

DE LA SEGUNDA COMISIÓN, EL QUE CONTIENE PUNTO DE ACUERDO: POR EL QUE EXHORTA A LOS TITULARES DE LA SECRETARÍA DE SALUD Y DE LA COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS SANITARIOS A QUE REMITAN UN INFORME SOBRE LOS DENOMINADOS “PRODUCTOS MILAGRO”.

SEGUNDA COMISIÓN  
RELACIONES EXTERIORES, DEFENSA NACIONAL  
Y EDUCACIÓN PÚBLICA.

DICTAMEN CON PUNTO DE ACUERDO RELATIVO A LOS PRODUCTOS “MILAGRO”.

HONORABLE ASAMBLEA:

A la Segunda Comisión, Relaciones Exteriores, Defensa Nacional y Educación Pública, con fecha 09 de junio de 2010, fue turnada para su análisis una Proposición con Punto de Acuerdo por el que exhorta a los titulares de la Secretaría de Salud y de la COFEPRIS a rendir información respecto de la falta de verificación y control de la publicidad de los productos denominados “milagro” y a retirarlos inmediatamente de la oferta publicitaria en radio, televisión y medios impresos, suscrita por los Senadores María del Socorro García Quiroz y Fernando Castro Trenti, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional.

Con fundamento en los artículos 78 fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 116, 127 y demás aplicables de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, y 58, 87, 88, 176 y demás aplicables al Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, los integrantes de esta Segunda Comisión que suscriben, someten a la consideración del Pleno de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión el presente dictamen, con base en los siguientes:

#### ANTECEDENTES

I.- En sesión pública celebrada por la Comisión Permanente el día 09 de junio de 2010, los Senadores María del Socorro García Quiroz y Fernando Castro Trenti, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, presentaron una Proposición con Punto de Acuerdo, por el que exhorta a los titulares de la Secretaría de Salud y de la COFEPRIS a rendir información respecto de la falta de verificación y control de la publicidad de los productos denominados “milagro” y a retirarlos inmediatamente de la oferta publicitaria en radio, televisión y medios impresos.

II.- La Presidencia de la Comisión Permanente en la misma fecha acordó turnarlo a la Segunda Comisión de Trabajo de Relaciones Exteriores, Defensa Nacional y Educación Pública, para su estudio y dictamen correspondiente.

#### CONSIDERACIONES

PRIMERA.-La mayoría de los productos conocidos como “milagro” o “frontera” se caracterizan por exaltar, en su publicidad, una o varias cualidades terapéuticas, preventivas, rehabilitatorias o curativas, que van desde cuestiones estéticas hasta solución de problemas graves de salud.

Se elaboran a base de plantas o sustancias de origen natural o sintético o son preparados con diversos nutrientes; se presentan en pastillas, soluciones, geles, cremas, parches, inyecciones, jabones, bebidas, etc.

El control sanitario de esos productos incide en el ámbito de competencia de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS); sin embargo, hay otras dependencias y organismos del Gobierno Federal que tienen que ver de alguna forma, con este tema, tales como la Secretaría de Gobernación a

través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios (Radio, Televisión y Cinematografía) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

Desde su creación e integración en el año 2002, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios ha enfrentado esta situación.

Así, se emprendieron diversas acciones tanto a nivel nacional como internacional para resolver un problema que afecta directamente a los mexicanos y que trasciende las fronteras.

Debido a las acciones de fomento sanitario y a los diversos procedimientos administrativos iniciados, algunas empresas que comercializan estos productos se acercaron a las autoridades sanitarias a efecto de regularizar sus actividades.

Muchas de estas empresas obtuvieron sus autorizaciones publicitarias, mediante el cumplimiento de la Ley General de Salud, el Reglamento de Control Sanitario en Materia de Publicidad, Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, y las Normas Oficiales Mexicanas aplicables; otras se encuentran en ese proceso y a algunas más se les ha resuelto negativamente, por no reunir los requisitos.

En coordinación con los integrantes del Sistema Federal Sanitario, formado por las Secretarías de Salud o de Regulación Sanitaria de cada uno de los 31 Estados de la República mas el Distrito Federal se mantiene una estrecha vigilancia sanitaria en fábricas, establecimientos comerciales y en lugares donde se ofrecen tratamientos.

SEGUNDA.-En el 2004, se generó un ordenamiento a nivel nacional para el aseguramiento de varios “productos milagro”. Los resultados de los operativos en diversas entidades federativas, permitió retirar del mercado 14 mil 327 cajas de diferentes productos.

En México, la explosiva oferta de productos milagro para el sobrepeso y la obesidad ha sido de tal manera escandalosa y sin control que ha tenido que intervenir la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios.

En agosto del 2009, la Comisión emitió una alerta para evitar el consumo de 15 “suplementos alimenticios” por contener plantas tóxicas potencialmente mortales como la *Thevetia spp* y el *Fucus vesiculosus*, o sustancias como el picolinato de cromo, que no han demostrado ninguna eficacia terapéutica en el control del peso.

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) multó a Capslim de México, SA de CV, con un millón 262 mil 160 pesos, por causar riesgos a la salud de los mexicanos.

La dependencia indicó que es la multa más fuerte impuesta a una empresa que produce suplementos alimenticios, mejor conocidos como “productos milagro”.

La multa, según autoridades sanitarias, se origina porque el dueño de la firma comercializó y publicitó sus productos, y les atribuyó cualidades y propiedades terapéuticas sin autorización de esta dependencia, como establece la legislación sanitaria vigente; además, los presentó como una solución definitiva para reducir de peso.

Desde julio de 2008, la Cofepris alertó a la población a no consumir este producto, porque representa un riesgo para la salud.

TERCERA.-Es competencia de la Secretaría de Salud, conforme al artículo 17 bis de la Ley General de Salud, que a la letra dice: La Secretaría de Salud ejercerá las atribuciones de regulación, control y fomento sanitarios que conforme a la presente Ley, a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y los demás ordenamientos aplicables le corresponden a dicha dependencia en las materias a que se refiere el artículo 3o. de esta Ley en sus fracciones I, en lo relativo al control y vigilancia de los establecimientos de salud a los que se refieren los artículos 34 y 35 de esta Ley: XIII, XIV, XXII, XXIII, XXIV, XXV, XXVI, ésta salvo por lo que se refiere a cadáveres y

XXVII, esta última salvo por lo que se refiere a personas, a través de un órgano desconcentrado que se denominará Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

La (COFEPRIS) es un órgano desconcentrado con autonomía administrativa, técnica y operativa, la cual conforme a la Ley General de Salud ejerce las atribuciones en comento, las cuales son:

- El control y vigilancia de los establecimientos de salud.
- La prevención y el control de los efectos nocivos de los factores ambientales en la salud del hombre.
- La salud ocupacional y el saneamiento básico.
- El control sanitario de productos, servicios y de su importación y exportación y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos.
- El control sanitario del proceso, uso, mantenimiento, importación, exportación y disposición final de equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos, de curación y productos higiénicos, y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos.
- El control sanitario de la publicidad de las actividades, productos y servicios.
- El control sanitario de la disposición de órganos, tejidos y sus componentes, células de seres humanos.
- La sanidad internacional.
- El control sanitario de las donaciones y trasplantes de órganos, tejidos células de seres humanos.

CUARTA.-Sin embargo también se debe tener en cuenta que la Secretaría de Salud, tiene facultades como se señala en los numerales 300, 301 y 310 de la Ley General de Salud, los cuales versan bajo el siguiente tenor:

Artículo 300.- Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de los inválidos, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Comercio y Fomento Industrial, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo Federal.

Artículo 301. Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.

Artículo 310.- En materia de medicamentos, remedios herbolarios, equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales e insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos y de curación y agentes de diagnóstico, la publicidad se clasifica en:

I. Publicidad dirigida a profesionales de la salud, y

II. Publicidad dirigida a la población en general.

La publicidad dirigida a profesionales de la salud deberá circunscribirse a las bases de publicidad aprobadas por la Secretaría de Salud en la autorización de estos productos, y estará destinada exclusivamente a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud.

La publicidad a que se refiere el párrafo anterior, no requerirá autorización en los casos que lo determinen expresamente las disposiciones reglamentarias de esta Ley.

La publicidad dirigida a la población en general sólo se efectuará sobre medicamentos de libre venta y remedios herbolarios, y deberá incluirse en ella en forma visual, auditiva o ambas, según el medio de que se trate, el texto: Consulte a su médico, así como otras leyendas de advertencia que determine la Secretaría de Salud.

Ambas se limitarán a difundir las características generales de los productos, sus propiedades terapéuticas y modalidades de empleo, señalando en todos los casos la conveniencia de consulta médica para su uso.

Por las disposiciones antes mencionadas esta Comisión Dictaminadora, se permite someter a la consideración del Pleno de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión el siguiente:

#### Punto de Acuerdo

PRIMERO.- La Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a los titulares de la Secretaría de Salud y de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), remitan un informe pormenorizado a esta soberanía, sobre el registro de los productos cosméticos o suplementos alimenticios y que en la práctica o publicitariamente, se atribuyen a sí mismos cualidades curativas, denominados “productos milagro”.

Asimismo, proporcione un informe pormenorizado sobre las acciones de vigilancia, control y monitoreo en medios de comunicación de los productos arriba mencionados.

SEGUNDO.- La Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a los Titulares de la Secretaría de Salud y de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), para que en el ámbito de su competencia, retire de la oferta publicitaria en medios electrónicos e impresos los denominados “productos milagro” y efectúe las sanciones correspondientes que procedan.

Dado en la Sala de Comisiones de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, en México, Distrito Federal, a los tres días del mes de agosto del año dos mil diez.

SEGUNDA COMISIÓN



04 AGO 2010

PODER LEGISLATIVO FEDERAL  
COMISIÓN PERMANENTE

**PROPUESTA DE MODIFICACIÓN AL DICTAMEN DE LA SEGUNDA COMISIÓN SOBRE "PRODUCTOS MILAGRO".**

**CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 124 DEL REGLAMENTO PARA EL GOBIERNO INTERIOR SOMETO A CONSIDERACIÓN DEL PLENO DE LA COMISIÓN PERMANENTE LA SIGUIENTE PROPUESTA DE MODIFICACIÓN:**

**SEGUNDO.-** La Comisión Permanente exhorta respetuosamente a los titulares de la *Secretaría de Salud, de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios, a la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación y a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor* para que en el ámbito de su competencia, retire de la oferta publicitaria en medios electrónicos e impresos los denominados 'productos milagro' y efectúe las sanciones correspondientes que procedan".

**Dado en el salón de sesiones a los cuatro días del mes de agosto de dos mil diez.**

**SEN. RICARDO MONREAL ÁVILA**