Sede Administrativa Principal
Carrera 68D N° 17-11/21
PBX: (1) 2948700
Bogotá D.C. Colombia
www.invima.gov.co
Coordinación Grupo de
Publicidad
Ext. 3882 - 3902
E-Mail:
invimapub@invima.gov.co

INVIMA

ABC de Publicidad

Suplementos Dietarios

GLOSARIO

Suplemento dietario:
Producto cuyo propósito es adicionar la dieta normal y que es fuente concentrada de nutrientes y otras sustancias con efecto fisiológico o nutricional que puede contener vitaminas, minerales, proteínas, aminoácidos, otros nutrientes y derivados de nutrientes, plantas, concentrados y extractos de plantas solas o en combinación.

Promoción de ventas
Incentivos que estimulan la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, por ejemplo: ofertas (2x1), muestras gratis, cupones, bonificaciones, descuentos, o material POP como lapiceros, gorras, calendarios, llaveros, camisetas, vasos, entre otros.

Publicidad
Comunicación de mensajes con el fin de persuadir, informar o recordar a un grupo objetivo o mercado meta, acerca de bienes y/o servicios. Lo anterior con el empleo de medios de comunicación por un patrocinador claramente identificado.

Publicidad de producto
Su propósito es informar acerca de un producto específico sus bondades, cualidades, características, entre otros aspectos.

Publicidad educativa
Su objetivo es cambiar actitudes o conductas para el bien de la comunidad o el público en general.

Publicidad institucional
Se usa para crear recordación inmediata y favorable del anunciante o la marca.

ABC de Publicidad
Suplementos Dietarios

MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL

Mauricio Santamaria Salamanca
Ministro de la Protección Social

Beatriz Londoño Soto
Viceministra de Salud y Bienestar

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA

Jairo Céspedes Camacho
Director General

Clara Isabel Rodríguez Serrano
Subdirectora de Registros Sanitarios

Martha Cecilia Rodríguez Ramírez
Subdirectora de Medicamentos y Productos Biológicos

Ana Graciela Criado Aussant
Subdirectora de Insumos para la Salud y Productos Varios

Laura Pasculli Henao
Subdirectora de Alimentos y Bebidas Alcohólicas

Perla Inés Llinás Álvarez
Secretaria General

Aura Yineth Correa Niño
Jefe Oficina Asesora Jurídica

Astreed Carolina Sierra Arias
Jefe Oficina Asesora Planeación, Informática y Estadística

Norma Constanza García Ramírez
Jefe Oficina de Control Interno

COORDINACIÓN EDITORIAL - GRUPO PUBLICIDAD INVIMA

Clara Inés Acevedo Galvis
Coordinadora Grupo de Publicidad

Rodrigo Alfonso Zamudio Bravo
Publicista

Silvia Milena Blanco Díaz
Comunicadora Social

Grupos de Trabajo Territorial del INVIMA

OFICINA	DEPARTAMENTOS QUE CUBRE	UBICACIÓN DE LA SEDE	TELÉFONOS	CORREO ELECTRÓNICO
Costa Caribe 1	Guajira, Magdalena, Cesar y Atlántico	Barranquilla Cra. 54 # 72-142 P. 8	095-3602400	hsanchezl@invima.gov.co
Costa Caribe 2	Córdoba, Bolívar, Sucre y San Andrés	Montería Cll. 28 # 4-21 Of. 402	094-7822127	proquemem@invima.gov.co
Centro Oriente 1	Santander y Norte de Santander	Bucaramanga Cra. 35#54-98	097-6433362	rrinconr@invima.gov.co
Centro Oriente 2	Cundinamarca Boyacá y Amazonas	Bogotá D.C. Cra. 14A # 58A-14	091-3458654	ajimenezt@invima.gov.co
Centro Oriente 3	Tolima, Huila y Caquetá	Neiva Cll. 21#5Bis-21 Int204	098-8756169	mfajardow@invima.gov.co
Occidente 1	Antioquia y Chocó	Medellín Cra. 75 # 30A-46	094-2389898	hloperas@invima.gov.co
Occidente 2	Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo	Cali Cll. 23 Norte 3N-63 Edificio Almirante L2	092-6611643	jmunoz@invima.gov.co
Oriniquía	Meta, Casanare, Arauca, Guaviare, Guaínia, Vichada y Vaupés	Villavicencio Cll. 26C # 37-38 P. 2	098-8728472	jcorredors@invima.gov.co
Eje Cafetero	Quindío, Caldas y Risaralda	Armenia Cra. 14 # 23-15 P. 2	313 8439804	malarcons@invima.gov.co

Horario de atención al público
Lunes a viernes 8:00 a.m. - 4:00 p.m.

Normatividad

Ley 9 de 1.979. *"Por el cual se adoptan medidas sanitarias."*

Decreto 272 de 2009: Por el cual se modifica el parágrafo del artículo 24 del Decreto 3249 de 2006, modificado por el artículo 6 del Decreto 3863 de 2008

Decreto 3249 de 2006: *"Por el cual se reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro sanitario, de control de calidad, de vigilancia sanitaria y control sanitario de los suplementos dietarios, se dictan otras disposiciones y se deroga el Decreto 3636 de 2005".*

Decreto 3863 de 2008: "Por medio del cual se modifica el Decreto 3249 de 2006".

ABC de Publicidad
Suplementos Dietarios

Contenido

Presentación

1. ¿Qué es publicidad? 5
2. ¿Por qué es importante el control sobre la publicidad de los suplementos dietarios? 5
3. ¿Quién es el encargado de ejercer control sobre la publicidad de los suplementos dietarios en Colombia? 5
4. ¿Cuáles son los requisitos sanitarios que debe cumplir la publicidad de suplementos dietarios? 6
5. ¿Dónde pueden anunciarse los suplementos dietarios? 7
6. ¿Las publicidades sobre suplementos dietarios requieren autorización por parte del INVIMA? 7
7. ¿Cómo se presenta una solicitud de publicidad de suplementos dietarios ante el INVIMA? 7
8. ¿Cómo evalúa el INVIMA las autorizaciones previas de publicidad de los suplementos dietarios? 8
9. ¿Qué vigencia tiene la autorización de una publicidad? 9
10. ¿Quiénes son los responsables en caso de contravención a la norma sanitaria en publicidad? 9
11. ¿A qué sanciones está sujeto el infractor por contravenir las normas sanitarias de publicidad? 9

Normatividad 10

Grupos de trabajo territorial del INVIMA 11

Glosario 12

PRESENTACIÓN

La publicidad es una técnica primordial a la hora de acceder a nuevos mercados, hacer fieles a los actuales clientes y en general al comercializar productos o servicios. En materia de alimentos, medicamentos, insumos u otro tipo de artículos para el consumo humano, ésta debe ser regulada de manera especial, pues es un determinante clave para la adquisición de aquellos elementos que interferirán en la salud de los consumidores.

El **Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA**, en cumplimiento de su misión de garantizar la salud pública en Colombia, asumió desde 1994 la función de ejercer inspección, vigilancia y control, no sólo de los productos que consumen o emplean los colombianos, sino de la manera como éstos se publicitan.

Con el propósito de fortalecer y agilizar esta tarea, el INVIMA cuenta desde 1999 con los **Comités de Publicidad** de Medicamentos y Productos Biológicos, Alimentos y Bebidas Alcohólicas, Cosméticos, Insumos para la Salud y Productos Varios, Aseo, Higiene y Limpieza, encargados de evaluar las solicitudes de publicidad que de tales productos son presentadas ante el INVIMA. La creciente demanda de autorizaciones motivó la creación del **Grupo de Publicidad** en el 2008, a cargo de la Subdirección de Registros Sanitarios, dependencia que actualmente coordina las actividades de los citados Comités.

A través de este documento didáctico **"ABC de la Publicidad de Suplementos Dietarios"**, presentamos a nuestros usuarios las pautas generales para tramitar las solicitudes de autorización y los requisitos que deben observarse para que las piezas publicitarias puedan emitirse en los diferentes medios de comunicación.

Sin duda para el INVIMA y para los usuarios hay un propósito común: que la publicidad de los productos que tienen impacto en la salud pública, brinde información acertada e induzca al consumidor a una adquisición certera y segura.

Jairo Céspedes Camacho
Director General

ABC de Publicidad
Suplementos Dietarios

si el interesado no comparte la disposición tomada por el Instituto, puede interponer un recurso de reposición y/o subsidiario de apelación.

9. ¿Qué vigencia tiene la autorización de una publicidad?

La publicidad autorizada por el INVIMA tiene una vigencia igual a la del registro sanitario, salvo cuando el registro es modificado y la publicidad no se ajuste a la modificación efectuada.

10. ¿Quiénes son los responsables en caso de contravención a la norma sanitaria en publicidad?

Los titulares del registro sanitario son los responsables de cualquier transgresión sanitaria en el contenido del material publicitario de los suplementos dietarios y de las consecuencias que ello pueda generar en la salud individual y colectiva.

11. ¿A qué sanciones sanitarias está sujeto el infractor por contravenir las normas sanitarias de publicidad?

El INVIMA adopta las medidas sanitarias correctivas necesarias para dar cumplimiento a lo dispuesto en la normatividad vigente. En este sentido ordena la suspensión de la publicidad que está en circulación y que infringe la norma sanitaria.

Si el daño ya fue causado, es decir, la publicidad fue retirada pero infringió la Ley impactando la salud pública, el INVIMA adelanta los procesos sancionatorios y adopta las decisiones a que haya lugar: amonestación, multas, suspensión o cancelación del registro sanitario.

del registro sanitario, o su apoderado debidamente acreditado para gestionar el trámite correspondiente.

Este formato se encuentra en la página web www.invima.gov.co, ingresando a: Trámites y Servicios - Formatos - Publicidad. Allí se despliega el instructivo para este trámite y al final del documento se encuentra en enlace del formato de solicitud señalado como F01-PM01-RS.

- Proyecto de publicidad en original y dos copias, el cual deberá contener el número de registro sanitario.
- Recibo de consignación en el cual conste el pago de la tarifa correspondiente. Esta tarifa también puede ser consultada en el sitio web del Instituto.

8. ¿Cómo evalúa el INVIMA las autorizaciones previas de publicidad de suplementos dietarios?

Una vez el usuario radica la solicitud con sus respectivos soportes, el Comité de Medicamentos, Productos Biológicos y Cosméticos del Grupo de Publicidad del INVIMA, en un término no superior a ocho (8) días hábiles, evalúa el material publicitario allegado y decide si aprueba, hace un requerimiento o niega la solicitud. Previo visto bueno de la Coordinación del Grupo de Publicidad y de la Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos del INVIMA, la decisión es notificada al interesado en un término no mayor a quince (15) días hábiles.

En caso de hacerse un requerimiento, el interesado tiene un periodo de dos meses para dar respuesta al mismo. Si no se presenta en este periodo de tiempo, debe allegar una nueva solicitud.
Contra la decisión tomada por el INVIMA procederán los recursos de vía gubernativa establecidos en el Código Contencioso Administrativo, es decir,

ABC de Publicidad
Suplementos Dietarios

1. ¿Qué es publicidad?

Es la comunicación de mensajes con el proposito de persuadir, informar o recordar a un grupo objetivo o mercado meta, acerca de los beneficios y ventajas de un bien y/o servicio, con el fin de estimular su adquisición, consumo y posicionamiento.

2. ¿Por qué es importante el control sobre la publicidad de los suplementos dietarios?

Las decisiones de la gente frente a la adquisición y consumo de productos como los suplementos dietarios, tienen significativas repercusiones sobre la salud pública. Por ello la importancia de ejercer inspección, vigilancia y control sobre su publicidad con el fin de garantizar que la información que llegue a los consumidores sea la apropiada y así favorecer a una adquisición y consumo certero de los mismos.

3. ¿Quién es el encargado de ejercer control sobre la publicidad de los suplementos dietarios en Colombia?

El **Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA**, es la entidad encargada de ejercer inspección, vigilancia y control sobre los suplementos dietarios en Colombia y sobre la forma en que estos se anuncian.

El **Grupo de Publicidad** de la Subdirección de Registros Sanitarios del INVIMA realiza el estudio de las solicitudes de aprobación de publicidad

de suplementos dietarios y participa en las acciones de inspección, vigilancia y control sobre el material que ha sido publicitado.

4. ¿Cuáles son los requisitos sanitarios que debe cumplir la publicidad de suplementos dietarios?

La publicidad sobre suplementos dietarios debe cumplir con los siguientes requisitos sanitarios:

- No presentar información que confunda, exagere o engañe en cuanto a la composición, origen, efectos u otras propiedades del producto, ni ostentar indicaciones preventivas, de rehabilitación o terapéuticas.
- No contraponerse a la promoción de hábitos y estilos de vida saludables.
- No afirmar que el producto llena por sí solo los requerimientos nutricionales del ser humano, o que puede sustituir alguna comida.
- No atribuir a los suplementos dietarios un valor nutritivo superior o distinto al que se ha declarado en el registro sanitario.
- No realizar comparaciones en menoscabo de las propiedades de otros productos.
- No expresar o sugerir que la ingesta exclusiva de estos productos proporciona a las personas características o habilidades extraordinarias.
- No declarar propiedades que no puedan comprobarse, o que señalen que los productos son útiles para prevenir, aliviar, tratar o curar una enfermedad, trastorno o estado fisiológico.
- No incentivar el consumo en menores de edad.
- Incluir de forma visible y legible (para medios de comunicación visuales) y clara y audible (para medios de comunicación sonoros) las siguientes leyendas sanitarias:

  "Este producto no sirve para el tratamiento, cura o prevención de alguna enfermedad".

ABC de Publicidad
Suplementos Dietarios

  "Este producto es un suplemento dietario, no es un medicamento y no suple una alimentación equilibraba".
- Si la publicidad incluye promociones, no se permite que los incentivos estén en contacto con el contenido del producto.

5. ¿Dónde pueden anunciarse los suplementos dietarios?

Los suplementos dietarios pueden anunciarse en medios masivos de comunicación (televisión, radio, medios impresos, internet) y en publicaciones de carácter especializado dirigidas a profesionales de la salud, siempre y cuando cumplan con los requisitos anteriormente mencionados.

6. ¿La publicidad de suplementos dietarios requiere autorización por parte del INVIMA?

Sí, *todas* las publicidades sobre suplementos dietarios, independiente del medio de comunicación en que se emitan, requieren autorización previa por parte del INVIMA.

7. ¿Cómo se presenta una solicitud de publicidad de suplementos dietarios ante el INVIMA?

Para presentar la solicitud de publicidad ante el INVIMA, el interesado debe allegar:

- Formato de solicitud de publicidad firmado por el titular