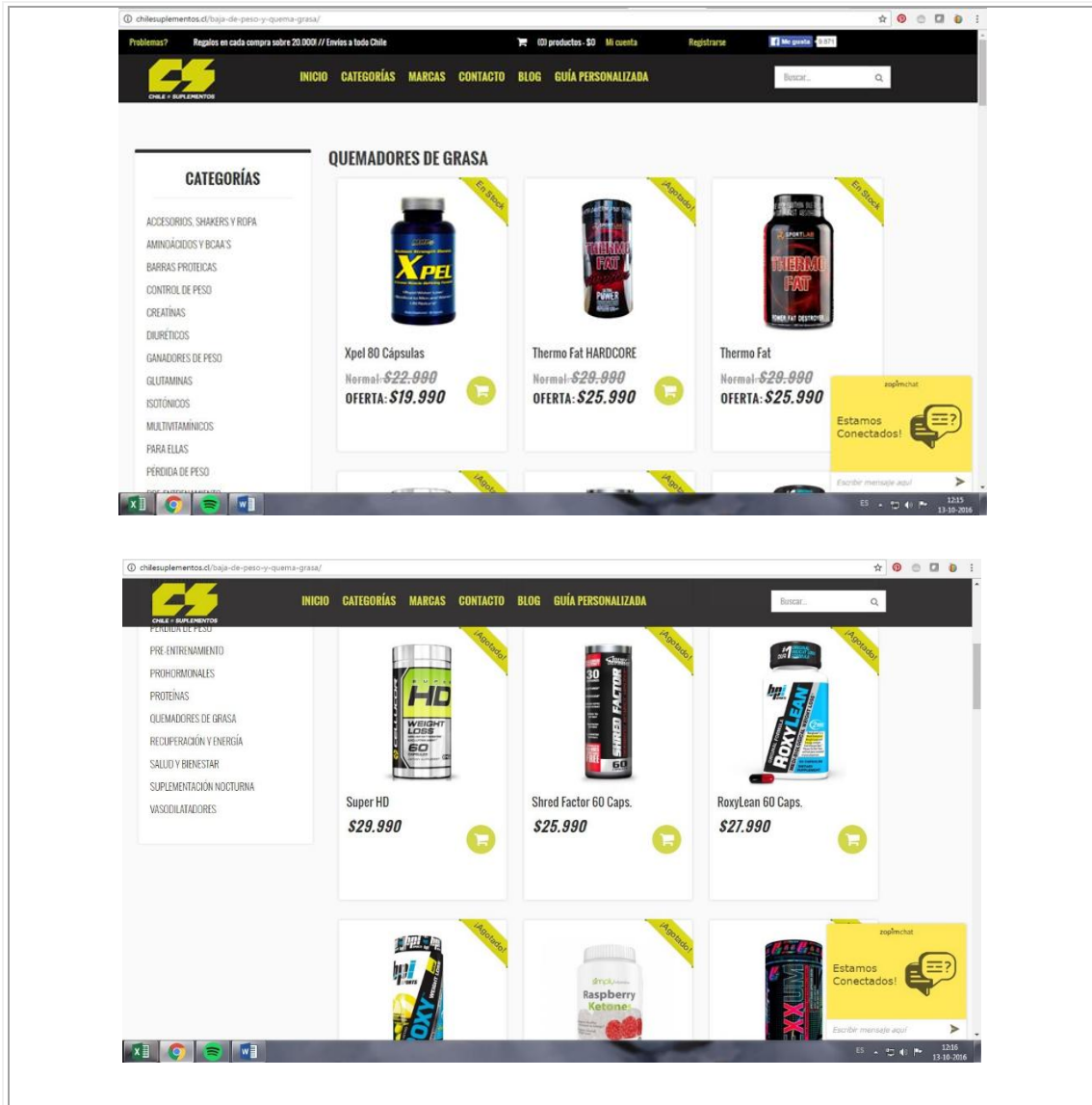
**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza de 11 productos bajo el título "Baja de peso quemadores de grasa". Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. Ninguno de los 11 productos promocionados está en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentran demostradas su eficacia y su seguridad:

1. Xpel 80 Capsulas
2. Thermo Fat Hardcore
3. Super HD
4. Shred Factor 60 caps
5. RoxyLean 60 caps
6. Spirulina 500 mg 180 tabs
7. Raspberry Keatones 120 caps
8. PS Vanish 90 caps
9. Liquid L-Carnitina 3000
10. Liquid L-Carnitina 1800
11. Lipo 6 CLA 90 caps



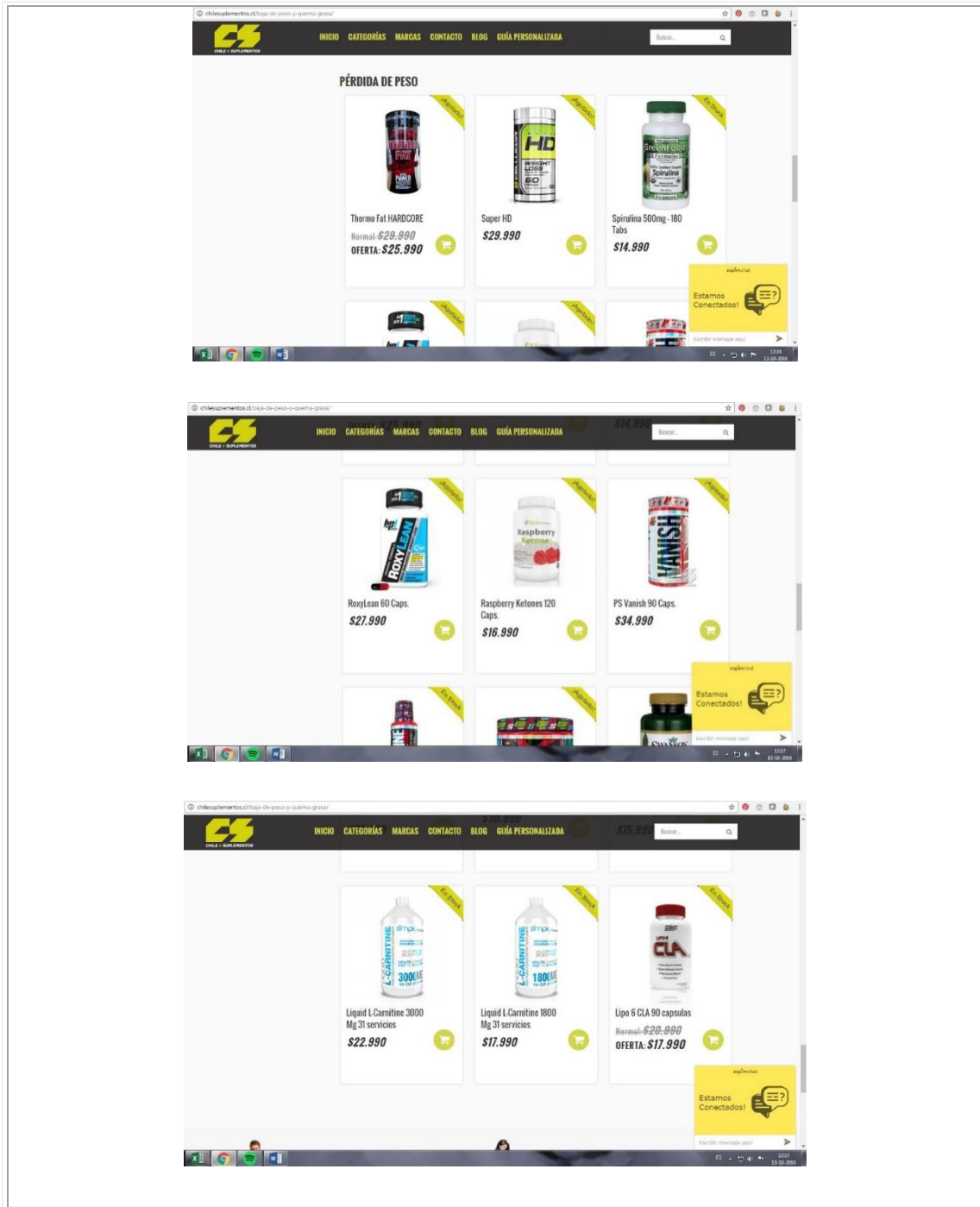
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

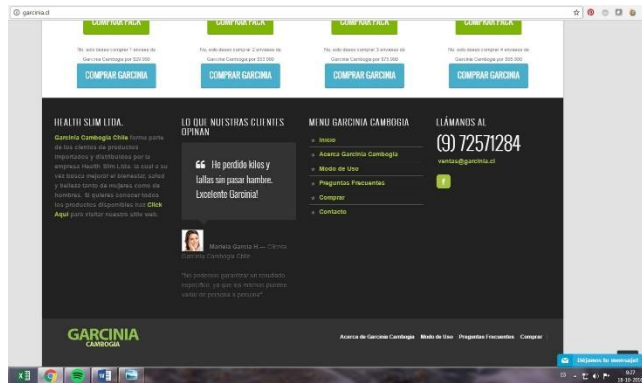


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### c. [www.garcinia.cl](http://www.garcinia.cl)

**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza del producto Garcinia Cambogia bajo el título "*Quemadores de grasa potente y natural*". Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. El producto promocionado no está inscrito en el Registro Sanitario del ISPCH, por tanto, no se encuentran demostradas su eficacia y su seguridad. Dentro de los beneficios que señala se observa que describen el producto como "*...Un destructor de grasas revolucionario, permite perder grasa y bajar kilos de forma pasiva sin dietas ni ejercicios. Permite perder peso mediante el bloqueo de las grasas y la supresión del apetito. Garcinia Cambogia sin duda un eficaz tratamiento a la hora de bajar los Kilos demás (...)* Dentro de los muchos beneficios que encontramos en la Garcinia Cambogia, podemos destacar los siguientes: *disminución del Peso Corporal. Disminución de las Células Grasas o Tejido Adiposo. Rápida Pérdida de Peso. Disminución de la Ansiedad y Ganas de Ingerir Azúcar. Facilita la Digestión. Reducción del Colesterol. Acelera el Gasto Calórico. Potente Anti Oxidante.*"



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

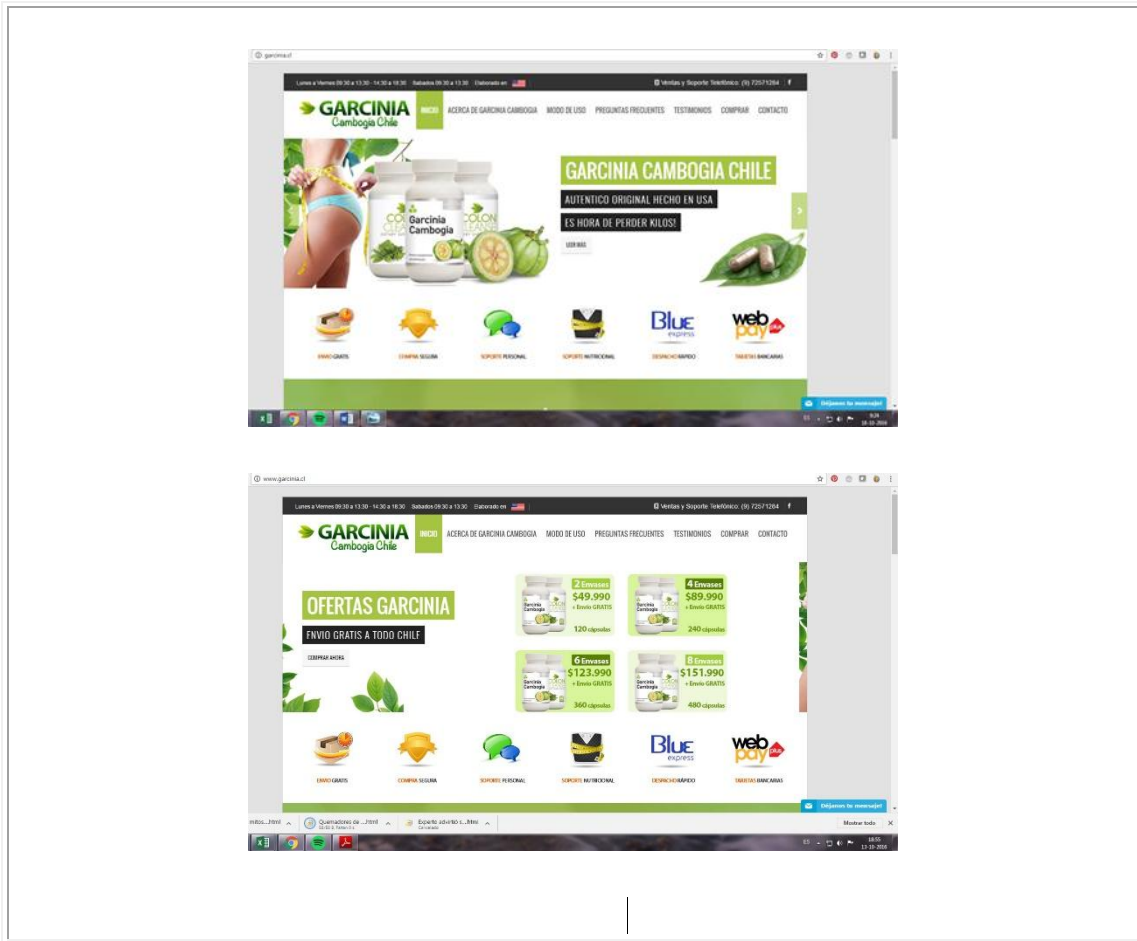


The screenshots show the following content:

- Top Screenshot:** A grid of four product packages (Garcinia Cambogia Colon Limpador) with prices: \$49.900, \$59.900, \$123.900, and \$159.900. Each package includes 120 capsules, 1-4 envelopes, and 3-4 months of treatment.
- Middle Screenshot:** A page titled "LOS EFECTOS ADELGAZANTES" and "BENEFICIOS DE LA GARCINIA CAMBOGIA". It lists benefits such as "Reducción del Peso Corporal", "Reducción de las Células Grasas", and "Facilita la Digestión". It also features a "TODAS LAS FORMAS DE PAGO + ENVIO GRATIS A DOMICILIO" section with logos for various payment methods and a "22 METODOS DE PAGO" badge.
- Bottom Screenshot:** A promotional banner stating "YA DISPONIBLE EN CHILE LA AUTÉNTICA GARCINIA CAMBOGIA. CONTIENE 60% HCA, HECHA EN ESTADOS UNIDOS". Below it, a woman is shown holding a green fruit, with a product jar and more fruit nearby. The text describes the product as a "GARCINIA CAMBOGIA QUEMADOR DE GRASAS POTENTE Y NATURAL".

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### d. [www.slimpatches.cl](http://www.slimpatches.cl)

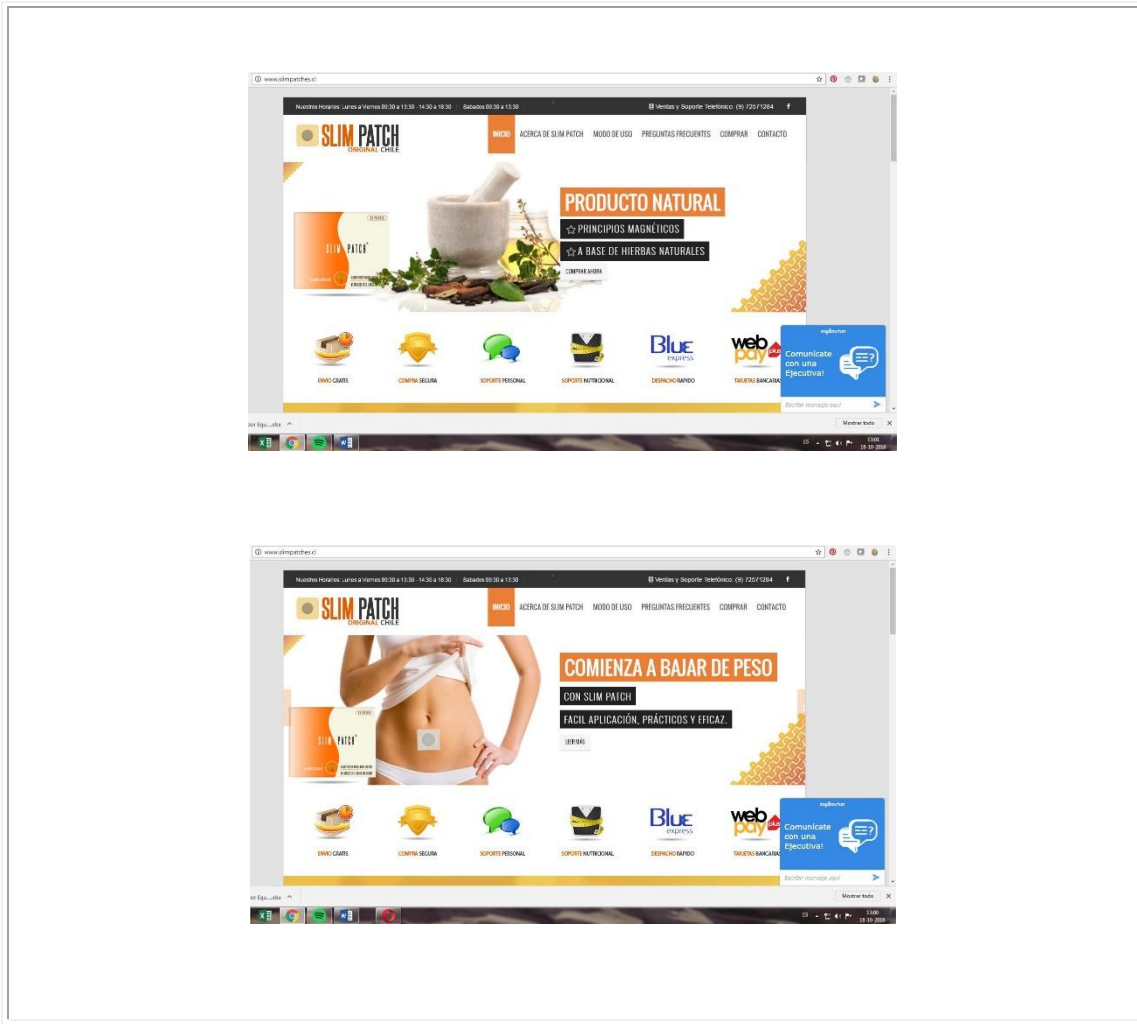
**Observaciones:** La información contenida en el sitio web puede inducir a error o engaño de los consumidores respecto de las propiedades declaradas del producto promocionado (parches adelgazantes), dado que de acuerdo al ISPCH se trata de un Producto Farmacéutico y que para demostrar su eficacia y seguridad, debe incluirse en el Registro Sanitario del ISP, cuestión que no sucede a la fecha y por tanto no puede ser comercializado.<sup>15</sup> Dentro de las frases observadas se encuentran las siguientes: "Slim Patch posee principios activos de hierbas naturales y propiedades biomagnéticas, funciona como motor gastrointestinal para limpiar el cuerpo de desperdicios y grasa, y así ayudar a adelgazar el cuerpo. Los cambios de verán a partir desde la primera semana, y en menos de un mes te verás y sentirás mucho mejor. Sin efectos secundarios. Olvídate del rebote. Una de las características y si no es la más importante de este sistema es que no hay que hacer dietas para perder peso. Para muchas personas con sobrepeso y obesidad la ansiedad es el enemigo más importante de cualquier plan adelgazante. Esta es una de las razones por la que los parches se han dado a conocer de una manera exitosa, pues inhiben tu apetito y reducen considerablemente la ansiedad".



<sup>15</sup> [http://www.ispch.cl/sites/default/files/resolucion/2015/03/Resolucion\\_exenta\\_709.pdf](http://www.ispch.cl/sites/default/files/resolucion/2015/03/Resolucion_exenta_709.pdf)

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



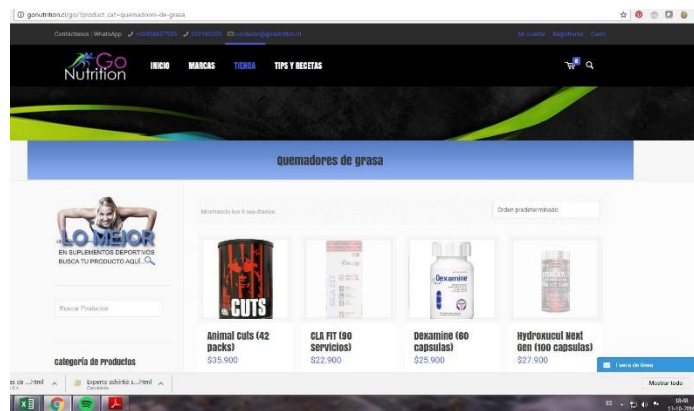
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### e. [www.gonutrition.cl](http://www.gonutrition.cl)

**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza de los productos bajo el título "Quemadores de grasa". Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. Los productos promocionados no están inscritos en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentran demostradas su eficacia y su seguridad:

1. Animal Cuts
2. CLA FIT
3. Dexamine
4. Hydroxucut Nextgen
5. Hydroxycut Hardcore Elite
6. Lipo 6 Black Ultra Concentrado
7. Steel L-Carnitine
8. Super HD
9. Super Lean

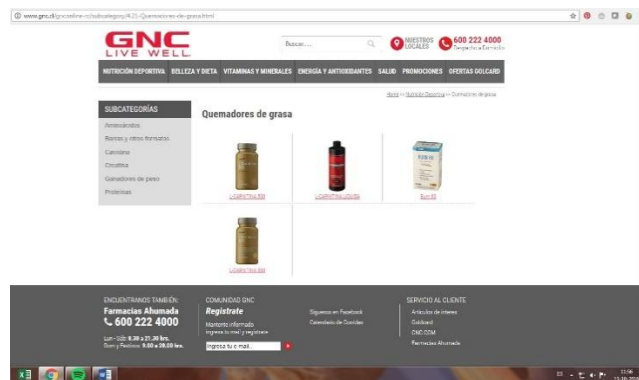


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### f. [www.gnc.cl](http://www.gnc.cl)

**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza del producto Burn 60 bajo el título "Quemadores de grasa". Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. Además en otra publicidad se especifica que "contribuye a tu metabolismo y apoya en la quema diaria de los excesos de la grasa abdominal". El producto promocionado no está inscrito en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentran demostradas su eficacia y su seguridad.



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### g. [www.suples.cl](http://www.suples.cl)

**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza de los productos bajo el título "Quemador de grasa" (Animal Cuts). Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. El producto promocionado no está inscrito en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentra demostrada su eficacia y su seguridad.



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### 2. Publicidad objeto de Oficios solicitando comprobabilidad

#### a. Farmacias Cruz Verde

Medio: Las Últimas Noticias

Fecha de difusión: 29-09-2016



**ACEITE DE COCO**

*El secreto de la belleza brasileña llegó a Chile*

Estudios científicos avalan los múltiples beneficios que el aceite de coco tiene para nuestro cuerpo. Acá te dejamos una bitácora con cuatro de los beneficios que puedes obtener con el consumo de este súper-alimento y que te ayudarán a recibir el verano de la mejor forma.

- 1 Ayuda a acelerar el metabolismo**  
El aceite orgánico y extra virgen de coco está compuesto principalmente por grasas de Cadena Media (MCM), que a nivel metabólico aumentan el efecto termogénico de los alimentos, lo que genera un mayor gasto energético al metabolizar los grasas.
- 2 Ayuda a disminuir la grasa abdominal y de cintura**  
El consumo sistemático del aceite de coco contribuye a la disminución de grasa de depósito, ya que al potenciar el metabolismo el cuerpo consume la grasa que se encuentra en el abdomen y en la cintura.
- 3 Ayuda a controlar el apetito**  
Durante el proceso de metabolización del aceite de coco, el organismo genera un efecto de saciedad que permite una baja en la ansiedad y por ende un mejor control del apetito. Esto lo hace un gran aliado para quienes buscan controlar su peso.
- 4 Poder antioxidante que cuida tu piel**  
Los polifenoles que componen el aceite de coco lo convierten un alimento de gran poder antioxidante que ayuda a prevenir el fotoenvejecimiento, logrando que la piel se vea saludable y a la vez reduciendo de los daños que causa su exposición al medioambiente.

En Chile el aceite de coco se está usando en diversos formatos. Mantequilla, aceite y en cápsulas concentradas de 4 gramos, que es la porción precisa para que el organismo se beneficie de sus propiedades. Esta clasificación se puede adquirir en Farmacias Cruz Verde.

**Observaciones:** Aun cuando no promociona un producto específico, la publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad respecto de los beneficios que generaría el producto "Aceite de Coco" y que explica bajo los títulos de: "1) Ayuda a acelerar el metabolismo"; 2) ayuda a disminuir la grasa abdominal y de cintura"; 3) ayuda a controlar el apetito; y 4) Poder antioxidante que cuida tu piel". La publicidad basa sus afirmaciones en estudios científicos sin entregar referencias o fuentes de información.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### b. Adelnature (Swiss Nature Labs)

Medio: Revista M, Diario Las Últimas Noticias

Fecha de difusión: 02-09-2016

**LO ÚLTIMO**  
**Un efectivo anti-kilos a base de plantas**  
MILES DE PERSONAS BAJARON DE PESO EN TIEMPO RECORD.

**Un grupo de expertos nos explica cómo funciona este nuevo y revolucionario anti-kilos y por qué, la mayoría de las personas que lo probaron, adelgazaron en poco tiempo.**  
Adelnatur Anti-kilos se basa en una combinación de extractos de hierbas y plantas provenientes de los ecosistemas más exóticos del mundo que equilibran de manera natural el metabolismo sin requerir modificar sustancialmente el régimen alimenticio. Los expertos afirman: "Su efecto ha sido volado a nivel mundial. Estamos tan seguros de que funciona que, si no logra los resultados esperados, le devolvemos su dinero."

**¿Cómo se puede bajar de peso sin dietas estrictas?**  
La combinación de estos extractos de origen vegetal -el Kelp, las algas Kelp, la Cagua y el Té Verde-, acelerará de manera natural y sana la forma en que nuestro organismo procesa las calorías que ingiere ayudando a evitar que se transformen en grasa. Por eso constituye a una pérdida progresiva de kilos de forma rápida y segura.

**¿Funciona para todos?**  
Si bien los resultados varían de acuerdo al metabolismo de cada uno, la fórmula de Adelnatur Anti-kilos es recomendable para toda persona que sufra de cualquier tipo de sobrepeso, incluso para aquellos que han probado otros tratamientos sin conseguir los resultados efectivos o duraderos esperados.

**¿Se pueden esperar resultados inmediatos?**  
Sí, aunque cada metabolismo puede reaccionar de manera diferente, nuestros resultados de eficacia han demostrado que 9 de cada 10 encuestados han perdido de 3 a 6 libras en la primera semana."

**¿Qué pasa con el efecto rebote?**

**¿Es necesario cuidarse de no comer ciertas cosas o consumir más de otras?**  
No, no es necesario. Aunque siempre es recomendable comer sano y en porciones adecuadas, se pueden seguir con la vida normalmente pastas, saldos, mariscos, carne, etc. Adelnatur Anti-kilos no especifica restricción alguna en las comidas, no es necesario hacer dietas estrictas ni ejercicios pesados.

**Seguramente muchos de nuestros lectores intentaron, sin resultados, perder peso con dietas, té, pastillas y procedimientos clínicos costosos. ¿Por qué deberían pensar que con Adelnatur Anti-kilos será diferente?**  
Porque es distinto a los demás. Con Adelnatur Anti-kilos se logra, de manera natural, mejorar el proceso de transformación de calorías y, en consecuencia, optimizar gradualmente el metabolismo para evitar que el organismo convierta esas calorías en grasas. No hay ningún motivo para pensar que no será exitoso en todos los consumidores. La efectividad de Adelnatur Anti-kilos está comprobada.

**¿Qué les decimos a quienes están interesados en llevar el novísimo Adelnatur-Anti-kilos aunque aún dudan de su efectividad?**  
Swiss Nature Labs, la empresa europea que avala Adelnatur Anti-kilos, está tan convencida de su eficacia que ofrece una garantía exclusiva de satisfacción total: si durante 30 días de consumo el producto no logra los resultados esperados, le devolvemos el dinero.

**TESTIMONIOS DE LA EFECTIVIDAD DE ADELNATUR ANTI-KILOS.**  
"Cuando recibí mi primer tipo suji 20 kilos intenté resolver mi peso con miles de dietas. Gasté una fortuna sin lograr nada. Estaba triste y mi marido casi nunca me decía cosas lindas al lado. Mi mejor amigo vive en Europa y me sus fotos cada vez lo veo más bonito, más delgado y más feliz."

**Si aún no estás convencido, por favor lee estas líneas:**

1) Tomarlo es muy sencillo. Tan solo debes tomar una medida del producto en 1 litro de agua y beberlo a lo largo del día. Su fórmula equilibra naturalmente el metabolismo de manera natural para que tu cuerpo no almacene calorías en exceso.

2) Satisfacción garantizada o te devolvemos el dinero.

3) Afronta el desafío de lograr tu figura ideal. En Chile y en el mundo entero ya hay miles de personas satisfactorias con los resultados.

4) 9 de cada 10 encuestados que probaron Adelnatur Anti-kilos afirman que recomendarían Adelnatur Anti-kilos."

**Exclusiva venta telefónica:**  
**2 2760-3062**  
De lunes a domingo de 9:00 a 23:00  
**OFERTA ESPECIAL:**  
HASTA 20% DE DESCUENTO

**Observaciones:** La publicidad contiene información que es susceptible de comprobabilidad, puesto que, entre otras cosas, afirma que "*miles de personas bajaron de peso en tiempo record*" sin presentar evidencia alguna o estudios científicos que lo avalen (el estudio que sostendría las afirmaciones de la publicidad fue realizado sobre 30 personas según informan en la letra chica, pero tampoco señalan la fuente).

Entonces, es posible aseverar que la publicidad incurre en la "falacia del experto", la cual utiliza como técnica persuasiva sobre los consumidores<sup>16</sup>. Sostiene su credibilidad por el sólo hecho

<sup>16</sup> En este sentido resulta más que atinente incorporar elementos de la teoría de la argumentación al análisis publicitario. Como es de amplio conocimiento, un proveedor recurre a la publicidad no sólo para informar respecto de un producto, sino que además busca persuadir a los consumidores sobre la deseabilidad de adquirir un bien o servicio y que la decisión de adquirirlo sea razonable, para lo cual recurre a la argumentación publicitaria. Dentro de ellos pueden recurrir a recursos retóricos que pueden ser falaces (el étimo latino *Fallor* significa engañar o inducir a error). En el contexto de la publicidad, las falacias retóricas son argumentos que provocan algún tipo de engaño

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

de señalar que "un grupo de expertos" (la publicidad se presenta asemejándose a una entrevista) garantizan la efectividad del producto para que la personas que lo consuman bajen de "3 a 5 kilos en la primera semana" sin necesidad de "dietas estrictas ni ejercicios intensos". En ningún lugar del anuncio aparecen quiénes conforman el citado "grupo de expertos".

Indica que *"Adelnatur Anti-kilos contiene en su fórmula los famosos súper-alimentos que nutren al organismo en profundidad haciendo que entienda que no hay necesidad de almacenar reservas en forma de grasas. De esta manera evita el efecto rebote. Eso significa que los kilos bajados ya no vuelven a la pesa."*

Finalmente, la publicidad presenta el producto con propiedades terapéuticas, por lo tanto, debería contar con Registro Sanitario otorgado por el ISP, sin embargo, no existe el registro del producto, por lo cual, no se encuentran demostrada su eficacia y su seguridad, sin embargo, es necesario conocer la naturaleza del producto (no se denomina quemador de grasa), por lo cual se solicitará información que compruebe las aseveraciones contenidas en su publicidad

sobre el público al que se dirige con el fin de convencer para adquirir un producto. En el caso de los productos adelgazantes es recurrente encontrarse precisamente con la Falacia del Experto, la que puede resumirse en el hecho de que una persona sepa mejor que el resto respecto a qué se debe hacer debido a una supuesta credibilidad e infalibilidad profesional, de lo que en el caso de la publicidad, deriva que lo que afirma ésta sea cierta. En publicidad estos ejemplos abundan y pueden inducir a error o engaño del consumidor.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### c. Farmacias Salcobrand (Vitamin Life)

Medio: Revista Mujer, Diario La Tercera

Fecha de exhibición: 25-09-2016



**Así me quiero ver**

Siéntete cómoda y tranquila, ya estás aquí **Slim UP** de VitaminLife con su fórmula exclusiva de **Extractos Vegetales, Probióticos y Maqui**, que estimulan la digestión y el metabolismo, combatiendo la hinchazón abdominal.

- Favorece el metabolismo celular.
- Favorece la digestión.
- Estimula el tránsito intestinal.

Exclusiva en Salcobrand sb

Modo de uso: consumir 2 cápsulas al día con un vaso de agua, de preferencia en la mañana.  
La información contenida es sólo referencial no intentando constituir diagnóstico o tratamiento. Consulte siempre a su médico o farmacéutico.

**Observaciones:** La publicidad contiene información que es susceptible de comprobabilidad: *"Fórmula exclusiva de Extractos Vegetales. Probióticos y Maqui, que estimulan la digestión y el metabolismo, combatiendo la hinchazón abdominal. Favorece el metabolismo celular. Favorece la digestión. Estimula el tránsito intestinal."*

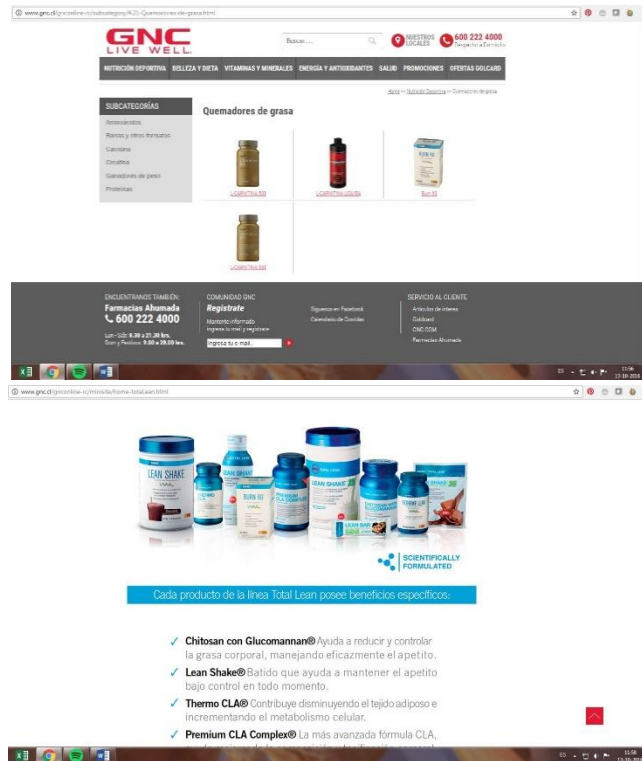
### d. [www.gnc.cl](http://www.gnc.cl)

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

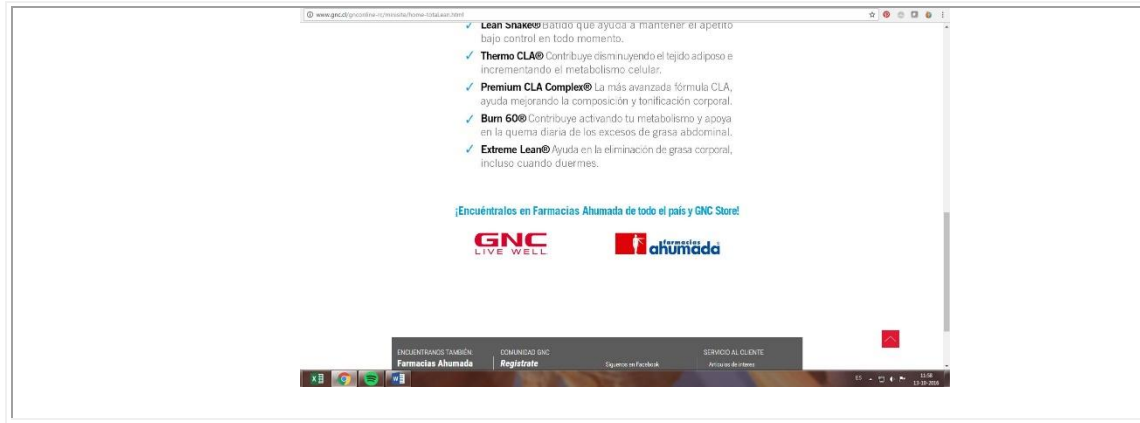
**Observaciones:** El sitio web presenta una serie de productos para el control de peso a los que aluden beneficios susceptibles de comprobabilidad, estos productos son los siguientes:

1. Chitosan con Glucomman: "Ayuda a reducir y controlar la grasa corporal, manejando eficazmente el apetito".
2. Lean Shake: "Batido que ayuda a mantener el apetito bajo control en todo momento".
3. Thermo CLA: "Contribuye disminuyendo el tejido adiposo e incrementando el metabolismo celular".
4. Premium CLA Complex: "La más avanzada fórmula CLA, ayuda mejorando la composición y tonificación corporal".
5. Extream Lean: "Ayuda en la eliminación de grasa corporal, incluso cuando duermes".



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

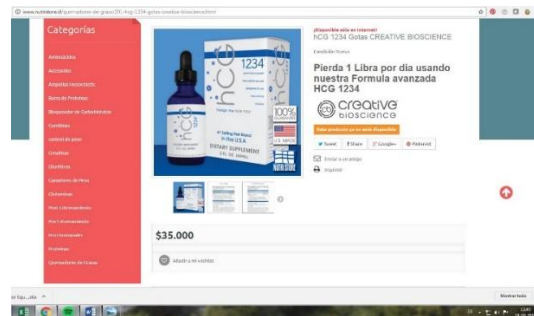
## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### e. [www.nutristore.cl](http://www.nutristore.cl)

**Observaciones:** En relación al producto Hcg, el sitio web del anunciante contiene información susceptible de comprobación :

*"Pierda 1 Libra por día usando nuestra Fórmula avanzada (...) Apoya a movilizar la grasa de lugares donde esta almacenada". Mientras que usted sólo consume 500 calorías y el uso del producto de hCG1234 como apoyo a su dieta, su hipotálamo puede liberar la grasa almacenada en su cuerpo. Esta Grasa almacenada se convierte en calorías, que es la razón por lo que la dieta de hCG le hace perder 1-2 libras de grasa o más por día (...) no requiere el ejercicio y la dieta debe elegir un plan de calorías para adaptarse a su situación. Los clientes dan fe de que, tras la Dieta 1234 Drops ® protocolo les ayuda a arrojar el exceso de grasa en las áreas problemáticas y bajar de peso con menos fatiga y el hambre, y menos antojos.*

Cabe señalar que el producto promete determinados efectos terapéuticos, sin embargo no se encuentra registrado en el Registro Sanitario del ISPCH. Además, organismos como la FDA han declarado este producto como ilegal, dejando en evidencia la exageración más allá de lo razonable de las promesas del producto y los peligros asociados a su consumo. <sup>17</sup>



<sup>17</sup> <http://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm281333.htm>

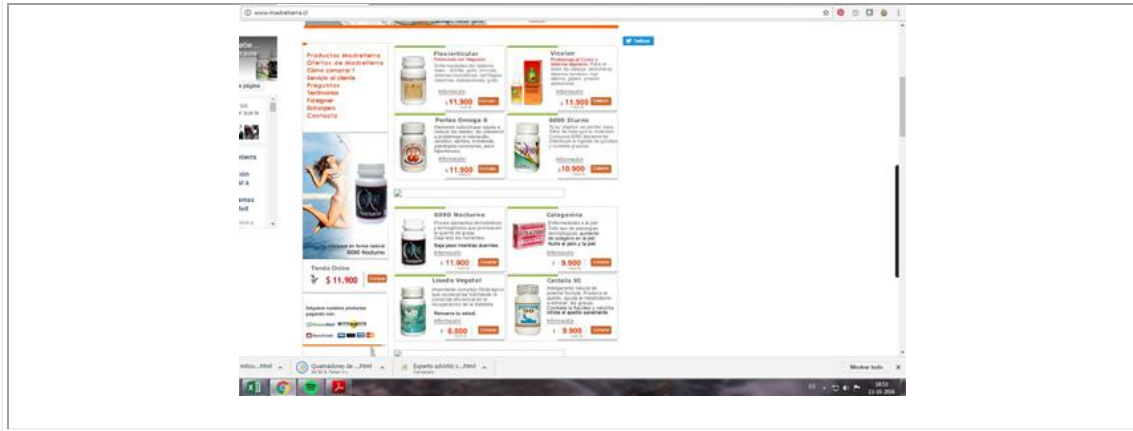
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### f. [www.madretierra.cl](http://www.madretierra.cl)

**Observaciones:** El sitio web publicita productos cuyos supuestos beneficios son susceptibles de comprobación:

1. 6090 Diurno: "Consuma 6090 diariamente. Disminuye la ingesta de glúcidos y comidas grasas".
2. Centella 90: "Adelgazante natural de potente fórmula. Reduce el apetito, ayuda al metabolismo a eliminar las grasas. Combate la flacidez y la celulitis. Inhibe el apetito sanamente.
3. 6090 Nocturno: "Provee elementos termobólicos y termogénicos que promueven la quema de grasa. Deja sólo los nutrientes". Además, difunde una frase que puede inducir a error o engaño del consumidor al prometer a quienes consuman el producto "Baja de peso mientras duermes".



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### g. [www.silmrings.cl](http://www.silmrings.cl)

**Observaciones:** El sitio web publicita productos cuyos supuestos beneficios son susceptibles de comprobación:

1. "Baja de peso mientras duermes o caminas", "sin dietas ni contra indicaciones", entre otras.



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

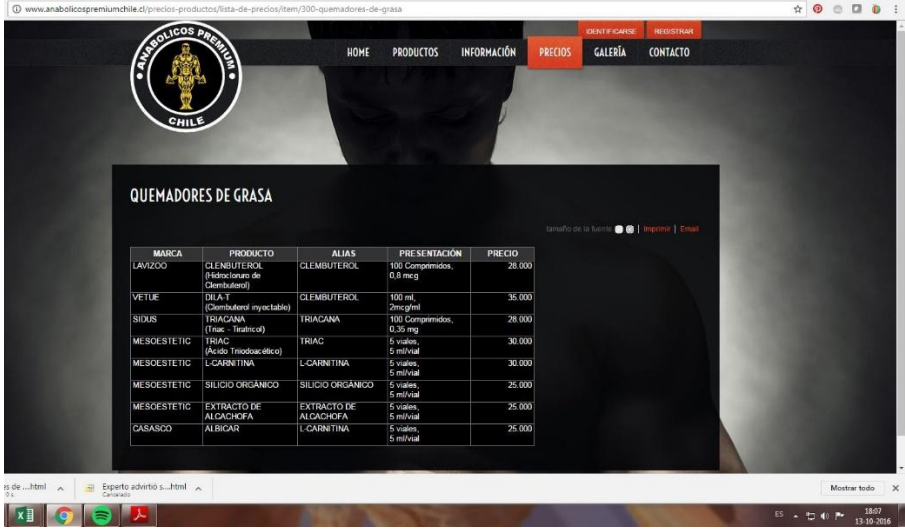


## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### 1. Publicidad a informar mediante Oficio al ISP:

#### a. [www.anabolicospremium.cl](http://www.anabolicospremium.cl)

**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de las naturaleza de los 8 productos bajo el título "Quemadores de grasa". Esta denominación, según el ISP, no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. Ninguno de los 8 productos promocionados está en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentran demostradas su eficacia y su seguridad.



The screenshot shows a web browser displaying the website [www.anabolicospremium.cl](http://www.anabolicospremium.cl). The page title is "QUEMADORES DE GRASA". A table lists the following products:

MARCA	PRODUCTO	ALIAS	PRESENTACION	PRECIO
LAVAZO	CLEMBUTEROL (Hidrocloreto de Clembuterol)	CLEMBUTEROL	100 Comprimidos, 0,8 mcg	28.000
VETLE	DIA-T (Clembuterol inyectable)	CLEMBUTEROL	100 ml, 2mcg/ml	35.000
SIDUS	TRIACANA (Frac - litratco)	TRIACANA	100 Comprimidos, 0,35 mg	28.000
MESDESTETIC	TRIAC (Fardo Triacarbónico)	TRIAC	5 viales, 5 ml/vial	30.000
MESDESTETIC	L-CARNITINA	L-CARNITINA	5 viales, 5 ml/vial	30.000
MESDESTETIC	SILICIO ORGANICO	SILICIO ORGANICO	5 viales, 5 ml/vial	25.000
MESDESTETIC	EXTRACTO DE ALGACHOFA	EXTRACTO DE ALGACHOFA	5 viales, 5 ml/vial	25.000
CASASCO	ALBICAR	L-CARNITINA	5 viales, 5 ml/vial	25.000

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### b. [www.dietafitness.cl](http://www.dietafitness.cl)

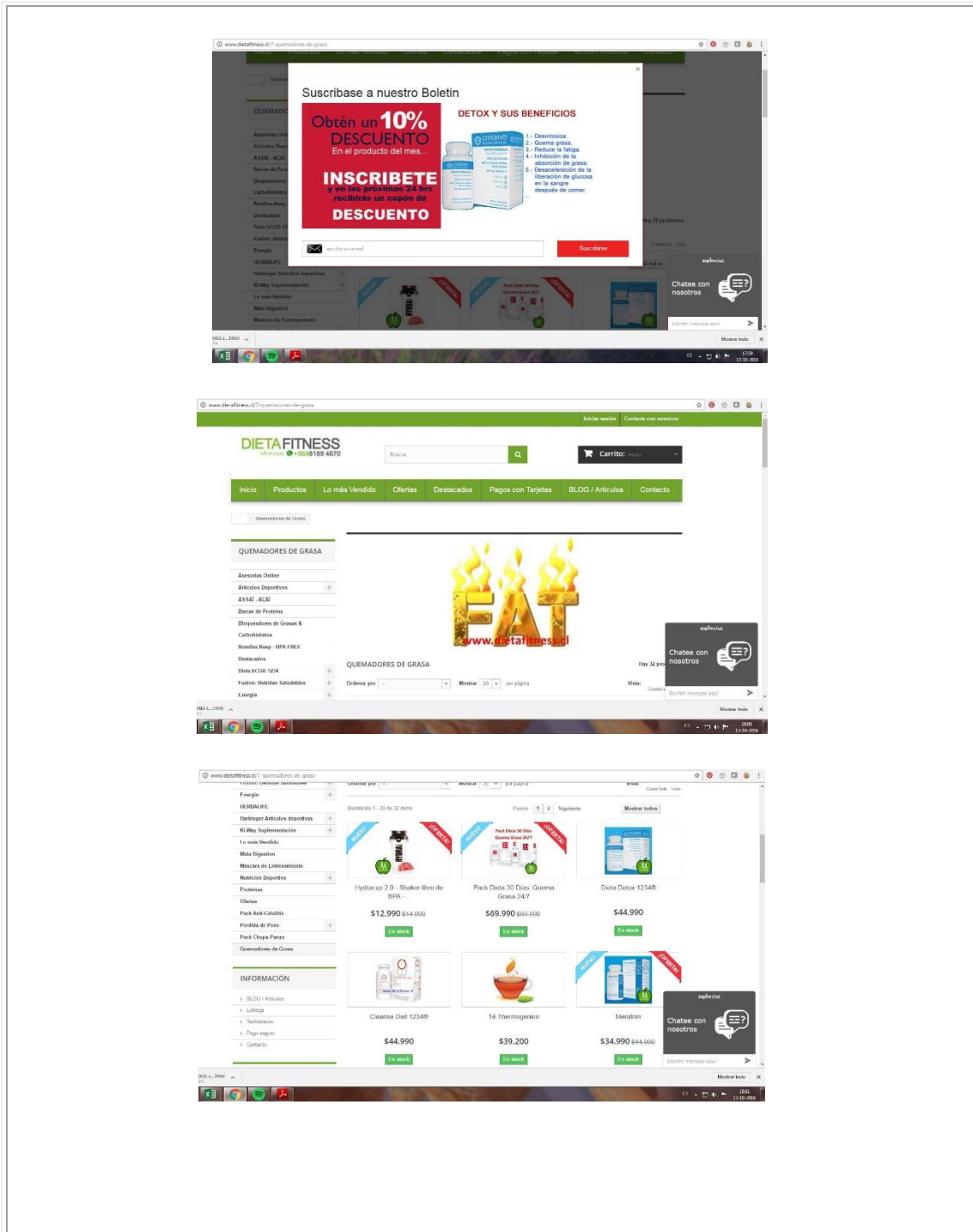
**Observaciones:** Se observa en el sitio web falta de información veraz y oportuna respecto de la naturaleza de 27 productos bajo el título "Quemadores de grasa". Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. Ninguno de los 27 productos promocionados se encuentra en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no están demostradas su eficacia y su seguridad:

1. Detox;
2. Hydracup;
3. Pack Dieta 30 días: Quema grasa 24/7;
4. Cleanse Diet;
5. Té Thermogénico;
6. Meratrim;
7. Garcinia Cambogia Green Coffee Bean Complex;
8. Lipodrene – Hi Tech;
9. Lipo 6 Rx – Nutrex;
10. Make Her Lean;
11. Pro Ripped;
12. Super Lean – Gifted Nutrition;
13. 24/7 Burn BPI;
14. B4 BPI;
15. Oxy 1 – Hexacore;
16. Lipo 6 Black Hers Ultra;
17. Lipo 6 Black Ultra;
18. Lipo 6 CLA;
19. L – Carnitina 3000;
20. Dexamina – 120 gr. Giant Sport;
21. BCAA+Glutamina+L-Carnitina – 1 up;
22. Cafezzino Supreme (60 porciones);
23. Cafezzino Supreme (30 piezas);
24. Termo Té;
25. Raspberry Ketone 1234;
26. CLA FIT;
27. Tone CLA.

Además, el sitio promociona y comercializa el producto HCG, bajo una serie de promesas que no cuentan con evidencia científica que confirmen la veracidad de lo ofrecido: "Baja de ½ kilo hasta 1 kilo por día. Baja entre 8 a 15 kilos en 42 días. 100% efectivo y natural (...) son gotas que tomas antes de tus comidas y ayudan a tu cuerpo a quemar el exceso de grasa en áreas problemáticas (...) sin pasar hambre ni ansiedad. Sin efecto rebote. Reprograma el hipotálamo. Sin ejercicios."

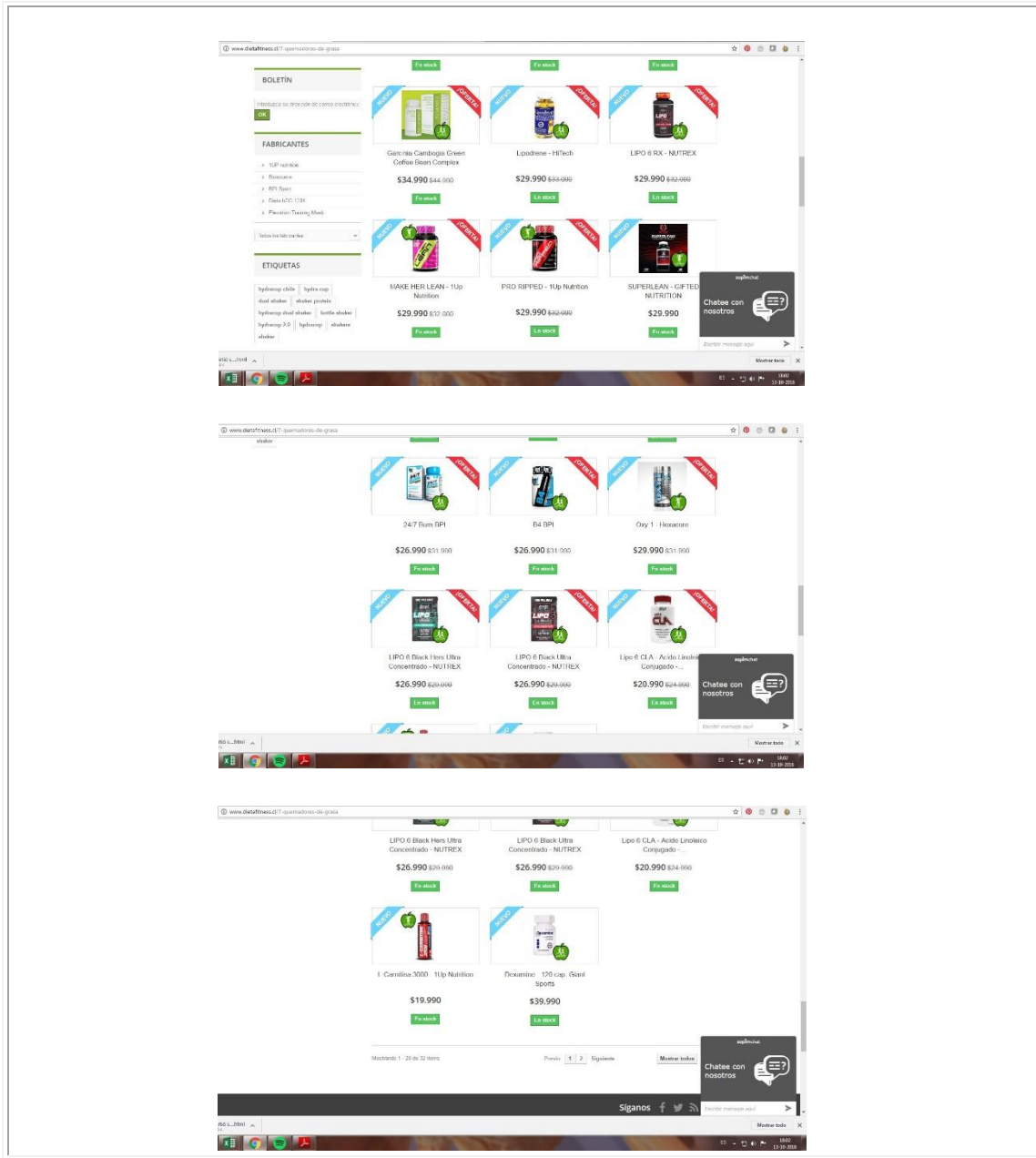
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

The image displays three screenshots of the SERNAC website's product catalog for diet supplements. Each screenshot shows a grid of products with their names, prices, and 'Comprar' (Buy) buttons. The products are categorized by brand and type of supplement.

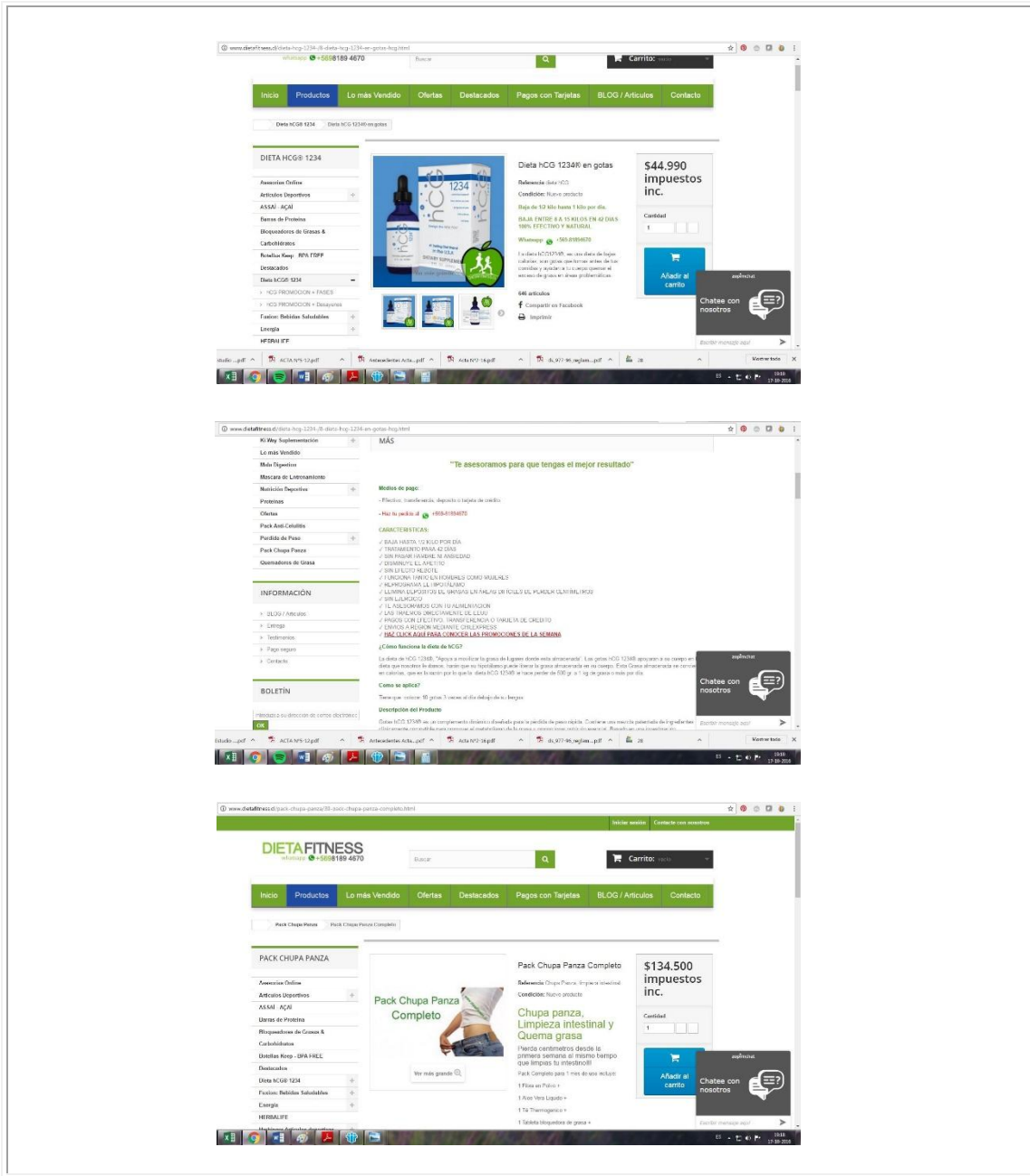
**Screenshot 1 (Top):** Shows products like 'Pack Anti-Celulitis' (\$29.990), 'Pack Anti-Celulitis' (\$54.990), 'Pack Chupa Panza Completo' (\$134.500), 'Pack Chupa Panza Básico' (\$96.800), 'metabolitos - 10 ampollas' (\$44.990), and 'metabolitos - 20 ampollas' (\$79.980).

**Screenshot 2 (Middle):** Shows products like 'Cafezzino Supreme (60 pastillas)' (\$37.990), 'Cafezzino Supreme (30 pastillas)' (\$20.290), 'Jermo 16' (\$49.990), 'Raspberry Ketone 12548' (\$39.990), 'CLA FIT - Acido Linoleico Conjugado' (\$22.990), and 'TONE CLA - Acido Linoleico Conjugado' (\$20.990).

**Screenshot 3 (Bottom):** Shows products like 'Dieta HCG 12348 en gelatinas' (\$44.990), 'Pack Fase 1 y 2' (\$84.990), 'Pack Fase 1, 2 y 3' (\$119.990), 'Pack Full HCG' (\$214.990), 'Dieta HCG Plus con mango adisicano' (\$44.990), 'Dieta HCG Zorroxix en potas' (\$44.990), 'Dieta HCG Complex promax' (\$44.990), and '1kg Ultra Concentrate' (\$44.990).

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

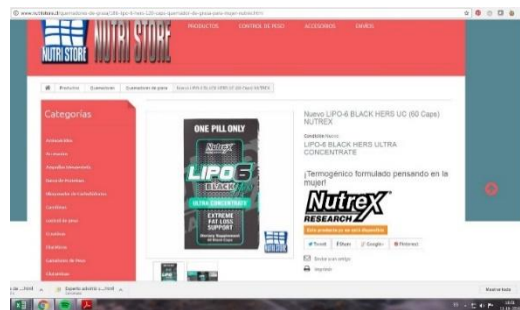


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### c. [www.nutristore.cl](http://www.nutristore.cl)

**Observaciones:** En el sitio web falta información veraz y oportuna respecto de la naturaleza de los productos bajo el título “Quemadores de grasa” (Lipo 6 Black). Esta denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta. El producto promocionado no está inscrito en el Registro Sanitario del ISP, por tanto, no se encuentra demostrada su eficacia y su seguridad.



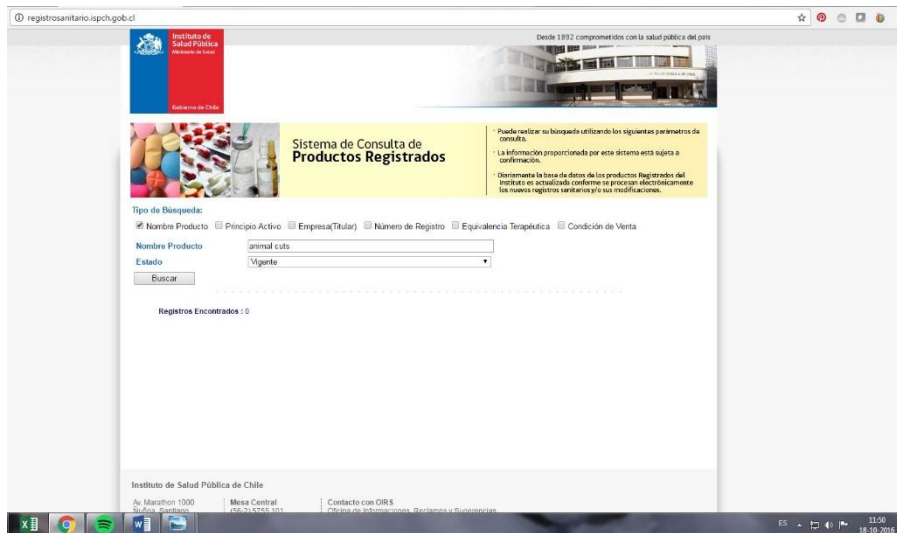
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### VIII. Anexo N° 3: Listado de productos sin Registro Sanitario

#### a. Animal Cuts



registro sanitario.ispch.gob.cl

Desde 1992 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.  
La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.  
Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto se actualizada conforme se procesan electrónicamente los nuevos registros sanitarios y/o sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa(Titular)  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto: animal cuts

Estado: Vigente

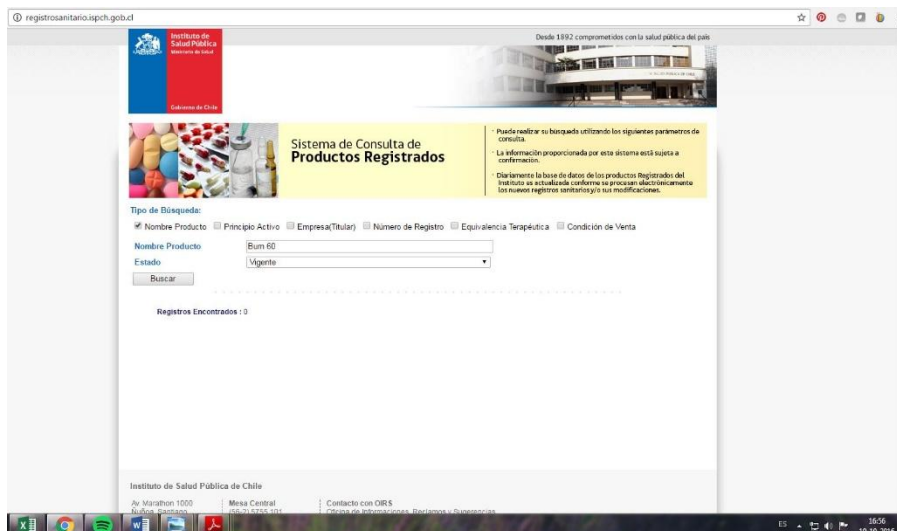
Buscar

Registros Encontrados : 0

Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Súbd. Concha y Toro  
Mesa Central  
909-01 8726 ext. 411  
Contacto con OIRS  
Ficha de Información, Registro y Búsqueda

ES 11:56 18-10-2016

#### b. Burn 60



registro sanitario.ispch.gob.cl

Desde 1992 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.  
La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.  
Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto se actualizada conforme se procesan electrónicamente los nuevos registros sanitarios y/o sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa(Titular)  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto: Burn 60

Estado: Vigente

Buscar

Registros Encontrados : 0

Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Súbd. Concha y Toro  
Mesa Central  
909-01 8726 ext. 411  
Contacto con OIRS  
Ficha de Información, Registro y Búsqueda

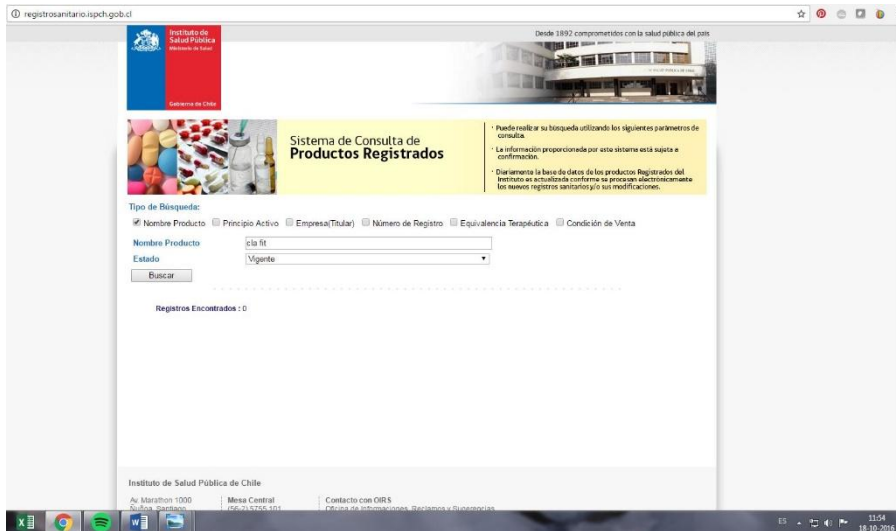
ES 16:56 19-10-2016

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

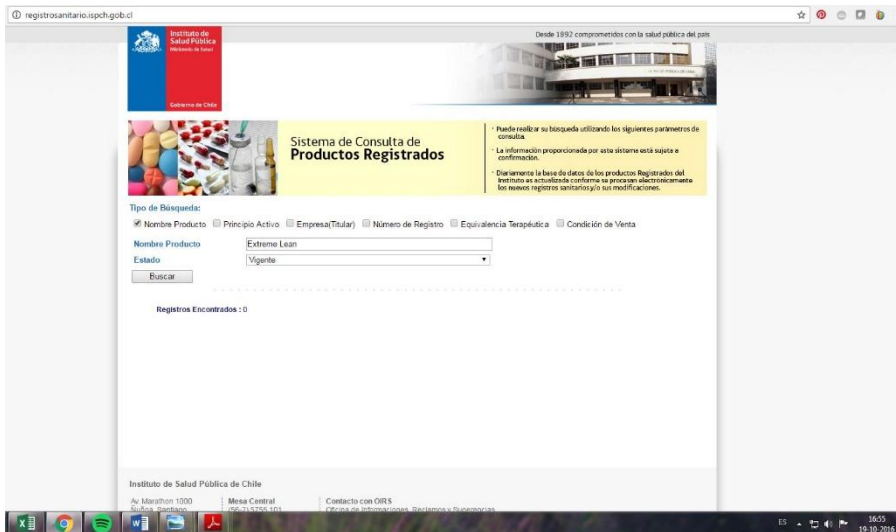


## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### c. CLA FIT



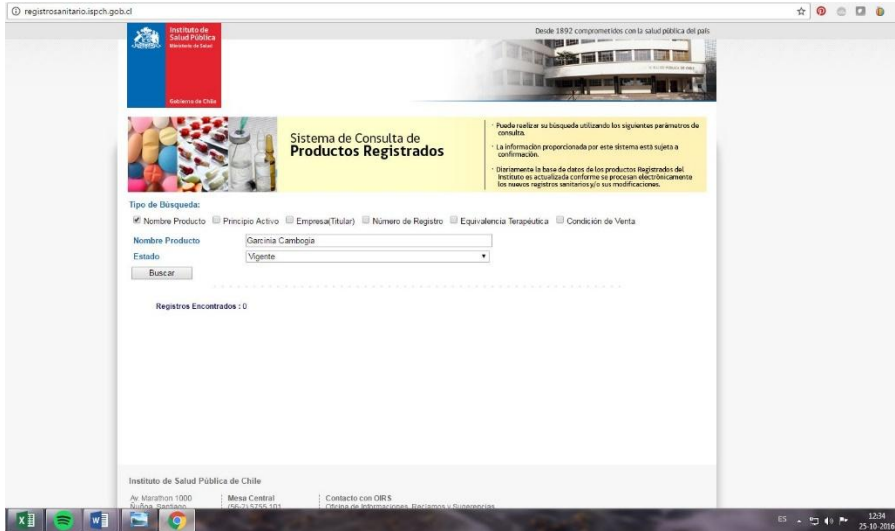
### d. Extreme Lean



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### e. Garcinia Cambogia



registrosanitario.ispch.gob.cl

Instituto de Salud Pública  
Ministerio de Salud  
Gobierno de Chile

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

- Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.
- La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.
- Actualmente la base de datos de los productos Registrados del Instituto es actualizada conforme se procesan electrónicamente los nuevos registros sanitarios y/o sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa/Titular  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto:

Estado:

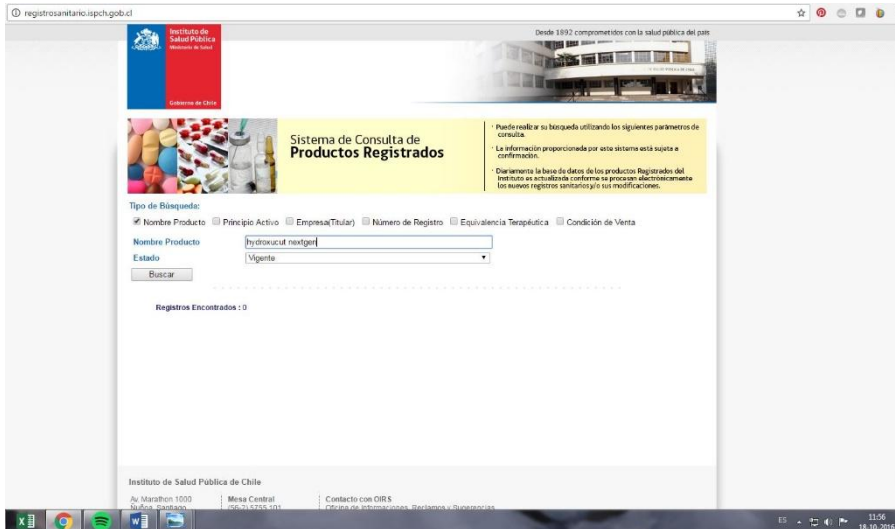
Buscar

Registros Encontrados : 0

Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Santiago, Chile  
Mesa Central  
02-21 9720 400  
Contacto con OIRS  
información@registrosanitario.ispch.gob.cl

ES 12:34 25-10-2016

### f. Hydroxucut Nextgen



registrosanitario.ispch.gob.cl

Instituto de Salud Pública  
Ministerio de Salud  
Gobierno de Chile

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

- Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.
- La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.
- Actualmente la base de datos de los productos Registrados del Instituto es actualizada conforme se procesan electrónicamente los nuevos registros sanitarios y/o sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa/Titular  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto:

Estado:

Buscar

Registros Encontrados : 0

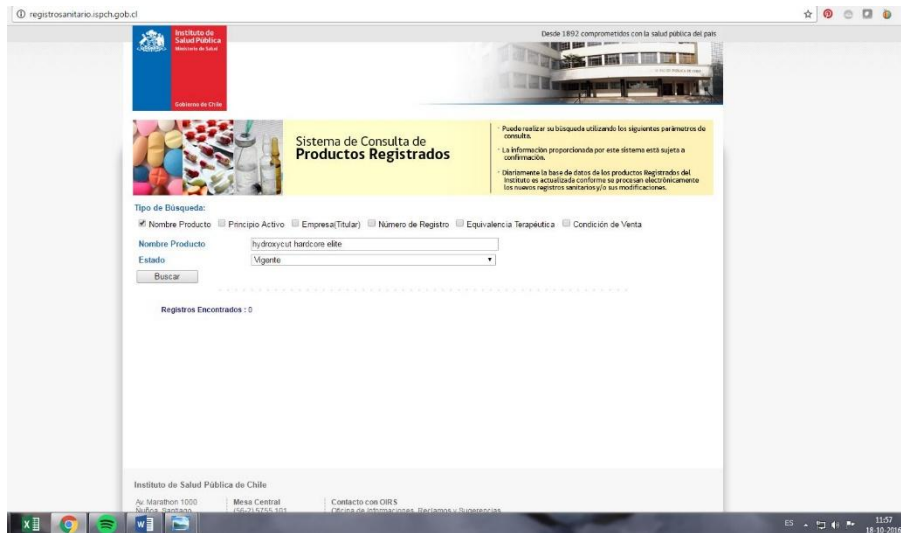
Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Santiago, Chile  
Mesa Central  
02-21 9720 400  
Contacto con OIRS  
información@registrosanitario.ispch.gob.cl

ES 11:56 18-10-2016

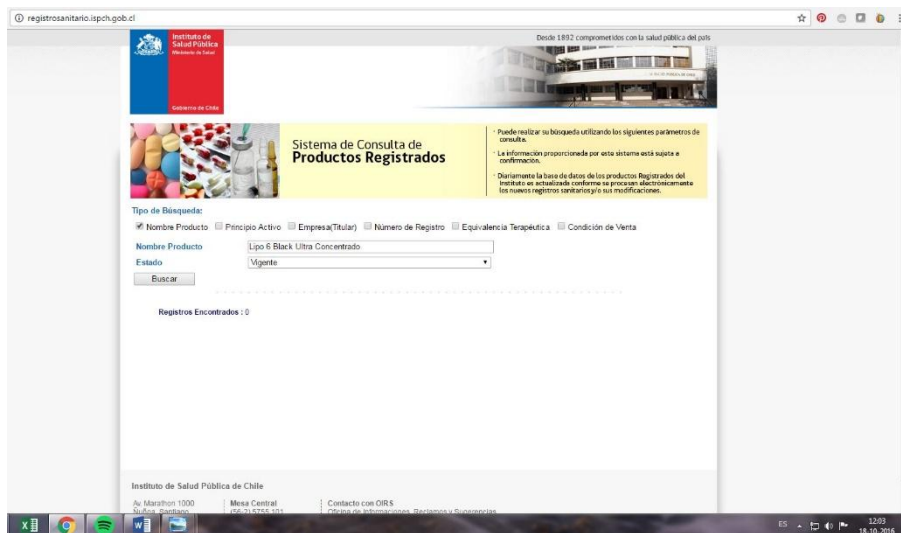
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### g. Hydroxucut Hardcore Elite



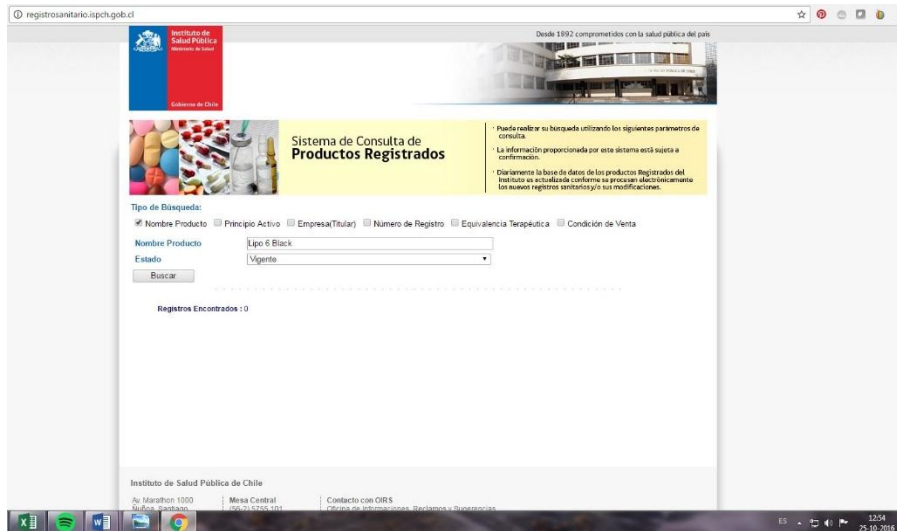
### h. Lipo 6 Black



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### i. Lipo 6 Black



registrosanitario.ipch.gob.cl

Instituto de Salud Pública  
Ministerio de Salud  
Gobierno de Chile

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.  
La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.  
Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto es actualizada conforme se procesan administrativamente los nuevos registros sanitarios y sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa/Titular  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto: Lipo 6 Black

Estado: Vigente

Buscar

Registros Encontrados: 0

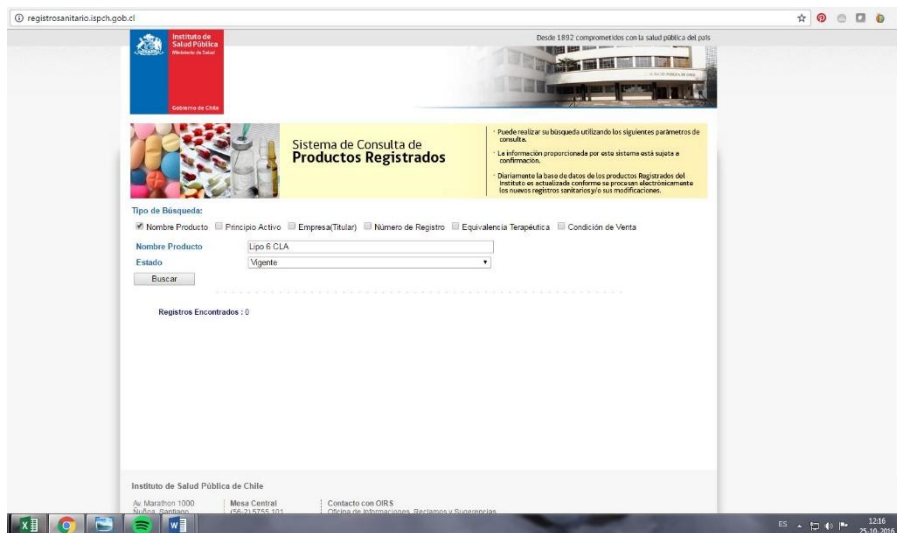
Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Futuro, Providencia

Mesa Central  
800-900000

Contacto con OIRS  
información sobre medicamentos, dispositivos y dispositivos

ES 12:54 25-10-2016

### j. Lipo 6 CLA 90 caps.



registrosanitario.ipch.gob.cl

Instituto de Salud Pública  
Ministerio de Salud  
Gobierno de Chile

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

**Sistema de Consulta de Productos Registrados**

Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.  
La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.  
Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto es actualizada conforme se procesan administrativamente los nuevos registros sanitarios y sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  Principio Activo  Empresa/Titular  Número de Registro  Equivalencia Terapéutica  Condición de Venta

Nombre Producto: Lipo 6 CLA

Estado: Vigente

Buscar

Registros Encontrados: 0

Instituto de Salud Pública de Chile  
Av. Marathon 1000  
Futuro, Providencia

Mesa Central  
800-900000

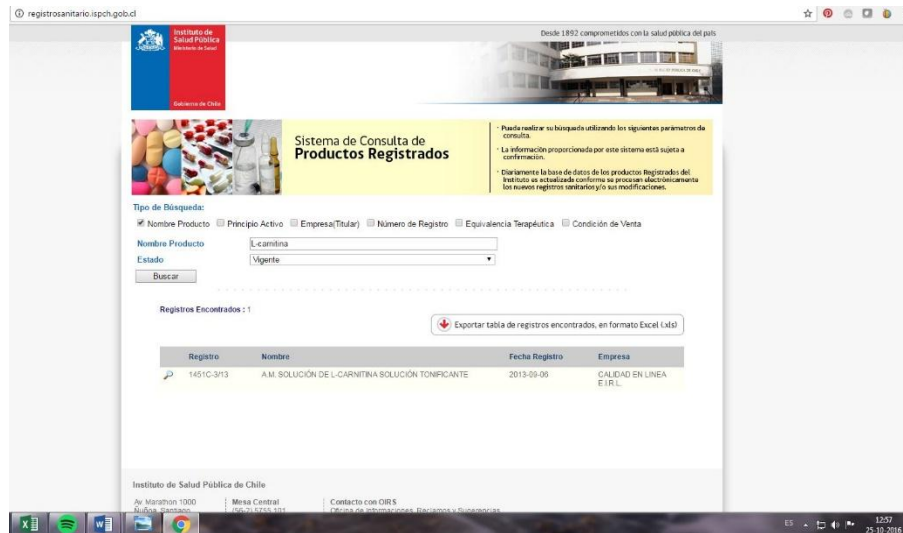
Contacto con OIRS  
información sobre medicamentos, dispositivos y dispositivos

ES 12:16 25-10-2016

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### k. Liquid L-Carnitina 1800



registrosanitario.ispch.gob.cl

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

### Sistema de Consulta de Productos Registrados

- Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.
- La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.
- Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto se actualiza conforme se procesan administrativamente los nuevos registros sanitarios y sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  
  Principio Activo  
  Empresa(Titular)  
  Número de Registro  
  Equivalencia Terapéutica  
  Condición de Venta

Nombre Producto: L-carnitina

Estado: Vigente

Buscar

Registros Encontrados : 1

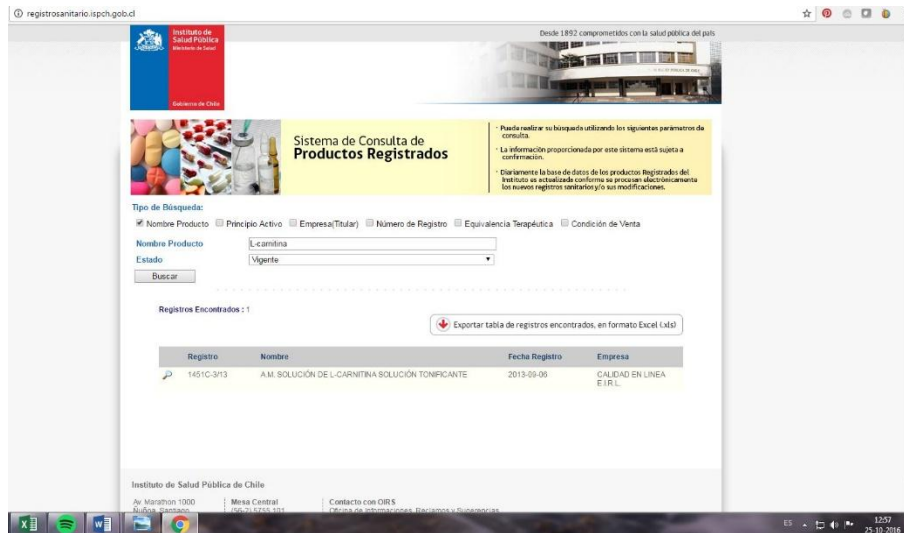
Exportar tabla de registros encontrados, en formato Excel (.xls)

Registro	Nombre	Fecha Registro	Empresa
1451C-313	A.M. SOLUCIÓN DE L-CARNITINA SOLUCIÓN TONIFICANTE	2013-09-09	CALIDAD EN LINEA E.I.R.L.

Instituto de Salud Pública de Chile  
 Av. Marathon 1000  
 Mesa Central  
 Contacto con ORS

12:57 25-10-2016

### l. Liquid L-Carnitina 3000



registrosanitario.ispch.gob.cl

Desde 1892 comprometidos con la salud pública del país

### Sistema de Consulta de Productos Registrados

- Puede realizar su búsqueda utilizando los siguientes parámetros de consulta.
- La información proporcionada por este sistema está sujeta a confirmación.
- Diariamente la base de datos de los productos Registrados del Instituto se actualiza conforme se procesan administrativamente los nuevos registros sanitarios y sus modificaciones.

Tipo de Búsqueda:

Nombre Producto  
  Principio Activo  
  Empresa(Titular)  
  Número de Registro  
  Equivalencia Terapéutica  
  Condición de Venta

Nombre Producto: L-carnitina

Estado: Vigente

Buscar

Registros Encontrados : 1

Exportar tabla de registros encontrados, en formato Excel (.xls)

Registro	Nombre	Fecha Registro	Empresa
1451C-313	A.M. SOLUCIÓN DE L-CARNITINA SOLUCIÓN TONIFICANTE	2013-09-09	CALIDAD EN LINEA E.I.R.L.

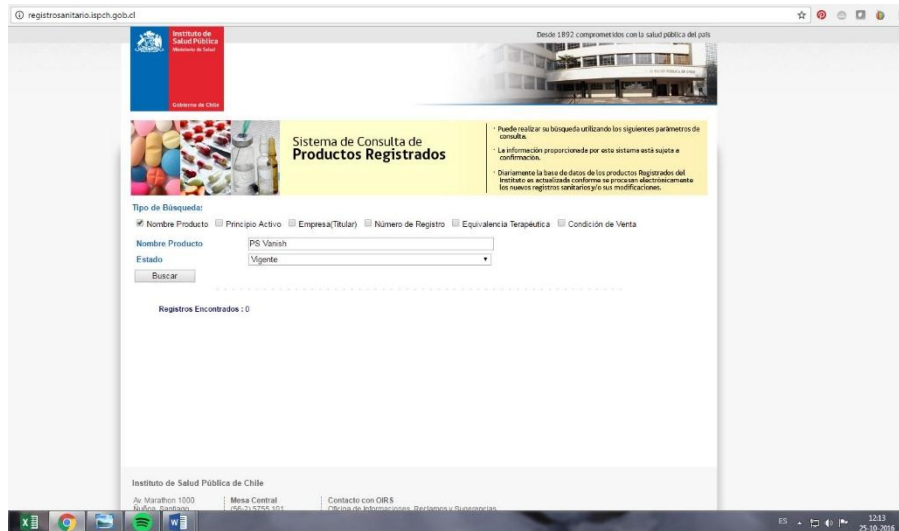
Instituto de Salud Pública de Chile  
 Av. Marathon 1000  
 Mesa Central  
 Contacto con ORS

12:57 25-10-2016

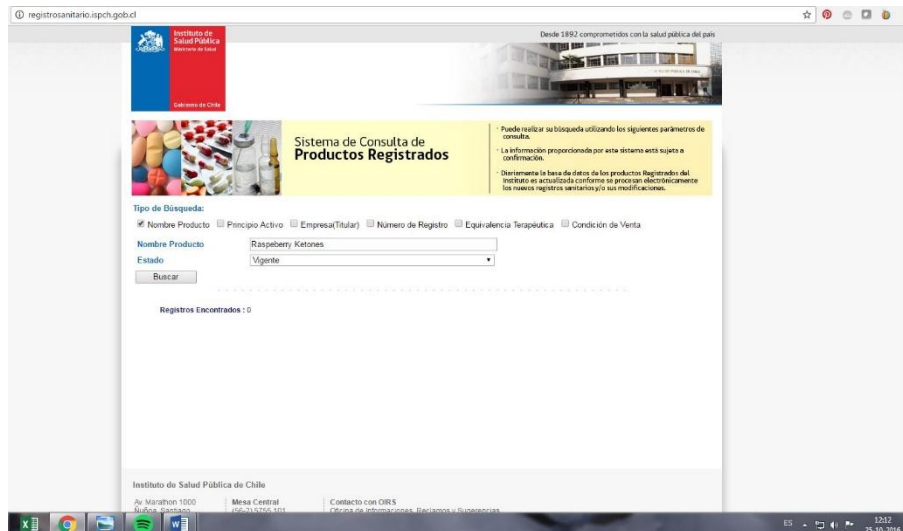
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### m. PS Vanish 90 caps



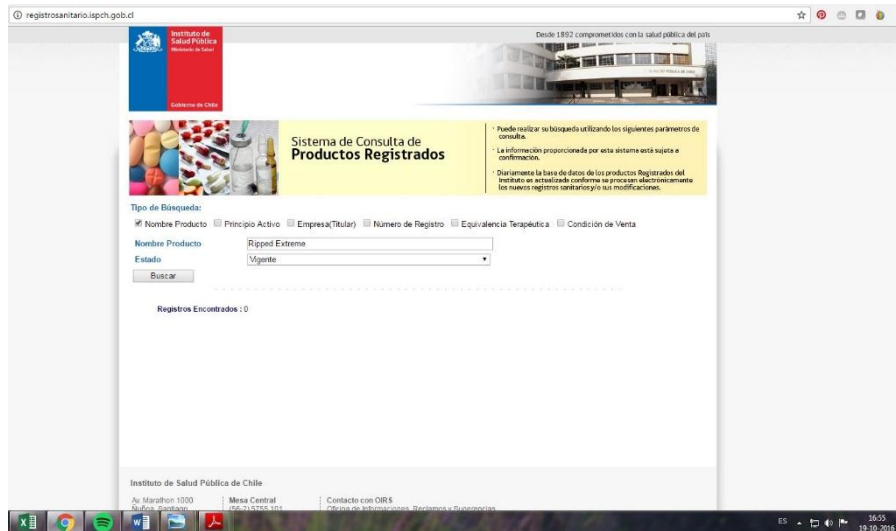
### n. Raspberry Keatones 120 caps



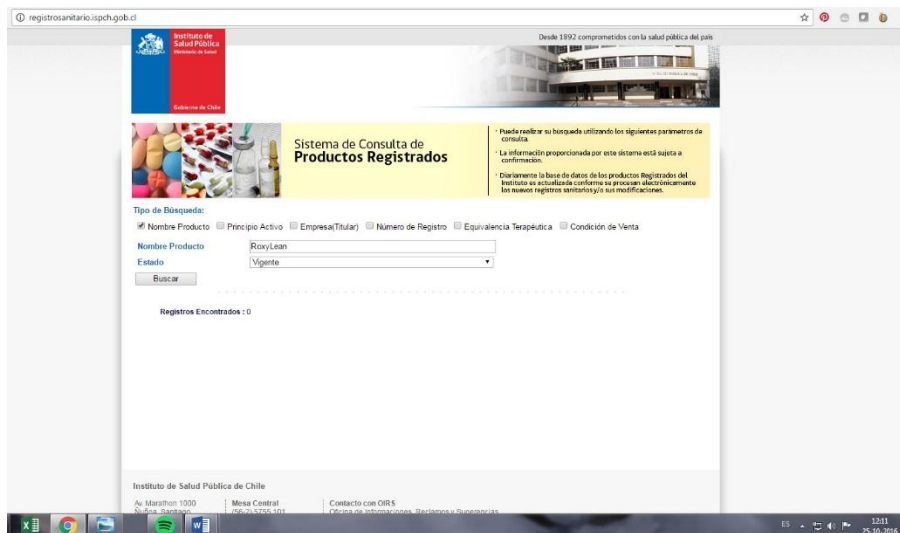
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### o. Ripped Extrem



### p. RoxyLean 60 caps

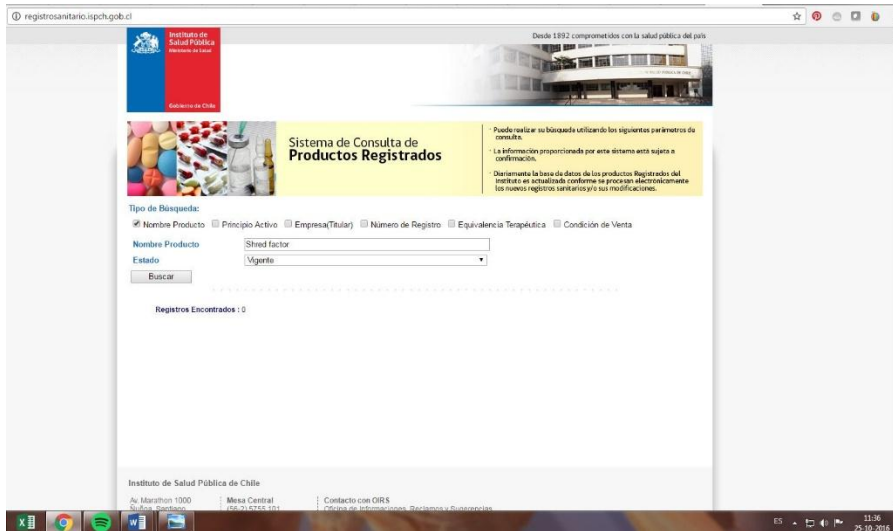


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

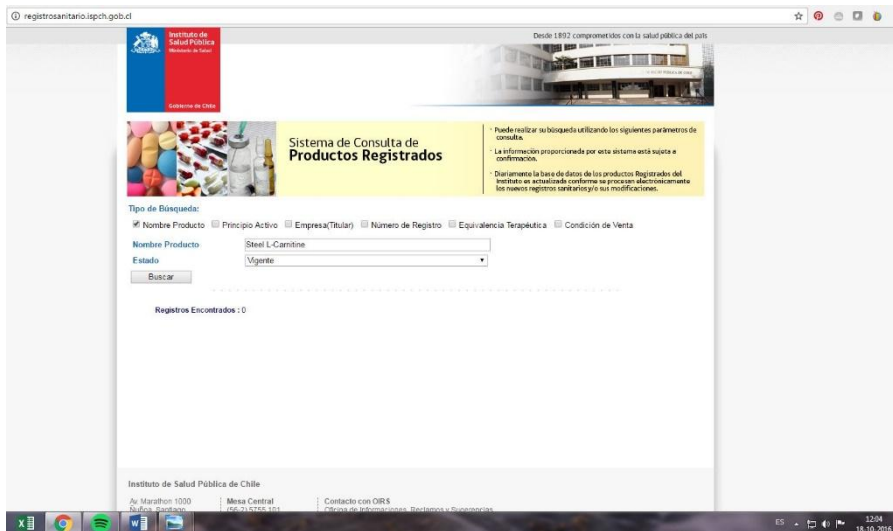


## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### q. Shred Factor 60 caps



### r. Steel L-Carnitine

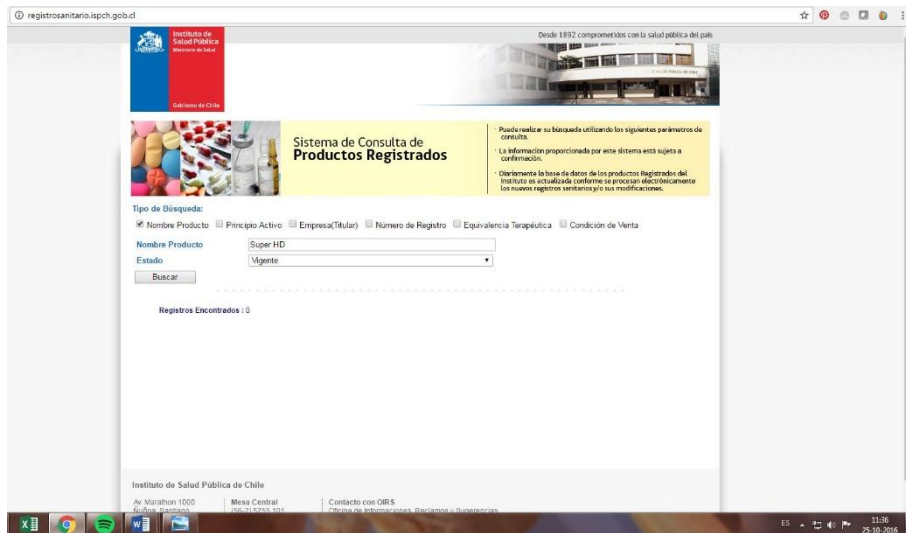


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

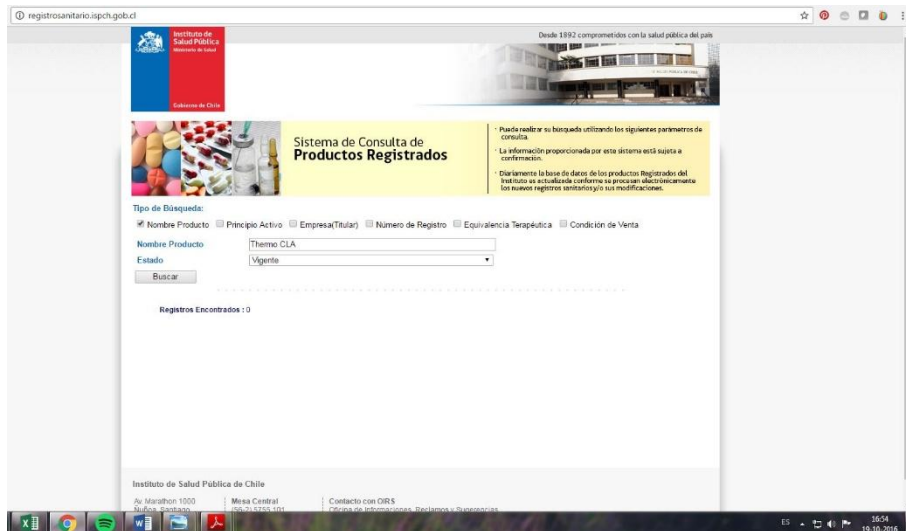


## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### s. Super HD



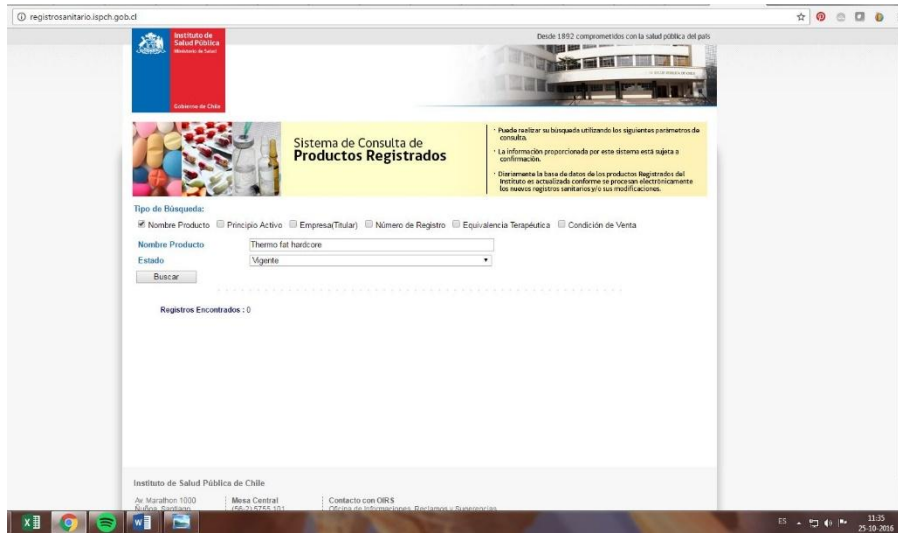
### t. Thermo CLA



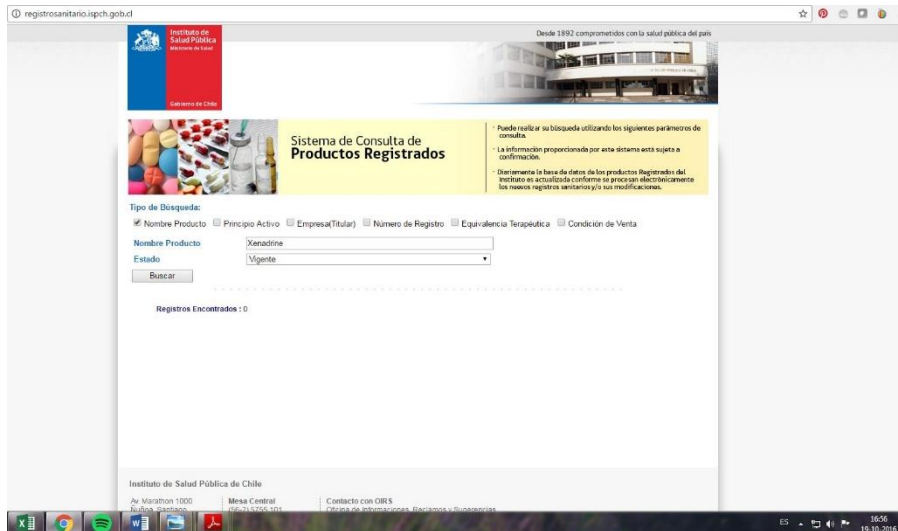
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### u. Thermo Fat Hardcore



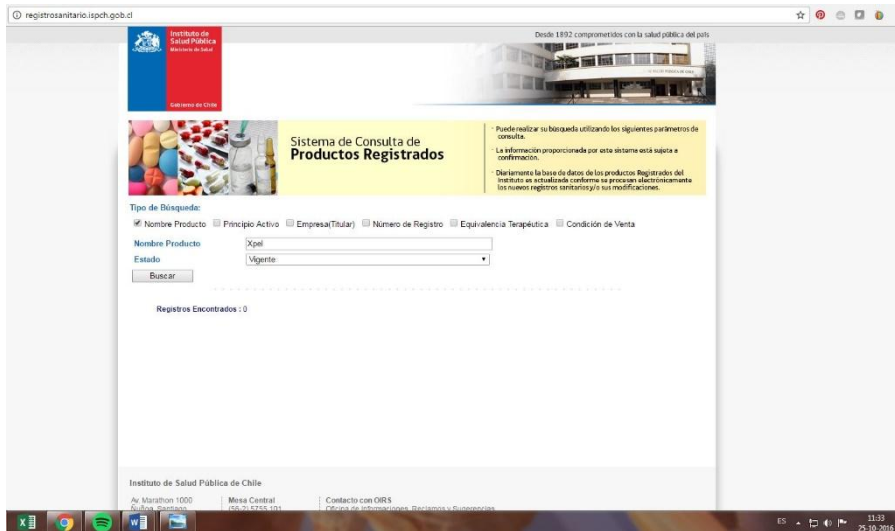
### v. Xenadrine



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

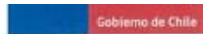
### w. Xpel 80 Capsulas



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes

### IX. Anexo N° 4: Nota informativa de Farmacovigilancia del ISP sobre "Quemadores de Grasa"



PMN/EDP/JRS/JMR/mms

Santiago, 4 de Enero de 2016

#### NOTA INFORMATIVA DE FARMACOVIGILANCIA

#### LOS PRODUCTOS OFRECIDOS COMO "QUEMADORES DE GRASA" EN ESTABLECIMIENTOS NO AUTORIZADOS PODRÍAN CONTENER INGREDIENTES PELIGROSOS PARA LA SALUD

Los productos que se ofrecen para facilitar la obtención de un peso ideal o mejorar el rendimiento físico suelen ser productos muy apetecidos por la población. Entre estos productos, los denominados "quemadores de grasa" están bajo especial atención de la autoridad sanitaria, debido a que tal denominación no corresponde a una acción farmacológica reconocida o que preste una utilidad terapéutica concreta.

Dentro del término "quemadores de grasa" suelen agruparse productos fitoterápicos, suplementos nutricionales y aceleradores de metabolismo, siendo estos últimos de especial preocupación, puesto que pueden alterar el normal funcionamiento del organismo en varios niveles, especialmente cardiovascular y endocrino, lo que podría derivar en serios riesgos para la salud de las personas, sobre todo si se tiene predisposición a sufrir este tipo de problemas.

Algunas de las sustancias utilizadas en la formulación de estos productos pueden ser particularmente peligrosas. Recientemente ha vuelto a ponerse en evidencia el mal uso que se le da a un producto de uso industrial, el 2,4-dinitrofenol, al utilizarlo como componente de algunos de estos "quemadores de grasas"<sup>1</sup>.

El 2,4-dinitrofenol, también conocido como DNP, es catalogado por la FDA (Food and Drug Administration, la Agencia de medicamentos y alimentos de Estados Unidos) como un producto peligroso y no apto para el consumo humano, desde 1938<sup>2</sup>. Es una sustancia que se absorbe tanto por vía inhalatoria, como oral o tópica, por lo que puede estar incluida tanto en la composición de productos dietéticos y alimenticios como formando parte de cremas adelgazantes<sup>3</sup>.

Una publicación científica del año 2011, da cuenta de más de 60 muertes documentadas en literatura a consecuencia de este compuesto y a mediados de este año INTERPOL emitió una alerta mundial para los productos que contienen 2,4 dinitrofenol, dado que en países como Francia y el Reino Unido han generado daños severos a la población e incluso la muerte<sup>2,4</sup>. En forma más reciente, artículos de prensa han dado cuenta de nuevos casos de personas que han fallecido a consecuencia del uso de alguno de estos productos, generalmente en forma excesiva<sup>1,5,6</sup>.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI

## Informe de Publicidad de Adelgazantes



Si bien este Instituto no cuenta con datos que demuestren la circulación de productos con 2,4-dinitrofenol en el país, ni de afectados por el consumo de productos que lo contengan<sup>7</sup> es de interés recalcar, una vez más, lo importante que es utilizar productos que cuenten con registro sanitario y que se comercialicen en establecimientos autorizados. El efecto descrito como "quemador de grasa" refleja una acción para la cual sólo podría calificar un producto que posea registro sanitario. Si un producto aduce este efecto y no cuenta con el respectivo registro, significa que no ha demostrado su eficacia y su seguridad y por lo tanto se debería evitar, sobre todo si se vende en un establecimiento no autorizado o a través de internet. Los productos vendidos a través de internet no cuentan con trazabilidad o condiciones de almacenamiento y transporte garantizados, e incluso pueden estar adulterados o contener ingredientes peligrosos, no declarados en el envase. Si usted quiere conocer si un determinado producto cuenta con registro sanitario, el ISP ha dispuesto en su sitio web un sistema de consulta al cual puede acceder a través del siguiente enlace: <http://registrosanitario.ispch.gob.cl/>

En razón de lo expuesto, nuevamente el Instituto de Salud Pública hace un llamado a la población a no adquirir productos que prometen efectos terapéuticos a través de internet, ni a creer en "soluciones milagrosas" para alcanzar estados nutricionales que sólo se pueden alcanzar mediante actividad física y nutrición adecuadas, en lo posible supervisadas por profesionales competentes.

El Instituto de Salud Pública reitera su llamado a los profesionales de la salud a estar atentos a posibles reacciones adversas que pudieran experimentar pacientes que han hecho uso de productos farmacéuticos sin registro sanitario y a realizar las correspondientes notificaciones y denuncias a este Instituto. Así mismo, llama a la población a denunciar a este mismo Instituto situaciones que involucren la circulación o comercialización de productos que prometan efectos terapéuticos, que no presenten en el envase un número de registro sanitario otorgado por el ISP.



MINISTERIO DE SALUD  
INSTITUTO DE SALUD PÚBLICA DE CHILE  
*Alex Figueroa Muñoz*  
**DIRECTOR**  
DR. ALEX FIGUEROA MUÑOZ  
DIRECTOR (Typ)

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI



## Informe de Publicidad de Adelgazantes



### Referencias.

- 1.- BBC Mundo. Dinitrofenol: La peligrosa pastilla "quemagrasas" que vuelve a estar de moda entre los jóvenes. Disponible en [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151214\\_salud\\_dns\\_dinitrofenol\\_pastilla\\_adelgazar\\_lb](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151214_salud_dns_dinitrofenol_pastilla_adelgazar_lb).
- 2.- Grundlingh J, Dargan P. 2,4-Dinitrophenol (DNP): A weight loss agent with significant acute toxicity and risk of death. J Med Toxicol (2011) 7:205-212.
- 3.- Agencia Española de protección de la salud en el deporte. Alerta Internacional 2,4-dinitrofenol. Publicado 13 de Mayo de 2015. Disponible en <http://www.mecd.gob.es/aepsad/dms/microsites/aepsad/informed-sport/alertas/ALERTA-Dinitrofenol.pdf>.
- 4.- INTERPOL. Re-Emergence Of An Unauthorized Weight-Loss Product Presenting A Lethal Risk For The Consumer. Publicado 29 de Abril de 2015. Disponible en <http://www.interpol.int/>.
- 5.- The Sun. Diet pills likened to rat poison by coroner as they claim another life. Disponible en <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/features/6800631/Deadly-diet-drug-DNP-claims-another-life-but-still-available-online.html>.
- 6.- El País. Interpol alerta sobre un adelgazante ilegal potencialmente mortal. Publicado el 5 de mayo de 2015. Disponible en [http://politica.elpais.com/politica/2015/05/05/actualidad/1430845733\\_300284.html](http://politica.elpais.com/politica/2015/05/05/actualidad/1430845733_300284.html)
- 7.- CITUC. Consulta respondida mediante correo electrónico de 30.12.2015.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	18-10-2016	18-10-2016	27-10-2016
Cargo	Investigador UAP	Coordinadora-Abogado UAP	Jefatura DEI