

La mayoría de los *productos milagro* no tienen respaldo científico demostrado

EN ESPAÑA SE GASTAN ANUALMENTE MÁS DE 2.000 MILLONES DE EUROS EN PRODUCTOS SIN EFECTIVIDAD DEMOSTRADA PARA ADELGAZAR O MEJORAR EL RENDIMIENTO SEXUAL

Té verde, ácido linoleico, faseolamina, cola de caballo, naranjo amargo, fucus, chitosán, guaraná ginkgo biloba... Un estudio de CECU ha analizado los principales componentes que contienen la mayor parte de productos milagro del mercado. Son artículos que se autodeclaran útiles para controlar el peso, aumentar el volumen y la firmeza de los pechos, reducir la caída del cabello o mejorar el rendimiento sexual, pero que en la mayoría de casos **no tienen efectos científicos** demostrados o podría conseguirse el mismo resultado a base de una dieta variada y equilibrada. Además, algunos pueden ocasionar **efectos secundarios** sobre la salud cardiovascular o provocar ansiedad, taquicardia, insomnio, alergias o hipertensión.

El proyecto *Publicidad y comercialización de productos milagro*, subvencionado por el Instituto Nacional del Consumo (INC), presentado esta mañana por CECU, ha analizado en los últimos meses la comercialización y publicidad de este tipo de artículos puestos a la venta bajo la denominación de complementos alimenticios (de fácil autorización) y, en muchas ocasiones, incluso, con la apariencia de medicamentos. En su agresiva publicidad, estos productos se atribuyen una serie de propiedades sobre las que no hay demostración científica, sorteando (y muchas veces incumpliendo) la legislación con juegos de palabras en los que se intuye una finalidad que poco tiene que ver con lo que se comunica a las autoridades sanitarias para su autorización.

Estos artículos están a la venta en farmacias y parafarmacias, lo cual les otorga cierto prestigio infundado, y llenan internet con mensajes de lo más exótico que buscan confundir al consumidor entre pretendidos estudios, supuestos testimonios de doctores y usuarios y fotografías de “antes y después”. CECU denunciará varios de estos productos y pondrá en manos de las autoridades el informe completo para que se observe la necesidad de profundizar en la legislación de estos productos.

Área de Comunicación, CECU

