



LA SIC CONTINÚA CON SU CAMPAÑA CONTRA LOS “PRODUCTOS MILAGRO” Y SANCIONA A GENOMA LAB COLOMBIA LTDA. POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN VARIOS DE SUS PRODUCTOS

Bogotá D.C., noviembre 16 de 2011. – La Superintendencia de Industria y Comercio impuso cinco (5) multas a la sociedad Genomma Lab Colombia Ltda., por un valor superior a los 139 millones de pesos por publicidad engañosa, en relación con los mensajes que transmite en sus productos “*Tío Nacho Contra Canas*”, “*Tío Nacho Aclarante*”, “*White Secret*”, “*Cicatricure crema*” y “*Siluet 40*”, ya que no demostró que los beneficios que anuncian tales productos estén científicamente sustentados.

La medida fue adoptada al verificarse que la sociedad investigada no aportó los estudios científicos que permitieran comprobar que los efectos ofrecidos a través de la publicidad sean los realmente producidos, en tanto que aseguran que el producto “*Tío Nacho Contra Canas*” previene y retrasa la caída del cabello y la aparición de canas; que el producto “*Tío Nacho Aclarante*” previene la caída del cabello y la aparición de canas y deja el cabello con tonos más claros; que los productos de la línea “*White secret*” (cremas corporales, faciales y jabones) ayudan a mejorar el aspecto de la piel con manchas, aclaran el tono de la piel, protegen la piel de los rayos UV y los radicales libres haciéndola lucir mucho más joven.

Respecto de la crema “*Cicatricure*”, se anuncia que reduce las arrugas, las líneas de expresión y previene su aparición y que los productos de la línea “*Siluet 40*” desvanecen visiblemente la “*piel de naranja*” alisando visiblemente la piel, actúa a profundidad con efecto liporeductor y moldeador que mejora visiblemente la piel, la tonifica, humecta y reafirma y ayuda a disminuir talla y la celulitis, dando mayor firmeza a la piel de la zona donde se aplica.

Estos mensajes publicitarios, en criterio de la Superintendencia de Industria y Comercio son engañosos, en la medida en que la sociedad sancionada no demuestra por medio de experimentos o estudios científicamente válidos que las afirmaciones anunciadas en su publicidad respecto de los productos ofrecidos sean reales y efectivas.

Como medida de protección a los consumidores, la Superintendencia de Industria y Comercio ordenó a la investigada que proceda a ajustar a las previsiones del artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 y de la Circular Única de esta Entidad la publicidad contenida en los empaques, anuncios y folletos de los productos “*Tío*



Nacho Contra Canas, *Tio Nacho Aclarante* *White Secret*, así como retirar inmediatamente toda la publicidad de los productos *Cicatricure crema* y *Siluet 40*, donde se mencione información que no esté científicamente sustentada.

Asimismo, ordenó a Genomma Lab Colombia Ltda. que publicara en un periódico de amplia circulación, 5 anuncios en los que informe que los productos *Cicatricure crema* y *Siluet 40*, no cuentan con ningún sustento científico que demuestre su efectividad, por lo que está prohibido hacer publicidad en sus folletos, carteles, empaques, avisos o cualquier medio de información donde se anuncien tales beneficios.

Las decisiones adoptadas son de primera instancia, y contra ellas proceden los recursos de reposición y de apelación.