

INFORME DE SECRETARIA TECNICA

DE : SECRETARIA TECNICA DE LA COMISION DE REPRESION DE LA
COMPETENCIA DESLEAL

A : COMISIÓN DE REPRESION DE LA COMPETENCIA DESLEAL

ASUNTO : INVESTIGACION Nº 023-2000/PREV-CCD

FECHA : 9 DE AGOSTO DEL 2001

I.- ANTECEDENTES

El 13 de marzo de 2000 se publicó en el diario Gestión Médica el artículo titulado "Hipercolesterolemia y la Aterosclerosis. Omega 3 y Omega 6 como ingredientes en la leche y los huevos" elaborado por el doctor Ernesto Bustamante, Director General Laboratorio Belgamédica S.A; en el cual señaló lo siguiente:

"Hay dos ácidos grasos que son llamados esenciales pues se requieren forzosamente en la dieta humana y mamífera en general. Estos son el ácido linolénico (también llamado Omega 3) y el ácido linoleico (también llamado Omega 6).

(...) vale agregar que altas dosis de Omega 3 se asocian a inhibición de la agregación plaquetaria siendo, en consecuencia, agentes potencialmente hemorrágicos y el exceso de Omega 6 se ha vinculado a precisamente el efecto contrario.

Omega 3 y Omega 6 como aditivos en los huevos y la leche

Sin embargo, es totalmente otra cosa agregar derivados de Omega 3 y de Omega 6 a la leche o suplementar la dieta de gallinas ponedoras con extractos de pescado o fermentados de algas marinas ricos en un derivado (DHA) del Omega 3 para producir huevos conteniendo DHA y luego promover el consumo ad libitum de leche y huevos como beneficioso para disminuir la hipercolesterolemia. Esto es usar el Omega 3 y el Omega 6 como ingredientes y no como suplementos alimenticios para luego usar la "lógica de la ensalada" (el subrayado es nuestro).

"(...) el efecto nocivo del exceso de grasas saturadas en la leche va a contrarrestar ampliamente el dudoso efecto beneficioso de la presencia de Omega 3 y Omega 6 en la leche. Vale agregar que es conocimiento elemental de bioquímica que altas concentraciones de grasas saturadas (como las que hay en la leche) inhiben el ulterior metabolismo beneficioso del Omega 6.

En otras palabras, si se demuestra que esto no sólo constituye publicidad engañosa se habría llegado además a situaciones que incitan a la población a que se haga daño atentando contra su propia salud." (el subrayado es nuestro).

Al respecto, debemos señalar que el mismo artículo fue publicado en el Boletín AIS – LAC N° 50 correspondiente al mes de abril de 2001 editado por Acción Internacional para la Salud.

Asimismo, debe considerarse que mediante Carta N° 003-2001/PREV-INDECOPI, la Secretaría Técnica requirió a Nestlé Perú la documentación que acredite la veracidad de las siguientes afirmaciones efectuadas en sus anuncios publicitarios:

"Nestlé Omega Plus es la primera leche que ayuda a mejorar la circulación y disminuir el nivel de colesterol en la sangre.

Nestlé Omega Plus contiene Omega 3 y Omega 6, dos componentes naturales que contribuyen a mantener sano el sistema cardiovascular. Contiene vitaminas A, C, D y además vitamina E, que favorece las actividades antioxidantes."

En respuesta a ello, Nestlé presentó la documentación que en su opinión sustentaría sus afirmaciones, agregando que, "de la lectura de los documentos anteriormente indicados, se desprende que nuestro producto Nestlé Omega Plus tiene como componentes los ácidos grasos Omega-3 y Omega-6, cuyo valor nutricional ha sido objeto de numerosos estudios desde la década de los setentas."

A fin de contar con mayores elementos de juicio, mediante Oficio N° 026-2001/CCD-INDECOPI de fecha 16 de marzo de 2001, la Secretaría Técnica solicitó a la Dirección General de Salud Ambiental – DIGESA un informe a fin de determinar:

- (i) cuáles serían los efectos que generaría el consumo de productos que cuentan en su composición con Omega 3 y Omega 6;
- (ii) cuáles serían los beneficios que generaría el consumo de leche que cuenta en su composición con el elementos Omega 3 y Omega 6;
- (iii) cuáles serían los efectos que produciría el consumo diario de productos como leche con Omega 3 y Omega 6; y,
- (iv) si la información presentada por Nestlé acreditaría la veracidad de las afirmaciones contenidas en la publicidad materia de investigación.

En atención a dicha solicitud, mediante Oficio N° 2165-2001-DIGESA/DG de fecha 27 de junio de 2001, DIGESA señaló lo siguiente:

- (i) los ácidos grasos Omega 3 y Omega 6 son nutrientes esenciales para garantizar la estructura celular, por lo que su beneficio es a través del aporte alimentario;
- (ii) se recomienda la ingestión del ácido linoleico, ácido graso del tipo Omega 6, en la dieta aproximadamente al 1% del aporte de energía;
- (iii) el ácido linolénico es un ácido graso Omega 3, esencial para el ser humano y que es componente de la retina y el cerebro;
- (iv) de la revisión de la documentación de la investigación, no se ha encontrado información científica que indique que éstos 2 ácidos tengan efectos dañinos a la salud. Se indica que altas dosis de ácidos grasos Omega 3 pueden resultar eficaces en la prevención de la trombosis y la enfermedad arterialcoronaria;
- (v) Omega 3 y Omega 6 tienen elevado valor terapéutico en la reducción del colesterol

en la sangre y como protección frente a las enfermedades coronarias y cardiovasculares, arterioesclerosis, hiperlipidemia, hipercolesterolemia e hipertrigliceridemia.

En ese orden de ideas, DIGESA concluyó que:

- (i) los ácidos grasos Omega 3 y Omega 6 juegan un papel importante en la salud humana
- (ii) los ácidos grasos Omega 3 y Omega 6 tienen los mismos efectos en todos los alimentos suplementados;
- (iii) el efecto afirmado por Nestlé en su publicidad, **“debe ser verificado a través de análisis de laboratorio a fin de que lo declarado en el rótulo de los productos se ajuste a los niveles existentes”** (el resaltado es nuestro).

Finalmente, de acuerdo a la información obtenida por personal de la Secretaría Técnica en Internet, el *Center for Food Safety and Applied Nutrition* de la *Food and Drug Administration* ha señalado que no existe consenso sobre las propiedades atribuidas a Omega 3 y Omega 6, al indicar que:

- (i) *“... no hay un consenso científico significativo que permita afirmar la existencia de una relación entre los ácidos grasos Omega 3 y la reducción del riesgo de enfermedades coronarias (CHD).”¹*
- (ii) *“la evidencia científica sugiere que los ácidos grasos Omega 3 pueden reducir el riesgo de enfermedades coronarias (CHD), sin embargo la misma no es definitiva. Estudios en la población en general han observado a las dietas que contienen pescado y no es sabido si son esas dietas o los ácidos grasos Omega 3 que contiene el pescado los que pueden tener un efecto en la reducción del riesgo de CHD. No son conocidos los efectos que sobre los riesgos de CHD puedan o no tener los ácidos grasos Omega 3 en la población en general.”²*
- (iii) *“En consecuencia, la agencia consideraría que la siguiente leyenda sería calificada como adecuada: ‘Es sabido que las dietas bajas en grasas saturadas y en colesterol pueden reducir el riesgo de enfermedades al corazón. La evidencia científica sugiere que los ácidos grasos Omega 3 pueden reducir el riesgo de enfermedades coronarias (CHD), sin embargo la misma no es definitiva. Los estudios realizados a la población en general han observado a las dietas que contienen pescado y no es sabido si son esas dietas o los ácidos grasos Omega 3 contenidos en el pescado los que posiblemente puedan tener generar un riesgo de CHD en la población en general. No son conocidos los efectos que sobre los riesgos de CHD puedan o no*

¹ Traducción realizada por la Secretaría Técnica del siguiente texto contenido en la “Letter Clarifying Conditions for a Dietary Supplement Health Claim for Omega-3 Fatty Acids and Coronary Heart Disease”, de fecha 16 de febrero de 2001, emitida por la Food and Drug Administration de los Estados Unidos de América: “...there is not significant scientific agreement as to the validity of the relationship between omega-3 fatty acids and reduced risk of coronary heart disease (CHD)”

² Traducción realizada por la Secretaría Técnica del siguiente texto contenido en el documento titulado “FDA Talk Paper: Announces Decision on Another Health Claim for Dietary Supplements” de fecha 2 de noviembre de 2000, emitida por la Food and Drug Administration de los Estados Unidos de América: “The scientific evidence about whether omega-3 fatty acids may reduce the risk of coronary heart disease (CHD) is suggestive, but not conclusive. Studies in the general population have looked at diets containing fish and it is not known whether diets or omega-3 fatty acids in fish may have a possible effect on a reduced risk of CHD. It is not known what effects omega-3 fatty acids may or may not have on risk of CHD in the general population.”

tener los ácidos grasos Omega 3 en la población en general”³.

II.- HECHOS MATERIA DE INVESTIGACION

Durante el mes de julio de 2001, personal de la Secretaría Técnica adquirió en diversos establecimientos comerciales “leche con omega” producidos por distintas empresas, en cuyos envases se efectuaban las afirmaciones que se detallan a continuación:

PRODUCTO	EMPRESA	FRASES
Nestlé Omega plus (lata)	Nestlé Perú S.A.	<p>“Nestlé Omega plus. Omega 3, Omega 6 y vitaminas A, C, D y E. LECHE EVAPORADA MODIFICADA. Recomendado por Fundación Peruana de Cardiología.”</p> <p>“Si busca una alimentación más saludable, es importante controlar no sólo la cantidad de ingesta de grasa, sino también su calidad. Omega Plus de Nestlé cumple con esta condición por ser una leche balanceada en grasas y vitaminas, ya que contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omega 3 y Omega 6, dos ácidos grasos que contribuyen a mantener sano su sistema cardiovascular y ayudan a disminuir el nivel de colesterol en su sangre • Vitaminas A, C, D y además Vitamina E, que favorece las actividades antioxidantes.”
Nestlé Omega plus (caja)	Nestlé Chile S.A.	<p>“Nestlé Omega plus. <u>Ayuda a tu corazón</u> (frase incluida sólo en la presentación en tarro) <u>Recomendado por Fundación Peruana de Cardiología</u> (sticker con la referida indicación incluida sólo en la presentación en caja). Leche semidescremada con adición de Omega 3, Omega 6 y Vitaminas A, D y E.”</p> <p>“Por qué Omega 3 y Omega 6? En busca de una alimentación más saludable, es importante controlar no sólo la cantidad de ingesta de grasa, sino que también su calidad. Algunos alimentos poseen grasas beneficiosas para nuestra salud, que son las grasas insaturadas (preferentemente de origen vegetal), presentes en el aceite de oliva (ácido oleico) y otros aceites vegetales y marinos que contienen ácidos grasos del tipo Omega 3 y Omega 6, nutrientes esenciales para nuestro organismo y que, por lo tanto deben estar presentes en nuestra alimentación diaria.</p> <p>¿Por qué Omega Plus de Nestlé ayuda a tu Corazón?</p> <p>Entre los muchos factores que influyen en las enfermedades cardiovasculares, las dietas <u>bajas en grasas saturadas y colesterol</u> contribuyen a reducir el riesgo de estas enfermedades. Omega Plus de Nestlé cumple con esta condición y además aporta ácidos grasos esenciales Omega 3 y Omega 6 en una relación recomendada que ayuda a un buen funcionamiento del organismo.” (el subrayado es nuestro)</p>
Nestlé Omega plus (tarro)	Nestlé Perú S.A.	

³ Traducción realizada por la Secretaría Técnica del siguiente texto contenido en la “Letter Clarifying Conditions for a Dietary Supplement Health Claim for Omega-3 Fatty Acids and Coronary Heart Disease”, de fecha 16 de febrero de 2001, emitida por la Food and Drug Administration de los Estados Unidos de América: “Accordingly, the agency would consider the following claim to be appropriately qualified: “It is known that diets low in saturated fat and cholesterol may reduce the risk of heart disease. The scientific evidence about whether omega-3 fatty acids may reduce the risk of coronary heart disease (CHD) is suggestive, but not conclusive. Studies in the general population have looked at diets containing fish and it is not known whether diets or omega-3 fatty acids in fish may have a possible effect on reduced risk of CHD. It is not known what effect omega-3 fatty acids may or may not have on risk of CHD in the general population”.

<p>Gloria. Leche con Omega 3:6. (caja)</p>	<p>Gloria S.A.</p>	<p>“GLORIA. Leche con Omega 3:6. AYUDA EN LA PREVENCION DE ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES. SOCIEDAD PERUANA DE HIPERTENSION ARTERIAL. Con Omega 3 y 6, Vitaminas A, B6, C, D y E. UHT.</p> <p>Leche Omega 3:6 Gloria Una leche semidescremada enriquecida con Omega 3 y 6 que <u>contribuye a:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Prevenir enfermedades cardiovasculares.</u> • <u>Mejorar la nutrición.</u> • <u>Disminuir el riesgo de arterioesclerosis.</u> • <u>Disminuir y mantener los niveles normales de colesterol en la sangre.</u> • <u>Disminuir los triglicéridos.</u> <p>Además está enriquecida con vitaminas antioxidantes C y E que ayudan de enfermedades cardiovasculares y también con vitaminas A, B6 y D.</p> <p>Leche con Omega 3:6 Los nuevos estilos de vida pueden originar enfermedades a futuro. Por ello debemos aprender a cuidar nuestra salud. ¿Cómo podemos hacerlo? Es indispensable que realicemos actividad física y mantengamos una adecuada nutrición con alimentos sanos, bajos en grasas y colesterol.</p> <p>¿Qué son Omega 3 y 6? Son ácidos grasos que, cuando se <u>consumen en cantidades adecuadas</u>, tienen efectos benéficos para la salud. Está comprobado, por <u>reconocidos estudios científicos</u>, que dietas ricas en Omega 3 y 6 <u>reducen y/o previenen significativamente el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.</u>” (el subrayado es nuestro)</p>
<p>Laive. Leche con omega plus + CALCIO+VITAMINA D y E. Omega 3 y 6. (caja)</p>	<p>Laive S.A.</p>	<p>“LAIVE. Leche con omega Plus.+ CALCIO + VITAMINA D y E. Omega 3 y 6. 1 Litro. <u>NO CONTIENE COLESTEROL.</u> ULTRA PASTEURIZADA.</p> <p>LAIVE. Leche con omega Plus + CALCIO + VITAMINA D y E.</p> <p>Leche LAIVE con Omega Plus es una leche fresca a la que se le ha extraído (sic) sólo la grasa y se le ha agregado para completar sus cualidades alimenticias ácidos grasos poli saturados de cadena larga Omega 3, Omega 6, Calcio y antioxidante.</p> <p>Efectos positivos del Omega 3 y 6 de cadena larga ayudan a disminuir el nivel de colesterol de la sangre, reducen los niveles de trigliceridos en el plasma, reducen la presión arterial y reducen las arritmias cardíacas.</p> <p>DATOS DE NUTRICION</p> <p>TAMAÑO DE PORCION 200 cc PORCIONES POR ENVASE 5.</p>

		<p>CANTIDAS POR CADA 200 g</p> <p>Grasa saturada 0.86 g</p> <p>Grasa monoinsaturada 1.28 g</p> <p>Grasa poliinsaturada 0.86 g</p> <p><i>Incluye:</i></p> <p>Ac. G. Linoléico (Omega 6) 600 mg</p> <p>Ac. G. Linoléico (Omega 3) 116 mg</p> <p>COLESTEROL 2.00 mg</p> <p>SODIO 21.10 mg</p> <p>CARBOHIDRATO TOTAL</p> <p>Azúcares 9,2 g</p> <p>PROTEINAS 6.00 G (...)</p> <p>PORCENTAJE DEL VALOR DIARIO</p> <p>El porcentaje del valor diario está basado en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser más altos o más bajos, dependiendo de sus necesidades calóricas.</p> <p>Calorías 2,000" (el subrayado es nuestro).</p>
--	--	--

III. TIPIFICACIÓN

El Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor, señala lo siguiente:

Artículo 1º. - “La publicidad comercial de bienes y servicios se rige por las normas contenidas en el presente Decreto Legislativo.

La palabra “anuncio” debe entenderse en su más amplio sentido, comprendiendo inclusive la publicidad en envases, etiquetas y material de punto de venta.”

Artículo 4º: “Los anuncios no deben contener informaciones ni imágenes que directa o indirectamente, o por omisión, ambigüedad, o exageración, puedan inducir a error al consumidor, especialmente en cuanto a las características del producto, el precio y las condiciones de venta.”

Respecto a la publicidad en envase, en los Lineamientos consolidados sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial se señala que tanto el Decreto Legislativo N° 691 como su reglamento se refieren expresamente a la publicidad en envase⁴, la que está constituida por las frases e imágenes contenidas en el empaque, con las siguientes excepciones:

⁴ **NORMAS DE LA PUBLICIDAD EN DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 1º.- (...) La palabra “anuncio” debe entenderse en su más amplio sentido, comprendiendo inclusive la publicidad en envases, etiquetas y material de punto de venta.(...)

DECRETO SUPREMO N° 20-94-ITINCI, REGLAMENTO DE LAS NORMAS DE LA PUBLICIDAD EN DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Artículo 2º.- A efectos de lo dispuesto en el artículo 1º de la Ley, se entiende por:

a) **Publicidad en envase:** toda referencia distinta a la información propia de las normas de rotulado, y a la información técnica del producto.

Al respecto, el Tribunal ha señalado lo siguiente: “... dentro de los empaques de estos productos, la legislación vigente distingue las frases de contenido publicitario - las cuales constituirán publicidad en envase - del rotulado y la información técnica acerca de dichos productos ...”. Ver Resolución N° 044-97-C.C.D. de fecha 2 de setiembre de 1997, emitida en el expediente N° 122-97-C.C.D. seguido por Tabacalera Nacional S.A. contra Inversiones Amazónicas S.R.Ltda., declarando improcedente la denuncia por no constituir información publicitaria sino información técnica de rotulado.

- a) La información propia de las normas de rotulado; esto es, el nombre y domicilio legal del fabricante o distribuidor, la identificación del producto y su contenido neto; y,
- b) La información técnica del producto⁵.

Sin embargo, debemos señalar que, si bien esta información no constituye publicidad en envases, ello no impide a la Comisión analizar la legalidad de las mismas sobre la base de la legislación sobre competencia desleal.⁶

En este sentido, en la medida que las afirmaciones contenidas en los envases de los productos materia de denuncia, a las cuales nos hemos referido en el punto II del presente informe, no están dentro de las excepciones mencionadas anteriormente, las mismas constituyen un supuesto de publicidad en envase, correspondiendo a la Comisión analizar la veracidad de las mismas a partir de lo establecido por el Decreto legislativo N° 691.

Por otro lado, debe de tenerse en consideración lo señalado por la Comisión en reiterados pronunciamientos⁷ en el sentido que:

“... aquellas afirmaciones mediante las cuales se describe la relación entre un suplemento alimenticio o producto natural y la prevención, alivio o curación de determinadas enfermedades o los efectos benéficos para la salud, sólo se entenderán válidas si se concluye, sobre la base de la evidencia científica públicamente disponible y/o de carácter reservado (proveniente de estudios bien diseñados y conducidos de una forma que sea compatible con los procedimientos y principios farmacológicos y terapéuticos generalmente reconocidos), que existe un consenso científico entre expertos calificados por su trabajo y experiencia para evaluar tales afirmaciones, en el sentido que la relación sustancia-enfermedad atribuida al producto evaluado se fundamenta en la evidencia presentada. Es decir, que la metodología utilizada en los estudios que sustentan la evidencia y los estudios mismos sean científicamente comprobables y verificables por cualquier experto que siga los parámetros utilizados en ellos.

En este orden de ideas, si las empresas sujetas a investigación no tuvieran este tipo de información, la Comisión considerará que el producto en cuestión no cuenta con

⁵ A manera de ejemplo podemos señalar que, de acuerdo a lo establecido por el artículo 43° del Decreto Supremo N° 10-97-SA, el rotulado de los envases de los productos farmacéuticos deberá contener la siguiente información: (i) nombre del producto; (ii) concentración del principio activo; (iii) forma farmacéutica; (iv) vía de administración; (v) contenido neto por envase; (vi) fórmula del producto; (vii) condición de venta, si es bajo receta médica; (viii) nombre y país del laboratorio fabricante; (ix) nombre del Director Técnico para laboratorios nacionales; (x) las leyendas "Manténgase alejado de los niños" y cuando corresponda, "Uso Pediátrico", "Venta con receta médica", "Venta con receta médica retenida", "Venta sin receta médica. No usar más de... días, consultar a su médico", "Guardar en lugar fresco y seco", "Protéjase de la luz", "Agitar antes de usar", "Puede causar dependencia", "Producto Peruano" y "Si se observa reacciones adversas interrumpir su uso. Consulte con su médico"; (xi) número del Registro Sanitario; (xii) número de lote y fecha de expiración o vencimiento; (xiii) el nombre, dirección y Registro Unificado del importador, y el nombre del Químico Farmacéutico responsable para productos importados; (xiv) condiciones especiales de almacenamiento de ser necesarias; (xv) si el producto necesita para su uso una preparación previa, debe incluir en el rotulado información necesaria para tal efecto; y, (xvi) todas las advertencias especiales con relación al uso del producto que la DIGEMID disponga, con arreglo a la información disponible proveniente de fuentes de reconocido prestigio internacional, mediante resolución debidamente motivada que señale la fuente utilizada.

⁶ VER Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial, publicados mediante Resolución N° 001-2001-LIN-CCD/INDECOPI.

⁷ Ver al respecto la Resolución N° 041-1998/CCD-INDECOPI, emitida por la Comisión en el expediente N° 112-97-C.C.D., seguido por Liofilizadora del Pacífico S.R.Ltda. y Omniagro S.A., contra Hersil Laboratorios Industriales Farmacéuticos S.A.

evidencia científica suficiente para difundir afirmaciones, que, de manera categórica o condicionada, le atribuyan efectos benéficos para la salud de las personas, incluso cuando sólo se hiciera referencia a la posible existencia de beneficios para el tratamiento de una determinada enfermedad. En este caso en concreto, la publicidad sería considerada como ilícita, por carecer de la documentación y/o información que le sirva de sustento. (...)

Asimismo, en caso que las propiedades terapéuticas y/o los efectos benéficos para la salud atribuidos al producto estuvieran siendo objeto de algún estudio científico preliminar o aún no definitivo, la Comisión ha establecido como criterio en diversos precedentes administrativos que la publicidad de estos productos debe prescindir de afirmaciones categóricas con relación a sus posibles propiedades terapéuticas y/o efectos benéficos para la salud. De encontrarse en estudio, dichas propiedades y/o efectos benéficos podrán ser difundidos en forma condicionada y no categórica, siempre que se cumpla con informar adecuadamente a los consumidores sobre el estado de las investigaciones que se conducen respecto de las mismas y sus verdaderos alcances(...)

Al respecto, debemos recordar que la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del INDECOPI ha establecido que, en estos casos, el tema que motiva la preocupación de la institución es el mensaje de supuesta certeza sobre las propiedades terapéuticas que los anuncios atribuyen a estos productos. En este sentido, la Sala señala que “no estamos frente a un caso en el que haya quedado demostrada con certeza la falsedad de las afirmaciones publicitarias. Sólo estamos frente a un caso en el que ha quedado demostrado que se ofrecían como ciertas, características aún inciertas del producto. El engaño no está en presentar como verdadero lo que es falso, sino como cierto lo que es incierto o desconocido.”⁸

IV. DESCRIPCIÓN DE LA PRESUNTA INFRACCIÓN

En los envases correspondientes a los productos adquiridos por la Secretaría Técnica se utilizan las siguientes afirmaciones:

- (i) Nestlé Perú: “Recomendado por Fundación Peruana de Cardiología.”, Omega Plus de Nestlé cumple con esta condición (controlar no sólo la cantidad de ingesta de grasa sino también su calidad) por ser una leche balanceada en grasas y vitaminas, ya que contiene: Omega 3 y Omega 6, dos ácidos grasos que contribuyen a mantener sano su sistema cardiovascular y ayudan a disminuir el nivel de colesterol en su sangre. Vitaminas A, C, D y además Vitamina E, que favorece las actividades antioxidantes.” (en el caso de Nestlé Omega Plus lata); “Nestlé Omega plus. Ayuda a tu corazón (frase incluida sólo en la presentación en tarro) Recomendado por Fundación Peruana de Cardiología (sticker con la referida indicación incluida sólo en la presentación en caja). “¿Por qué Omega Plus de Nestlé ayuda a tu Corazón?. Entre los muchos factores que influyen en las enfermedades cardiovasculares, las dietas bajas en grasas saturadas y colesterol contribuyen a reducir el riesgo de estas enfermedades. Omega Plus de Nestlé cumple con esta condición y además aporta ácidos grasos esenciales Omega 3 y Omega 6 en una relación recomendada que

⁸ Resolución N° 063-96-TRI-SDC, emitida en el expediente N° 069-95-C.P.C.D., seguido DE OFICIO contra DROGUERÍA TRACKER S.A. y HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACÉUTICOS.

ayuda a un buen funcionamiento del organismo.” (en el caso de Nestlé Omega Plus caja y tarro);

- (ii) Gloria S.A.: *“GLORIA. Leche con Omega 3:6. AYUDA EN LA PREVENCION DE ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES. SOCIEDAD PERUANA DE HIPERTENSION ARTERIAL. Con Omega 3 y 6, Vitaminas A, B6, C, D y E. UHT.*

Leche Omega 3:6 Gloria

Una leche semidescremada enriquecida con Omega 3 y 6 que contribuye a:

- *Prevenir enfermedades cardiovasculares.*
- *Mejorar la nutrición.*
- *Disminuir el riesgo de arterioesclerosis.*
- *Disminuir y mantener los niveles normales de colesterol en la sangre.*
- *Disminuir los triglicéridos. (...)*

¿Qué son Omega 3 y 6?

Son ácidos grasos que, cuando se consumen en cantidades adecuadas, tienen efectos benéficos para la salud. Está comprobado, por reconocidos estudios científicos, que dietas ricas en Omega 3 y 6 reducen y/o previenen significativamente el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.”;

- (iii) Laive S.A.: *“LAIVE. Leche con omega Plus.+ CALCIO + VITAMINA D y E. **Omega 3 y 6.** 1 Litro. **NO CONTIENE COLESTEROL.** (...) **Leche LAIVE con Omega Plus** es una leche fresca a la que se le ha extraído (sic) sólo la grasa y se le ha agregado para completar sus cualidades alimenticias ácidos grasos poli saturados de cadena larga Omega 3, Omega 6, Calcio y antioxidante. Efectos positivos del Omega 3 y 6 de cadena larga ayudan a disminuir el nivel de colesterol de la sangre, reducen los niveles de trigliceridos en el plasma, reducen la presión arterial y reducen las arritmias cardíacas. (...) **COLESTEROL 2.00 mg**”.*

Teniendo en consideración lo manifestado en la publicación efectuada en el diario Gestión Médica, en el sentido que es distinto agregar derivados de Omega 3 y de Omega 6 a la leche (esto es usar el Omega 3 y el Omega 6 como ingredientes) que utilizarlos como suplementos alimenticios; corresponde determinar si los efectos beneficiosos se producen cuando Omega 3 y Omega 6 son un componente de la leche, o cuando se ingieren como suplementos alimenticios.

Asimismo, debe tenerse presente lo establecido por la Comisión en reiterados pronunciamientos, en el sentido que las afirmaciones incluidas en la publicidad de suplementos alimenticios, productos naturales y/o sustancias similares referentes al alivio, curación de determinadas enfermedades o efectos benéficos para la salud deben basarse en evidencia científica públicamente disponible respecto a la existencia de un consenso científico significativo en el sentido que la relación sustancia-enfermedad atribuida al producto evaluado se fundamenta en evidencia presentada. Siendo que, las afirmaciones incluidas en la publicidad de suplementos alimenticios, productos naturales y/o sustancias similares que no tengan debida sustentación, no pueden atribuirse efectos benéficos para la salud ni propiedades terapéuticas en forma categórica ni condicionada.

En consecuencia, conforme a lo señalado en el presente informe, en el presente caso existirían indicios de presuntas infracciones al principio de veracidad contenido en el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor, toda

vez que:

- (i) estas empresas estarían atribuyendo a sus producto propiedades terapéuticas, por lo que, conforme a lo establecido por el artículo 15 del Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor⁹, corresponde requerir a las empresas investigadas la presentación de los medios probatorios que acrediten la veracidad de las afirmaciones contenidas en los envases de los productos;
- (ii) se atribuyen efectos beneficiosos derivados del consumo de leche con Omega 3 y 6 sin indicar si son un componente de la leche, o si se trata de suplementos alimenticios; y,
- (iii) no se determina cuál es la dosis requerida para producir los beneficios anunciados en contraposición con los efectos generados por el consumo de productos con Omega 3 y Omega 6 en las cantidades requeridas.

Carlos Jiménez Rodríguez
Secretario Técnico Adjunto
Comisión de Represión de la
Competencia Desleal

⁹ **NORMAS DE LA PUBLICIDAD EN DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 15.- Cualquier ilustración, descripción o afirmación publicitaria sobre el producto anunciado será siempre susceptible de prueba por el anunciante, en cualquier momento y sin dilación, a requerimiento de la Comisión de Represión de la Competencia Desleal, de oficio o a pedido de parte.