



**Universidad de Valladolid**  
**Grado en Enfermería**  
**Facultad de Enfermería de Valladolid**

**UVa**

**Curso 2021-2022**  
**Trabajo de Fin de Grado**

**VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LOS  
MENSAJES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  
REALIZADOS POR TIPOS DE PRESCRIPTORES  
SEGÚN CUMPLIMIENTO DEL REAL DECRETO  
1907/1996 DE 2 DE AGOSTO**

**Ouissal Bekkouche Haigoune**

**Tutora: María José Castro Alija**

**Cotutor: Rafael Urrialde de Andrés**

## RESUMEN:

Actualmente se ha extendido la publicidad de productos alimentarios que asegura el tratamiento o prevención de ciertas patologías, así como, el uso de sanitarios o personajes famosos para hacer llegar el mensaje. Esencialmente todo tiene una finalidad comercial.

Para el control de este tipo de propaganda con fines o apariencia sanitaria, se aprobó el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto por el que se decretan medidas sanitarias para la protección de la salud y exigencia del cumplimiento de la normativa. También da la posibilidad de intervención a las autoridades sanitarias para restablecer la correcta información sanitaria.

El objetivo del estudio es evaluar el contenido de los mensajes publicitarios sobre alimentos y bebidas y valorar su cumplimiento según lo recogido en el Real Decreto. Para ello se ha realizado una búsqueda de 35 anuncios en las plataformas Google y YouTube. Se han clasificado en tablas según el tipo de alimento y el tipo de incumplimiento si lo hay. En general hay cumplimiento y los productos alimenticios se difunden con gran transparencia mencionando su composición y sin dotarlos de fines curativos. Sin embargo, se ha observado el alto porcentaje de incumplimiento que tienen los suplementos y complementos alimenticios por lo que hace falta más control de la publicidad alimentaria sobre todo en una población, como la actual, digitalizada y sensible a cualquier tema que trate su salud y aspecto físico.

Palabras clave: anuncios de productos alimenticios, enfermedades, salud, publicidad, complementos alimenticios.

## ABSTRACT:

Currently, the advertising of food products that ensures treatment or prevention of certain pathologies has been extended, as well as the use of healthcare or famous people to get the message across. Essentially everything has a commercial purpose.

To control this type of propaganda for health purposes or appearance, Royal Decree 1907/1996 of August 2 was approved, which decrees health measures for the protection of health and the requirement of compliance with regulations. It also gives the possibility of intervention to the health authorities to restore the correct health information.

The objective of the study is to evaluate the content of food and beverages advertising messages and assess their compliance according to the Royal Decree. For this, a search of 35 advertisements has been carried out on the Google and YouTube platforms. They have been classified in tables according to the type of food and the type of non-compliance, if any. In general, there is compliance and food products are spread with great transparency, mentioning their composition and without endowing them with curative purposes. However, the high percentage of non-compliance that have supplements and food supplements is clear. Therefore, more control of food advertising is needed, especially in a population, such as the current one, digitized and sensitive to any issue that deals with their health and physical appearance.

Keywords: food ads, diseases, health, publicity, food complements.

## ÍNDICE:

1. Introducción.....	pág. 5
2. Objetivos.....	pág. 9
3. Material y métodos.....	pág. 10
4. Resultados.....	pág. 12
5. Discusión.....	pág. 18
6. Conclusión.....	pág. 20
7. Bibliografía.....	pág. 21
8. Anexo.....	pág. 27

# 1. INTRODUCCIÓN

## LA PUBLICIDAD

La publicidad es un tipo de comunicación con finalidad claramente comercial que busca impulsar al receptor al consumo de un producto. Es una estrategia de la que hace uso el marketing y que lleva a cabo un patrocinador identificado. Suele ser original, llamativa y repetitiva para atraer al receptor (1).

Actualmente la sociedad vive bajo la influencia de los medios de comunicación y los constantes mensajes de propaganda que recibe.

La población es más sensible a estos mensajes cuando afectan a su salud, a su aspecto físico o al bienestar de modo que pueden llegar a modificar sus hábitos de vida y rutina de consumo.

Con la evolución de las nuevas tecnologías y dispositivos con disponibilidad de 24 horas, las empresas tienen a su disposición un gran número de soportes para hacer llegar sus mensajes directamente a la población sin necesidad de intermediarios (2).

A nivel mundial, Internet está ganando gran espacio en las vidas de las personas por ello la publicidad se ha digitalizado y ha ampliado la difusión de sus mensajes también a través de la red superando los gastos que se invierten en la publicidad offline televisiva (3).

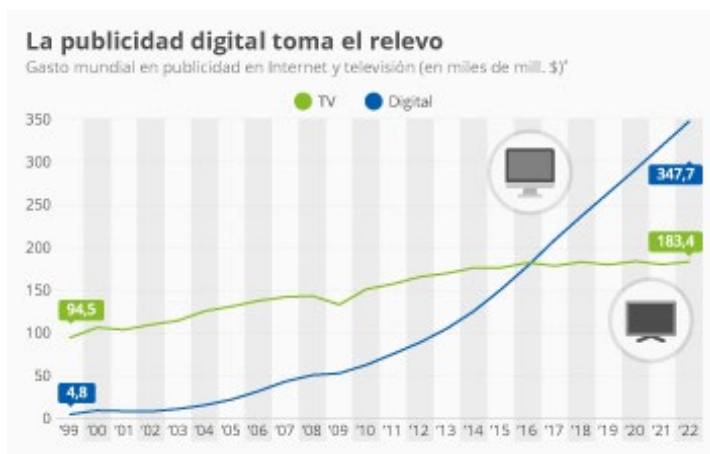


Figura 1: Gráfico comparativo entre la publicidad televisiva y la digital.

Los principales objetivos de la publicidad son informar y persuadir al receptor. Dentro de la función de persuadir existen diferentes tipos (4):

- Persuasión racional: utiliza mensajes informativos objetivos y lógicos que explican la utilidad real del producto.
- Persuasión emocional: dota a los productos de significaciones positivas y subjetivas para influir en las emociones del consumidor.
- Persuasión inconsciente: incita al consumo del producto manipulando al consumidor por debajo del umbral de percepción consciente.

#### REAL DECRETO 1907/1996

La publicidad alimentaria por su parte influye en las preferencias, las peticiones de compra y los hábitos alimentarios de la sociedad pudiendo cambiarlos, de modo que pueden generar graves consecuencias al repercutir en la salud de las personas.

Determinadas empresas anuncian sus productos alimenticios asignándoles fines curativos o preventivos siendo perjudiciales si no gozan de autorización previa.

Por ello se ha creado el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

Los objetivos de este Real Decreto son: defender al consumidor y usuarios y proteger su salud. Asimismo, permite la intervención de las autoridades sanitarias en caso de fraude o información perjudicial no verdadera y sin autorización.

Previamente hubo otras leyes donde se mencionaba la regulación y control de la publicidad con finalidad sanitaria:

- Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad: defiende que haya un control de la publicidad y que esta sea verdadera.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad: afirma que tiene que haber una regulación de la forma y condiciones de difusión de mensajes publicitarios.

En el Real Decreto 1907/1996 se recogen 8 artículos cuyo argumento será explicado brevemente a continuación:

ARTÍCULO 1: Control sanitario de la publicidad.

Las autoridades sanitarias y los colegios profesionales controlarán la publicidad sobre diagnóstico, prevención o tratamiento para que se ajusten a la veracidad y limitar el perjuicio.

ARTÍCULO 2: Prohibición de remedios secretos.

Prohibición de los remedios secretos, su promoción y su distribución.

ARTÍCULO 3: Publicidad de medicamentos y productos sanitarios.

Prohibición de la publicidad de productos en fase de investigación. Los productos sanitarios se rigen por su norma especial de publicidad.

ARTÍCULO 4: Prohibiciones y limitaciones de la publicidad con pretendida finalidad sanitaria.

Prohibición de cualquier clase de publicidad con finalidad sanitaria en los siguientes casos:

- Prevención o tratamiento de tumores, insomnio, Diabetes Mellitus o enfermedades transmisibles.
- Propiedades de adelgazamiento o contra la obesidad.
- Seguridad de alivio o curación cierta.
- Utilización como respaldo de autoridades sanitarias.
- Referencia a su uso en centros sanitarios o farmacias.
- Testimonio de sanitarios, pacientes o famosos.
- Sustitución del régimen de alimentación común en maternidad, lactancia o personas de tercera edad.
- Atribución a cosméticos o productos de régimen dietético propiedades distintas a las reconocidas según su normativa especial.
- Potenciación del rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.
- Utilización del término "natural".
- Sustitución de medicamentos o productos sanitarios legalmente reconocidos o de intervenciones de los profesionales sanitarios.

ARTÍCULO 5: Prohibiciones a los profesionales sanitarios.

Ni los sanitarios ni los que lo aparenten pueden amparar publicidad que respalde finalidad sanitaria cuando sea una condición del artículo 2 o 4. Prohibición de diagnosticar y prescribir de forma televisiva.

ARTÍCULO 6: Publicidad en los centros sanitarios.

Toda publicidad de centros sanitarios, de belleza, de adelgazamiento, de tratamiento o desarrollo físico o estético requiere autorización sanitaria.

ARTÍCULO 7: Transparencia y veracidad de la información y publicidad sanitarias.

La publicidad debe ser verdadera y exacta y los medios de comunicación no admitirán publicidad contraria al Real Decreto.



ARTÍCULO 8: Infracciones, sanciones y suspensión sanitaria de actividades.

Se impondrán sanciones según los artículos 26 y 37 de la Ley General de Sanidad. Según el artículo 35 de la Ley General de Sanidad, es infracción grave el incumplimiento de los artículos 4, 5 y 6 del Real Decreto e infracciones muy graves el incumplimiento del artículo 2 del mismo (5).

Justificación:

Actualmente la incidencia de enfermedades en la población adulta está aumentando y, como consecuencia, también aumenta la popularidad de publicidad alimentaria que asegura la prevención, tratamiento o alivio de ciertas patologías.

Sin embargo, no toda la publicidad alimentaria cumple con lo que comunica ni con lo que se recoge en la legislación, razón que motiva a seguir analizando este tipo de anuncios para deducir y poder advertir de aquellos que van contra la ley.

## 2. OBJETIVOS

1. Evaluar el contenido de los mensajes publicitarios sobre alimentos y bebidas.
2. Valorar su cumplimiento según lo recogido en el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto.

### 3. MATERIAL Y MÉTODOS

- 1- Diseño: Trabajo de investigación. Se ha llevado a cabo un estudio transversal, observacional y descriptivo.
- 2- Estrategia de búsqueda: se realizó partiendo de la pregunta PICO y su esquema reflejado en la tabla 1 y utilizando las siguientes palabras clave combinadas: anuncios de productos alimenticios, enfermedades, salud, publicidad, complementos alimenticios.

Pregunta PICO: ¿cumplen los mensajes publicitarios sobre alimentos y bebidas dirigidos a la población adulta con lo que se recoge en el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto?

Tabla 1: Desarrollo del esquema PICO

Paciente	Población adulta
Intervención	Mensajes publicitarios sobre alimentos y bebidas
Comparador	No procede
Outcome/ Resultado	Cumplen con lo recogido en el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto

La búsqueda de anuncios publicitarios de productos alimenticios se llevó a cabo durante el mes de marzo. Se analizaron anuncios localizados en la televisión y la web. Se hizo uso de buscadores tales como Google y YouTube.

3- Estrategia de selección: se seleccionaron diferentes tipos de anuncios según cumplimiento de determinados criterios. En la tabla 2 se muestran los criterios de inclusión y exclusión que se han tenido en cuenta.

Tabla 2: Desarrollo de los criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Publicidad sobre alimentos y bebidas</li><li>→ Expresión de efectos beneficiosos sobre la salud</li><li>→ Expresión de cura, tratamiento o prevención de enfermedades</li><li>→ Expresión de mejora del rendimiento físico, sueño.</li><li>→ Enunciación por parte de un profesional sanitario o personaje famoso.</li></ul>
Criterios de exclusión	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Publicidad sin fines sanitarios.</li><li>→ Publicidad alimentaria dirigida a población infantil.</li></ul>

Las principales variables de estudio en los 35 anuncios considerados han sido el tipo de producto que se anuncia y la frecuencia de cada uno, el tipo de patología que se define y el tipo de incumplimiento que incluye el nombramiento de una patología, el uso del término natural, la anunciación por parte de un profesional sanitario o la anunciación por parte de un personaje famoso.

Estas diferentes variables se han resumido en unas tablas clasificatorias muy visuales.

#### 4. RESULTADOS

Tras la búsqueda se han obtenido un total de 35 anuncios publicitarios sobre alimentos y bebidas.

En primer lugar, vamos a realizar una clasificación según el tipo de producto alimenticio que se anuncia.

Tabla 3: Clasificación de los tipos de productos que se anuncian.

TIPO DE PRODUCTO	ANUNCIOS PUBLICITARIOS
Productos lácteos	Leche Asturiana, Actimel, Danacol, Activia, helados Kalise, leche Puleva calcio
Bebidas	Monster, ColaCao
Infusiones o hierbas	Herbodiet vigila la tensión, Herbodiet controla tu peso, Herbastic para la osteoporosis, compuesto Herbal gastritis, South of eden tónica mental, South of eden sanador del corazón, Toxo curativo
Suplementos o complementos alimenticios	Satial Food polvo, supl. vientre plano, chocolate Forticao, Metamucil polvo, compl. Serenia, compl. Meritene, supl. Triptomax, supl. Supradyn Energy, supl. Aquilea sueño, compl. Acutil, compl. Souvenaid, reductor Complex BIO, probiótico Lactoflora
Cereales o galletas	Cereales Special K, barquillos Gullón,
Otro tipo de productos	Pan Actileche, Nutella, pan Runner, mermelada Dulce Cushuro, polen natural

En el siguiente gráfico se ha realizado un cálculo de porcentajes según el predominio de todos los productos alimenticios que se nombran en los anuncios obtenidos. Se ve claramente que los suplementos y complementos alimenticios superan a los demás.

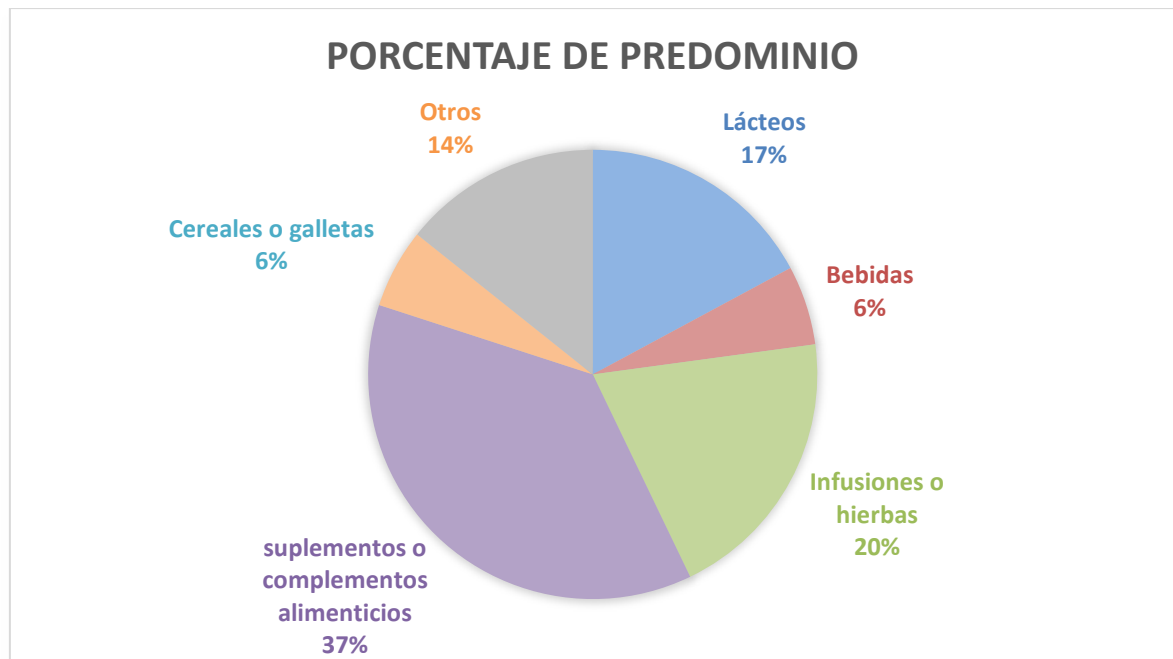


Figura 2: Gráfico de porcentajes.

En las tablas que aparecen a continuación, se clasifican los anuncios según el tipo de incumplimiento (si lo tienen), es decir si nombran alguna patología, si son anunciados por un profesional sanitario o si los que lo anuncian son personajes famosos. Algunos anuncios de los estudiados cumplen con lo que publican y con lo que recoge el Real Decreto.

Tabla 4: Anuncios que nombran alguna patología.

1	Chocolate Forticao	“Alternativa para enfrentar y prevenir la anemia, además de energizante y antioxidante natural (6)”
2	Metamucil polvo	“Ayuda a liberarte del estreñimiento (7)”
3	Cereales Special K	“Dieta Special K para adelgazar rápidamente y perder peso (8)”
4	Supradyn Energy	“Combatir la gripe y el resfriado (9)”
5	Acutil Angelini	“Mejora el funcionamiento cardiovascular y el funcionamiento de la memoria (10)”
6	Herbodiet controla tu peso	“Con propiedades depurativas y diuréticas para controlar el peso (11)”
7	Souvenaid Fra Cluster	“Para ayudar a tratar el déficit de memoria en pacientes con Alzheimer en fase leve (12)”
8	Reductor Complex BIO	“Este producto adelgazante permite quemar, drenar y capturar grasa (13)”
9	Herbastic semillas	“Para los síntomas de osteoporosis y osteopenia (14)”
10	Mermelada Dulce Cushuro	“Superalimento que contribuye a combatir la anemia y la desnutrición (15)”
11	Herbal gastritis	“Ayuda a mejorar problemas de estreñimiento, mejora el funcionamiento gástrico, previene y ayuda a combatir problemas de indigestión (16)”
12	Lactoflora	El probiótico reduce la duración de los síntomas cuando la diarrea ya está establecida y la previene (17)”
13	Polen natural	“Como una especie de vacuna mejorando y espaciando las crisis de alergia ante el polen inhalado (18)”
14	El toxo	“Sustituye la nicotina en fumadores que quieren dejar de fumar, eleva el tono cardíaco y combate el asma, la tos ferina y el dolor de cabeza (19)”
15	Activia	“Con una barriga sana te sientes bien, estás más positivo, más equilibrado, más power y ¡todo tiene más flow! (20)”

En esta primera tabla, como se observa, los mensajes que se difunden incluyen curación, alivio o prevención de alteraciones de la salud es decir, tienen una finalidad sanitaria.

En el artículo 4 del Real Decreto 1907/1996 aparece como prohibida la publicidad alimentaria en los siguientes casos:

- Propiedades adelgazantes o contra la obesidad.
- Seguridad de alivio o curación cierta.
- Indiquen potenciación de rendimiento psíquico.

La mayoría son suplementos o complementos alimentarios.

Tabla 5: Anuncios notificados por profesionales sanitarios.

1	Leche Puleva Calcio	Dr. Bartolomé Beltrán: “La vida de la mujer está unida a severas pérdidas de calcio, durante el embarazo, la lactancia o la menopausia se pierde masa ósea, pero eso se puede prevenir aumentando por la nutrición el consumo de calcio (21)”
---	------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

En esta segunda tabla se muestra un anuncio que es respaldado por un profesional sanitario.

En el artículo 4 del Real Decreto se señala la siguiente prohibición:

- Anuncios que sean testimonio de sanitarios.

Tabla 6: Anuncios notificados por personajes famosos pero que no presentan incumplimiento respecto al Real Decreto.

1	Pan de molde Actileche	Messi: “no importa que no sepan quien es Lionel Messi, lo que importa es que sepa que hace grande a tu hijo (22)”
2	Nutella	Rossi: acelera con energía y dice que “no es fácil ir despacio” tras desayunar con Nutella (23).
3	Helados Kalise	Iniesta: “Venga, Kalise para todos (24)”

4	ColaCao	Nadal: “Colacao energy, el colacao que se lleva (25)”
5	Pan Runner	Jordi: “con el Pan Runner de SantaGloria las personas pueden seguir unos hábitos saludables sin renunciar al buen sabor. Elijo este pan porque lo tiene todo: sabor, calidad y unos valores nutricionales excelentes (26)”

En esta tabla se observa publicidad declarada por personajes famosos. Es cierto que tienen más carácter persuasivo porque incitan a sus fanáticos a llevar sus mismos hábitos, no obstante, al no tener los productos alimentarios que se mencionan finalidad sanitaria, no incumplen la normativa y son correctos.

Tabla 7: Anuncios que no presentan incumplimiento respecto del Real Decreto.

1	Leche Asturiana	“Un vaso de leche Suprema contiene el 25% de la proteína, el 50% del calcio y el 100% de la vitamina D diaria recomendada (27)”
2	Barquillos Gullón	“Son alto contenido en fibra y ZERO azúcares (28)”
3	Actimel Danone	“Actimel, el desayuno de las defensas (29)”
4	Suplemento Vientre Plano	“Con ingredientes naturales y Vitamina C que se espolvorea directamente sobre la comida (30)”
5	Bebida Monster	“Para competir necesitas esfuerzo, resistencia, velocidad, agilidad, disciplina, precisión, necesitas energía (31)”
6	Meritene	“Ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga y contribuye al desarrollo y mantenimiento de la masa muscular (32)”
7	Triptomax	“Triptomax aumenta los niveles de triptófano magnesio que favorecen un funcionamiento psicológico adecuado (33)”
8	Satial Food polvo	“Para ayudar a combatir el exceso de peso (34)”
9	Danacol de Danone	“Reduce tu colesterol alto entre un 7 y un 10% en tan solo 2-3 semanas (35)”



10	Serenia	“Ayuda a relajarse en estados de nervios y favorece la conciliación y calidad del sueño (36)”
11	Aquilea Sueño	“Libera ingredientes a lo largo de la noche para favorecer un sueño reparador (37)”
12	Herbodiet vigila la tensión	“Ayuda a normalizar las cifras de tensión arterial (38).”
13	Tónica mental (south of eden)	“Mejora la memoria, la cognición y también aumenta la conciencia (39)”
14	Sanador del corazón (south of eden)	“Ayuda a elevar y abrir el corazón, creando amor propio y empatía hacia los demás (40)”

Estos anuncios publicitarios aunque sí que tienen una finalidad sanitaria, cumplen con lo que divulgan y no incumplen el Real Decreto 1907/1996.

Estos son en su mayoría productos de consumo común.

## 5. DISCUSIÓN

En este trabajo de investigación, en relación con las búsquedas realizadas y su valoración, se han reunido diversos argumentos que, a su vez, agradan por una parte, pero ponen en duda el cumplimiento del Real Decreto por otra.

La búsqueda de los anuncios ha sido complicada en el sentido de que muy pocos mencionan tratamiento de patologías como tal. Es una buena señal de que la publicidad de productos alimenticios mencionando patologías, que se podría considerar como engañosa, se está reduciendo.

Pero sigue habiendo competencia en el marketing de alimentos y bebidas y, aunque los productos de consumo más comunes respetan la ley, los suplementos y complementos alimenticios, así como las hierbas e infusiones, mantienen cierto posible incumplimiento. Esto puede deberse a que son productos alimenticios, quizás, enriquecidos y reforzados con nutrientes que se pueden permitir prometer una finalidad de carácter saludable pero no sanitaria. Son más creíbles por la población además de estar, en su mayoría, respaldados por empresas farmacéuticas o páginas web sanitarias.

Los anuncios han sido localizados en internet, haciendo uso de plataformas como Google y YouTube, puesto que la publicidad digital está ganando mucho espacio. Además, las marcas publicitarias facilitan el acceso a sus productos permitiendo la compra on line.

Es evidente que el control publicitario es exigente y hay sanciones por el incumplimiento que quedan reflejados en la ley general de sanidad (41), esto se refleja en el descenso de publicidad engañosa, pero sigue habiendo publicidad en la que participan personajes famosos que incitan a la compra de dicho producto.

Como ya se explicó, mientras estos productos alimentarios no dispongan de finalidad claramente sanitaria son adecuados y no infringen la normativa.

Pero son anuncios que van a influir e impresionar más.

Las empresas del ámbito comercial deberían asegurar que sus intereses monetarios no repercutan en absoluto sobre el bienestar de sus usuarios. Esto se consigue mostrando con transparencia todas las cualidades del producto.

En la red hay poca información sobre anuncios alimentarios dirigidos a la población adulta y sus repercusiones comparado con lo que se refiere a la publicidad dirigida al público infantil. Es cierto que los niños son más vulnerables pero la salud de toda la población es igual de importante.

Hacen falta más estudios sobre este tema para seguir manifestando a las autoridades sanitarias el incumplimiento que sigue presente (42).

## 6. CONCLUSIONES

1. Los anuncios de productos alimentarios más comunes presentan, en su mayoría, cumplimiento de las normas recogidas en el Real Decreto.
2. Los suplementos y complementos alimentarios ganan espacio y son los que mayoritariamente garantizan, de forma engañosa, tratamiento o alivio de enfermedades.
3. Sigue habiendo incumplimiento de los artículos del Real Decreto en lo que se refiere a declaraciones por sanitarios y a fines terapéuticos o nombramiento de enfermedades.
4. Hace falta más control publicitario por parte de las autoridades sanitarias y revisar la veracidad y transparencia de los mensajes difundidos.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

1. López JF. Publicidad. Economipedia [Internet]. 2015 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://economipedia.com/definiciones/publicidad.html>
2. Publicidad y salud [Internet]. Barcelona: Fundació Víctor Grífols i Lucas; 2018 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.fundaciogrifols.org/documents/4662337/89272323/q49/a92f65eb-6f39-4ed6-b472-3cdd600cb58b>
3. Moreno G. 2017, año en el que la publicidad digital tomó el relevo definitivo. Statista [Internet]. 2017 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://es.statista.com/grafico/12192/2017-ano-en-el-que-la-publicidad-digital-tomo-el-relevo-definitivo/>
4. Álvarez F. ¿Qué es la publicidad, para qué sirve y cómo puede ayudar a tu empresa? [Internet]. Media Source. 2020 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.mediasource.mx/blog/que-es-la-publicidad>
5. Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos , actividades y servicios con pretendida finalidad sanitaria. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado [Internet]. 1996 [citado 25 de mayo de 2022]; 24322-24325. Recuperado a partir de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1996-18085>
6. Prevenir y combatir la anemia-Forticao [Internet]. Creciendo con Nia. 2020 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://creciendoconnia.wixsite.com/creciendoconnia/single-post/2018/07/19/forticao-prevenir-y-combatir-la-anemia-con-cacao>
7. Metamucil. Ayuda a liberarte del estreñimiento [Internet]. Procter & Gamble; 2022 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.metamucil.cl/es-cl>
8. Dieta Special K para adelgazar rápidamente y perder peso [Internet]. Comología. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.comologia.com/dieta-special-k/>
9. Las mejores maneras de combatir la gripe y el resfriado [Internet]. Supradyn. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.supradyn.es/recarga-tu-energia/salud/las-mejores-maneras-de-combatir-la-gripe>

10. Acutil 60 cápsulas [Internet]. Dosfarma. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.dosfarma.com/26215-acutil-60-capsulas.html>
11. Vázquez Orts I. Herbodiet Controla tu Peso 20 Infusiones [Internet]. Farmavázquez. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.farmavazquez.com/herbodiet-controla-tu-peso-20-infusiones-598087.html>
12. Souvenaid Fra Cluster [Internet]. PromoFarma. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.promofarma.com/es/souvenaid-fra-cluster-4x125ml/p-152142?tch=DnoyxlfvUdp7nX9TMpA7Le5E6ZG3nTwC96yy2EGckac04VQzbpYKttkrQMUKso2INqI%2F%2Bqg%2BvjYo7WJYUAPmFCGsvOORLYKI7wcVFi%2F7SwFv%2FIkp%2FQbB%2F1L7kHrla488Ly%2Fu1PmTiMbKW6bRfs5ITm4jU1nAFnTUKLdS5Y%3D&country\\_code=ES](https://www.promofarma.com/es/souvenaid-fra-cluster-4x125ml/p-152142?tch=DnoyxlfvUdp7nX9TMpA7Le5E6ZG3nTwC96yy2EGckac04VQzbpYKttkrQMUKso2INqI%2F%2Bqg%2BvjYo7WJYUAPmFCGsvOORLYKI7wcVFi%2F7SwFv%2FIkp%2FQbB%2F1L7kHrla488Ly%2Fu1PmTiMbKW6bRfs5ITm4jU1nAFnTUKLdS5Y%3D&country_code=ES)
13. Reductor Complex BIO [Internet]. Dieti Natura. 2020 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.dieti-natura.es/reductor-complex-ecologico.html?esl-k=Google%7Cnu%7Cc367379784875%7Cm%7Ck966897088055%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca77989001164%7Cg2066927442&gclid=Cj0KCQjw3lqSBhCoARIsAMBkTb2NOKhpRMA6p1HCbfrfDgxtE9KK3Uhel NVNiuzi2T50xV7B0KqXFlaAtCcEALw\\_wcB](https://www.dieti-natura.es/reductor-complex-ecologico.html?esl-k=Google%7Cnu%7Cc367379784875%7Cm%7Ck966897088055%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca77989001164%7Cg2066927442&gclid=Cj0KCQjw3lqSBhCoARIsAMBkTb2NOKhpRMA6p1HCbfrfDgxtE9KK3Uhel NVNiuzi2T50xV7B0KqXFlaAtCcEALw_wcB)
14. Mezcla de semillas para los síntomas de osteoporosis y osteopenia. Etsy [Internet]. Herbastic. 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.etsy.com/es/listing/903724262/mezcla-de-semillas-para-los-sintomas-de?click\\_key=bfa1c20e3b0bab4c42a91d4c5b25576461829af5%3A903724262&click\\_sum=4a58924e&ga\\_order=most\\_relevant&ga\\_search\\_type=all&ga\\_view\\_type=gallery&ga\\_search\\_query=para+osteoporosis&ref=sr\\_gallery-1-41&organic\\_search\\_click=1&pro=1&frs=1&sts=1](https://www.etsy.com/es/listing/903724262/mezcla-de-semillas-para-los-sintomas-de?click_key=bfa1c20e3b0bab4c42a91d4c5b25576461829af5%3A903724262&click_sum=4a58924e&ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=para+osteoporosis&ref=sr_gallery-1-41&organic_search_click=1&pro=1&frs=1&sts=1)
15. Nutrihsangrecita Combate la Anemia. Mermelada Dulce Cushuro [video en Facebook]. Facebook. 2021. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://ne-np.facebook.com/NUTRIHSANGRECITA/videos/126109842824063/>
16. Compuesto herbal gastritis [Internet]. Etsy. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.etsy.com/es/listing/1154882507/compuesto-herbal-gastritis-4-oz?gpla=1&gao=1&>

17. Protector intestinal adultos [Internet]. Lactoflora. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.lactoflora.es/protector-intestinal-adultos/?gclid=Cj0KCQjwvqeUBhCBARIsAOrd45aGb2eHjytV\\_t-iyfTPKppcBZzt-vMGpJF0\\_SmdWILI7O6gRK0tTxsaAv-NEALw\\_wcB](https://www.lactoflora.es/protector-intestinal-adultos/?gclid=Cj0KCQjwvqeUBhCBARIsAOrd45aGb2eHjytV_t-iyfTPKppcBZzt-vMGpJF0_SmdWILI7O6gRK0tTxsaAv-NEALw_wcB)
18. 10 x Polen [Internet]. Naturitas. 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.naturitas.es/p/suplementos/productos-apicolas/polen/polen-225-g-mielar?u=10>
19. Sánchez L. El “toco” y sus propiedades curativas. La Región (Galicia) [Internet]. 15 de febrero de 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.laregion.es/articulo/salud/toxo-como-remedio-paliar-dolencias/202102151138491006585.html>
20. Activia España. Con una barriga sana, ¡todo fluye mejor! [video en Internet]. YouTube. 24 de enero de 2022. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.youtube.com/watch?v=wdKGo0GkuPc>
21. Mindundis. 1994 Leche Puleva Calcio - Doctor Bartolomé Beltrán - Anuncio Publicidad Comercial España [video en internet]. YouTube. 26 de enero de 2015. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.youtube.com/watch?v=6RWCJVfkVc>
22. LeoMessiFanCLub. Messi-Nuevo Comercial de ‘Bimbo’ (México) [vídeo en Internet]. YouTube. 28 de agosto de 2012. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=yJY9Ezmjml0&t=1s&ab\\_channel=LeoMessiFanClub](https://www.youtube.com/watch?v=yJY9Ezmjml0&t=1s&ab_channel=LeoMessiFanClub)
23. Ariadna46. Valentino Rossi Anuncio Nutella! [vídeo en Internet]. YouTube. 10 de marzo de 2009. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=oRL30Y\\_jlLw&t=7s&ab\\_channel=Ariadna46](https://www.youtube.com/watch?v=oRL30Y_jlLw&t=7s&ab_channel=Ariadna46)
24. Musicadelatele. Anuncio Spot Helados Kalise. Andrés Iniesta. Helados ke ilusionan-abril 2011 [vídeo en Internet]. YouTube. 20 de abril de 2011. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=LAHneUtnvcl&t=30s&ab\\_channel=musicadelatele](https://www.youtube.com/watch?v=LAHneUtnvcl&t=30s&ab_channel=musicadelatele)

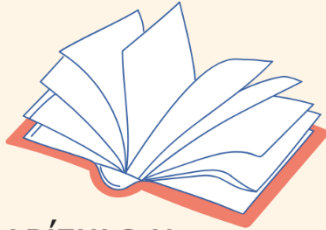
25. Nereis8. Anuncio Colacao Energy- Rafa Nadal [vídeo en Internet]. YouTube. 15 de diciembre de 2008. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=zX-OLTe04A&t=20s&ab\\_channel=Nereis8](https://www.youtube.com/watch?v=zX-OLTe04A&t=20s&ab_channel=Nereis8)
26. Jordi Cruz, imagen del pan runner [Internet]. Running. 2014 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://running.es/jordi-cruz-imagen-del-pan-runner/>
27. Suprema desnatada [Internet]. Central lechera asturiana. 2019 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.centralecheraasturiana.es/tienda/producto/suprema/>
28. Barquillos de vainilla ZERO [Internet]. Gullón. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://gullon.es/producto/zero/galletas-con-fibra/barquillos-de-vainilla-zero/>
29. José Gregorio Afonso Curbelo. Tus Defensas de Actimel (Anuncio 9 de Danone) [vídeo en Internet]. YouTube. 7 de diciembre de 2020. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=-iIXKp1GAqI&ab\\_channel=JoseGregorioAfonsoCurbelo](https://www.youtube.com/watch?v=-iIXKp1GAqI&ab_channel=JoseGregorioAfonsoCurbelo)
30. Vientre Plano Bloquea Carbohidratos Polvo [Internet]. Selma. 2022 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://selmadigital.com/tienda/nutricion-y-deportes/nutricion-y-deportes-suplementos-nutricionales/nutricion-y-deportes-suplementos-nutricionales-control-de-peso/vientre-plano-bloquea-carbohidratos-polvo-x-50-grs/>
31. Desarrollo AudioVisual. Monster Energy (Commercial) [vídeo en Internet]. YouTube. 27 de agosto de 2024. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=KGy4u5qbJVc&ab\\_channel=DesarrolloAudioVisual](https://www.youtube.com/watch?v=KGy4u5qbJVc&ab_channel=DesarrolloAudioVisual)
32. Nestlé Health Science España. Meritene: nuestra calidad de siempre, ahora con nueva imagen [vídeo en Internet]. YouTube. 24 de septiembre de 2019. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=bqSzk--9WnA&ab\\_channel=Nestl%C3%A9HealthScienceEspa%C3%B1a](https://www.youtube.com/watch?v=bqSzk--9WnA&ab_channel=Nestl%C3%A9HealthScienceEspa%C3%B1a)



33. Triptomax. Anuncio Triptomax con triptófano [vídeo en Internet]. YouTube. 7 de mayo de 2014. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=VlpxdZrLpF0&ab\\_channel=Triptomax](https://www.youtube.com/watch?v=VlpxdZrLpF0&ab_channel=Triptomax)
34. Satial Food Polvo [Internet]. Farmacias del pueblo. 2020 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.farmaciasdelpueblo.com.ar/food-polvo-x-50-gr/p>
35. ¿Por qué Danacol? [Internet]. Danacol. 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.danacol.es/descubre-danacol/por-que-danacol/>
36. Serenia ayuda a relajarse en estados de nervios y favorece la conciliación y calidad del sueño [Internet]. Bayer te cuida. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.bayertecuida.es/serenia-ayuda-a-relajarse-en-estados-de-nervios-y-favorece-la-conciliacion-y-calidad-del-sueno#:~:text=Serenia%C2%AE%20es%20un%20complemento,efecto%20nerviosismo%20complementario%20y%20sin%C3%A9rgico>
37. Aquilea. AQUILEA SUEÑO BICAPA [vídeo en Internet]. YouTube. 19 de abril de 2021. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.youtube.com/watch?v=oiFZ9bhGz5w&ab\\_channel=Aquilea](https://www.youtube.com/watch?v=oiFZ9bhGz5w&ab_channel=Aquilea)
38. Vázquez Orts I. Herbodiet vigila la tensión 20 infusiones [Internet]. Farmavázquez. [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.farmavazquez.com/herbodiet-vigila-la-tension-20-infusiones-598086.html>
39. La tónica mental. Etsy [Internet]. SouthOfEdenNola. 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.etsy.com/es/listing/1058168365/la-tonica-mental?gpla=1&qao=1&>
40. Sanador del corazón. Etsy [Internet]. SouthOfEdenNola. 2021 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: [https://www.etsy.com/es/listing/1044179030/sanador-del-corazon?click\\_key=6dd1f5b5c556e4915dfd68456948540786ae4aea%3A1044179030&click\\_sum=4a46abc6&ref=shop\\_home\\_recs\\_8](https://www.etsy.com/es/listing/1044179030/sanador-del-corazon?click_key=6dd1f5b5c556e4915dfd68456948540786ae4aea%3A1044179030&click_sum=4a46abc6&ref=shop_home_recs_8)

41. Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado [Internet]. 1986 [citado 25 de mayo de 2022]; 15207-15224. Recuperado a partir de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1986-10499>
  
42. Luna Barrones I, da Cuña Vicente R (dir). Análisis de la publicidad alimentaria en la televisión infantil española [trabajo fin de grado en Internet]. [Valladolid]: Universidad de Valladolid; 2020 [citado 25 de mayo de 2022]. Recuperado a partir de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/41583/TFG-M-M1794.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## 8. ANEXO



### **CAPÍTULO V: DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA EN RELACIÓN CON LA SALUD INDIVIDUAL COLECTIVA**

#### **ARTÍCULO 26**

1. En caso de que exista o se sospeche razonablemente la existencia de un riesgo inminente y extraordinario para la salud, las autoridades sanitarias adoptarán las medidas preventivas que estimen pertinentes, tales como la incautación o inmovilización de productos, suspensión del ejercicio de actividades, cierres de Empresas o sus instalaciones, intervención de medios materiales y personales y cuantas otras se consideren sanitariamente justificadas.
2. La duración de las medidas a que se refiere el apartado anterior, que se fijarán para cada caso, sin perjuicio de las prórrogas sucesivas acordadas por resoluciones motivadas, no excederá de lo que exija la situación de riesgo inminente y extraordinario que las justificó.

## **LEY GENERAL DE SANIDAD**

### **CAPÍTULO VI: DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES**

#### **ARTÍCULO 35**

Se considera infracción grave el incumplimiento de los artículos 4, 5 y 6 del Real Decreto.

Se considera infracción muy grave el incumplimiento del artículo 2 del Real Decreto.

#### **ARTÍCULO 37**

No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las previas autorizaciones o registros sanitarios preceptivos o la suspensión de su funcionamiento hasta tanto se subsanen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos por razones de sanidad, higiene o seguridad.

Figura 3: Infografía sobre las sanciones recogidas en la Ley General de Sanidad.