



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA IBEROAMERICANA S.C.

INCORPORADA A LA UNAM CLAVE 8901-09

FACULTAD DE DERECHO

“TIPIFICAR A NIVEL FEDERAL LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS QUE A TRAVÉS DE CUALQUIER MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ANUNCIEN Y POSTERIORMENTE NO CUMPLAN CON LAS ESPECIFICACIONES PROMETIDAS PROVOCANDO ALTERACIONES A LA SALUD O INCLUSO LA MUERTE”

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A

ALEJANDRO BELMONTES HERNÁNDEZ

DIRECTOR DE TESIS

LIC. JAVIER ÁLVAREZ CAMPOS

Xalatlaco, México Febrero de 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A DIOS

Por darme la oportunidad de vivir.

A MIS PADRES

Higinio Belmontes Jiménez y Gloria Hernández Chávez.
Por el apoyo incondicional que me han brindado.

A MIS HERMANOS Y SOBRINO

Sandra, Marta, Iván, Gabriel, y Emmanuel
Por su comprensión y cariño.

A MIS PROFESORES

Por su apoyo y comprensión.

PRÓLOGO

Los productos milagro se están comercializando en nuestro país desde principios del siglo XIX, en los principales medios de comunicación como revistas, periódicos folletos, anuncios espectaculares, radio y televisión, etc. Estos se anuncian principalmente para bajar de peso y a la cosmetología para la belleza de la mujer, eliminar estrías, varices, arrugas etc.

Además, en el consumo de medicamentos para curar ciertas enfermedades desde una gripa hasta diabetes, cáncer de colón, diferentes tipos de cáncer. Las empresas que fabrican estos productos milagro que estafan a la gente, están controlados por una Institución que regula y vigila el correcto funcionamiento de estas empresas que estas se ponen de acuerdo con los medios de comunicación elaborando contratos entre las empresas de comunicación como las televisoras, radio, periódico, et; ya que comercializan estos productos y otros a nivel internacional, con lo que ganan grandes sumas de dinero por la venta de sus productos.

De estos productos milagro no se tiene una investigación detallada de las sustancias que se consumen y efectos secundarios que ocasionan a la salud, ya que usan a los especialistas o pseudo especialistas de la salud para vender sus productos; se está viendo en la actualidad del siglo XXI que estos artículos se están desarrollando canales de televisión para vender sus mercancías utilizando estrategias llamativas para que el consumidor caiga en su trampa, y compre ciertos productos milagro.

Además, las sustancias de que están elaboradas los productos milagro ocasionan daños a la salud y al medio ambiente, se anuncian en los principales medios de comunicación como la televisión, que salen en las horas en donde hay mayor audiencia de telespectadores, los fabricantes de los productos milagro, además de engañar a los consumidores, también engañan a los sistemas sanitarios del país, sin que las autoridades sanitarias puedan controlarlas porque son empresa que fabrican

varíos productos milagro; pues son grandes empresas que tienen expansión a nivel internacional, si se les encuentra que cometieron delito de fraude, por engaño, las suspenden para que no sigan comercializando, pero las empresas cambian el nombre del producto para seguir comercializando.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....I-III

CAPITULO PRIMERO

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO

1.1.INGLATERRA..... 1

1.2. ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA 6

1.3.MÉXICO 12

CAPITULO SEGUNDO

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

2.1. SALUD..... 20

2.1.1. SALUBRIDAD..... 22

2.1.2. CLASES DE SALUD..... 22

2.2. PACIENTE 25

2.3. MEDICAMENTO 27

2.4. LESIONES 31

2.5. HOMICIDIO..... 34

2.6. PUBLICIDAD 38

2.7. DERECHO PENAL 40

CAPITULO TERCERO

FUNCIONES SANITARIAS EN MÉXICO

3.1. SECRETARÍA DE SALUD.....	47
3.2. ¿QUÉ ES LA COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRARIESGOS SANITARIOS?	55
3.2.1. ¿QUÉ ES EL SISTEMA FEDERAL SANITARIO (SFS)?	67
3.2.2. REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE PUBLICIDAD	70

CAPITULO CUARTO

TIPIFICAR A NIVEL FEDERAL LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS QUE A TRAVÉS DE CUALQUIER MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ANUNCIEN Y POSTERIORMENTE NO CUMPLAN CON LAS ESPECIFICACIONES PROMETIDAS PROVOCANDO ALTERACIONES A LA SALUD O INCLUSO LA MUERTE	72
--	-----------

4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	72
4.2. EXPOSICIÓN DE CASOS PRÁCTICOS	75
4.3. PRODUCTOS MILAGRO.....	88
4.4. OPINIÓN DE TRATADISTAS EN MATERIA DE SALUD RESPECTO A ESTA PROBLEMÁTICA	97
4.5 PROPONER QUE SE SANCIONE PENALMENTE A EMPRESAS Y A PARTICULARES QUE COMERCIALIZEN POR CUALQUIER MEDIO DE	

COMUNICACIÓN PRODUCTOS QUE SE COMPRUEBE QUE PROVOCAN ALTERACIONES A LA SALUD O INCLUSO LA MUERTE.....	111
CONCLUSIONES	113
PROPUESTA.....	116
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	117

INTRODUCCIÓN

Este trabajo surge debido a que en la actualidad nos percatamos, por la gran cantidad de anuncios que existen en la televisión, radio, Internet, y medios impresos en que se dan a conocer sus supuestos productos que ofrecen resultados inmediatos principalmente en los aspectos de salud, sin saber su contenido, ni las investigaciones que se les hacen a las sustancias que de que están elaborados los productos milagro también que el consumidor de estos productos los consume afectando su salud incluso se ha llegado a la muerte. La propuesta es la de atacar la actividad ilícita que se explicara más adelante en el tema de tesis que es la más adecuada, la investigación que se hace en este trabajo dará como un resultado una aportación a la ciencia del derecho, y posteriormente a futuras generaciones ya que muchos consumidores que adquieren estos productos no saben qué hacer, cuando se percatan que no es cierto lo que les ofrecen, como denunciar ha estas grandes empresas que cambian el nombre del producto y lo vuelven anunciar, cuando las multan o las sacan del mercado en cierto tiempo, no hay ninguna ley en México que castigue este tipo de delito de fraude ni mucho menos una reparación del daño por agravios sufridos.

La mayoría de estos productos ofrecen en corto tiempo dar los resultados que ofrecen, utilizan diferentes medios de comunicación en donde se encuentran mensajes subliminales que usan para llamar la atención del consumidor y lograr más ventas, esta investigación está integrada por cuatro capítulos cuyo contenido es el siguiente:

En el primer capítulo se hace referencia a los antecedentes históricos de Inglaterra que fue donde se origina los primeros anuncios publicitarios, que con la revolución industrial va a ser un apoyo para las empresas que desearían desarrollarse ya que del decaimiento del gran incendio en Inglaterra, además se habla de cómo llego a Estados Unidos la publicidad que como sabe será importante

para el desarrollo del comercio dentro de la publicidad ya que los nuevos colonos instalaran nuevas empresas, que con la expansión del periódico en el nuevo continente traerá beneficios en las empresas.

En el segundo capítulo abordaré sobre la distinción de salud y salubridad para que no haya confusión entre estas dos palabras, concepto de salud mental, física, y social, definición de Derecho general, conceptos de paciente, lesión, homicidio, homicidio dentro del derecho, concepto de publicidad, y por último explicaré el concepto Derecho Penal y como se clasifica.

El tercer capítulo hablaré de la COFEPRIS sus antecedentes, que dependencias integran y como es su procedimiento de apoyo a la COFEPRIS y que hace la COFEPRIS, como es su procedimiento en contra de irregularidades de la ley sanitaria además, como apoya a los sistemas sanitarios de cada Estado de la República Mexicana.

El cuarto capítulo se hablará sobre la problemática de los productos milagro ante la sociedad mexicana, exposición de casos prácticos que hayan afectado la salud o incluso provocando la muerte por causa de productos milagro en la sociedad Mexicana, definición de los productos milagro, su caracterización para ser anunciados, la opinión de tratadistas en materia de salud respecto a este problema. Por último, cómo resolver esta problemática de la venta de productos milagro en el ámbito federal, tipificando dentro de la Ley General de Salud.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Método Documental: Es aquel que se basa en el estudio de diversos documentos que contienen información relevante para una investigación científica. Este método lo utilicé en los capítulos que integran la propuesta del trabajo de investigación; ya que, en la información que recopilé, obtuve consultando bibliografía, legislación, y demás medios electrónicos considerados como documentos.

Método Histórico: Es el que se basa en el estudio de los acontecimientos pasados que tienen trascendencia y que sirven como dato relevante para comprender el presente.

Este método lo utilicé en la redacción del primer capítulo, ya que aborde los aspectos históricos que van desde la revolución industrial y la evolución de la publicidad que ha tenido hasta llegar a México Independiente.

Método Analítico: Este consiste en análisis de un todo para comprender cada una de las partes que lo integran. Este método lo utilicé en el III y IV capítulos, ya que elabore un análisis legislativo de la Ley General de Salud.

Respecto a los productos milagro, por lo tanto al concluir dicho análisis, estaré en la posibilidad de emitir propuesta de acuerdo a las exigencias actuales que pide la Sociedad Mexicana.

CAPÍTULO PRIMERO

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO

1.1.INGLATERRA

Con el advenimiento de la Revolución Industrial, cambian las estructuras económicas y por extensión, cambia también el negocio publicitario, necesitado de adaptaciones para asimilar los nuevos modos de producción masiva.

El comercio prosperó, en el anciano mundo se utilizaban varios métodos para promover el intercambio, se ponían placas fuera de las casas en donde decían los productos que podrían comprar dentro de las mismas, los vendedores de vino, para vender sus productos, que ofrecían el vino en pequeñas cantidades, mismo que era gratis, los teatros para animar a entrar al público ambulaban los actores entre las calles.

El comercio floreció en el viejo mundo, donde se utilizaba varios métodos para promover el intercambio. Se ponían placas frente a las casas indicando lo que se podría comprar a dentro. Vendedores de vino daban muestras gratis en las calles, y los actores caminaban por las calles intentando que las personas que estaban viendo entraran a los teatros.¹

Con la propagación externa, llegaron a Inglaterra objetos que se desconocían procedentes de diversas partes del mundo desde varios puertos extranjeros: como

¹SECO López Cristino. "Historia de la Publicidad". Net biblo S.L, 1era, Edición en Español, España, 2007. P.23

alfombras de la Persia, tabaco, tomates del nuevo mundo, especies de la India, porcelana de china y café de arabia, etc., estos productos tenían que ser comercializados a las sociedades de Inglaterra y la forma correcta era por medio de la publicidad.

Además de expansión externa en el mundo también vino a Inglaterra objetos extraños inusuales y maravillosos que eran traídos de puertos muy lejanos: especies de la India, alfombras de la Persia, tabaco y tomates de nuevo mundo, porcelana de la china, y café de Arabia. Cada una de estas mercancías tenía que ser introducidas al nuevo consumidor, integrada a sus vidas y la publicidad era una de las maneras de introducir esto.²

En Inglaterra se vendían los productos por medio de las ferias. En 1657 se publica el primer semanario, en donde se dan a conocer los primeros anuncios publicitarios que empezaron a buscar por medio de la publicidad, el anunciar los productos que elaboraban las empresas, de los cuales fueron periódicos estos medios eran revistas, y semanarios que más adelante, en primer periodo donde establecieron los anuncios publicitarios que compraron los espacios de periódicos en el siglo XVIII.

Con el descubrimiento de la nuevas tierras, como la Nueva España los Ingleses inician largos viajes, quienes los hacen instigar a dejar todo hasta su familia, y a partir en la búsqueda de la fortuna fueron los patrocinadores que con los anuncios publicitarios que anunciaban en los periódicos de Inglaterra decían que, iban a solucionar sus problemas, que iban a dar una vida placentera en la nueva tierra, esto fue con el fin de que se promovieran negocios en las nuevas colonias del nuevo mundo.

²Idem.

Había muchas razones los colonos decidían dejar sus hogares e ir para una nueva vida en el extranjero motivos religiosos, políticos y económicos entre los más importantes. Pero cualesquiera que sean las razones específicas que motivara los colonos, se requerirán mucho coraje y desesperación para dejar a su familia y a su hogar a ir a una tierra desconocida. La publicidad tenía en su papel en promover estos sueños y aspiraciones para promover sus negocios en las colonias, los patrocinadores ponían anuncios en los anuncios británicos: anuncios que comprometían soluciones a tus problemas, que prometían que iban a cumplir tus sueños y que daban mucha esperanza a las personas que iban a viajar.³

En año de 1785, surge una empresa llamada “The Times,” la cual ofrecerá una página representativa para los anuncios publicitarios, la primera para los países Europeos y será un ejemplo para los periódicos.

En 1785 surge el (sic) times llamado a conversarse en una institución que durante años, siglo y medio ofrecerá una primera página exclusivamente publicitaria practica que seguirá en muchos periódicos Europeos en el XIX.⁴

Tantos anuncios publicitarios, que hubo en Inglaterra decidieron poner un impuesto para estos mensajes el mismo gobierno de Inglaterra que como consecuencia bajaron las inversiones de los anuncios que buscaron otras alternativas para que crecieran a pesar de los impuestos que les había impuesto el gobierno de Inglaterra.

³TREJO Delarbre “Engaño y Espejismo. “Productos Milagro en Televisión”, participación dentro del ciclo Los retos de la salud en México, Facultad de Medicina, UNAM, 19 de enero de 2011.P. 5

⁴Idem

La inserción de anuncios creció en tanto Inglaterra que el gobierno inglés impuso un impuesto sobre los anuncios (1772) como consecuencia este impuesto bajaron mucho las inversiones.⁵

Al finalizar el siglo XVIII fueron importantes anuncios publicitarios para la economía de Inglaterra, En el año de 1853 desapareció el impuesto de la publicidad, hay muchos anuncios publicitarios las tarjetas comerciales y sobre todo abundan los mensajes publicitarios en los productos habituales de esa época.

Ya a finales del siglo XVIII los anuncios eran la principal fuente de ingresos en Inglaterra. En el año 1853 desapareció el impuesto sobre la publicidad.⁶

En el año de 1855, hubo un gran incendio en Inglaterra consecuencia del cual muchos de los adinerados de Londres, deciden alejarse de la ciudad y con ello, demasiados vendedores de productos se ven obligados a buscar nuevos métodos para recuperar a los consumidores.

Apenas dos años después, un imponente incendio lleva alejar se de la ciudad a muchos londinenses pudientes y obliga a los comerciantes a desarrollar iniciativas y ofertas para recuperar la clientela.⁷

En los siglos XVIII y XIX, el desarrollo de la imprenta impulso nuevas técnicas de comunicación escrita una de las cuales, conocemos como los folletos comerciales y catálogos de librerías a los que mucha divulgación entre la población mundial.

⁵ THOMPSON, Denys (1943): "Voice of Civilization. An Enquiry of Advertising". London: Frederick Muller Ltd. P. 4

⁶ .O'BARR William "Una Breve historia de la publicidad en Estados Unidos", México, 2015.P. 26

⁷ SÁNCHEZ Guzmán, J. R. "Breve historia de la publicidad". Madrid: Forja, 1982. P. 3

En esos tiempos se hablaba de tres tipos de carteles publicitarios: los religiosos, políticos y de espectáculos mismos que, daban a conocer sobre las ferias, las mercancías, representaciones de teatro y otras cosas; así mismo, se mostraban los anuncios más complicados que eran los farmacéuticos y de los medicamentos herbolarios que procuraban curar todo mal.

Desde la etapa que va del siglo XVI al XVIII, ya que la imprenta supone para él un impulso tan importante como para otras piezas de publicación que hoy designamos con nombres como folletos comerciales y catálogos de librerías, a las que gana en difusión y popularidad a nivel internacional.

En esta época puede hablarse de tres tipos de carteles: los oficiales, la inmensa mayoría, de contenido político y religioso, los de espectáculos, que informaban sobre fiestas, ferias, representaciones de teatro, y los comerciales, más difíciles de encontrar, que sobre todo, anunciaban productos farmacéuticos y de botica a los que se asignaban propiedades milagrosas para curar malestares de las enfermedades.⁸

Con la propagación comercial de Inglaterra, entraron mercancías ya desconocidas de tierras lejanas, años más adelante, al consumirse esos productos, para los ingleses les será una herramienta para buscar colonizar nuevas tierras y buscar nuevas formas de propagación de las colonias Inglesas, y con ello de dar a conocer productos, servicios, ofertas y demandas a la ciudadanía.

⁸ EQUIZÁBAL Maza, R. "Historia de la Publicidad". Madrid: Eresma & Celeste, 1998. P. 3

1.2. ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Los primeros habitantes que llegaron a las colonias Americanas se elaboraban sus propios productos y los consumían ellos mismos, y los bienes ostentosos considerados de lujo eran comprados en las tiendas, había pocos periódicos; los primeros en los Estados Unidos fueron en el año de 1700, mediante los mensajes que vendían los periódicos se repetían día con día, los mensajes publicitarios tenían pocas ilustraciones y casi nunca mencionaban precios, las marcas no se conocían.

Los primeros colonos en las colonias Americanas producían mercancías la mayoría que consumían en su casa, pero ciertos bienes preciosos eran comprados en las tiendas, los periódicos eran escasos, los primeros en Estados Unidos fueron publicados en 1700 y los anuncios que tenían eran pocos, usualmente se repetían de un día para otro y tenían mensajes que decían "recién importado una variedad de bienes" Estos comerciales contenían pocas ilustraciones y casi nunca mencionaban precios, las marcas eran todavía desconocidas.⁹

En los Estados Unidos de América, en el año de 1704, se venden por primera vez los semanarios en una pequeña población que en ese entonces era la principal ciudad de los Estados Unidos de América que es donde origina el periódico y este surge en los centros comerciales.

En los Estados Unidos de América en 1704 se empiezan a vender los semanarios en una pequeña población que es la principal ciudad de Norte América, Estados Unidos de América se vincula estrechamente

⁹ Medina, A. "Apuntes para una cambio de siglo publicitario". Madrid: Cinca, 2004. P. 4

con la aparición del periodismo y este brota en los centros mercantiles.¹⁰

Benjamín Franklin produce un periódico que más adelante se vuelve más influyente en todo el país durante dos décadas; Franklin, político, inventor, escritor, financiero inventa una estufa de hierro; para poder promover los beneficios de su producto la empieza anunciar en el periódico donde llama la atención de los consumidores, ya que su invento es mejor que otras estufas de la época, lo que más adelante siglos futuros se seguirá empleando el mismo método para anunciar los productos.

Franklin no solo es inventor tan solo es inventor, también será el divulgador publicitario de su invento en las columnas del periódico que dirige, para crear la en 1742 el anuncio de su estufa términos que llama la atención por la habilidad del contenido donde resalta el valor de su invento recordando los defectos de las estufas hasta entonces existentes¹¹

Lo anuncios que aparecieran en el periódico; Gazette en Filadelfia propiedad de franklin informan cómo era la vida en América antes de la revolución, todos los demás anuncios aparecieron después.

Los anuncios que aparecerían en el periódico de Franklin “en Filadelfia gazette” dan una descripción actual de la vida en América prerrevolucionarias todos los siguientes aparecieron en la página de 1735.¹²

¹⁰<http://www.kate.com/detrasde-antecentespublicidadamoderna.htm>

¹¹<http://www.kate.com/detrasde-antecentespublicidadamoderna.htm>

¹² Rusesell J. Thomas , Lane W. Ronald, White Hill King Karen. “Publicidad” 16a Edición, Pearson Educación de México, México, P. 45

Una dificultad a la que se enfrentaron las publicaciones de esa época fue la escases de papel, ya que, era difícil de conseguir papel en la época colonial, por lo que, se agregaba a la pulpa de madera ropa vieja para así incrementar la calidad del papel que usaba para la elaboración de su periódico; Franklin compraba ropa vieja que era un ingrediente indispensable para la elaboración del papel para su periódico

El papel era difícil conseguir en América colonial, ropas viejas eran añadidas a la pulpa de madera para incrementar la calidad del papel que se usaba, Franklin, como impresor, ofrecía comprar estas ropas viejas que eventualmente serian usadas para hacer mas papel como ingrediente esencial para la publicación.¹³

Los sentimientos de rebelión y de independencia, aunque fueron muy importantes para que se llevara a cabo el levantamiento armado en los Estados unidos de América, no crecieron mucho, esto se debió en gran parte a que, los periódicos, no se podrían importar periódicos de Inglaterra.

Los periódicos, aunque fueran importantes para movilizar los sentimientos anti-británicos que llevaban a la guerra, no crecieron mucho en estados unidos, ya que no se pondría importar periódicos de Inglaterra.¹⁴

No fue sino, hasta el siglo XIX, cuando se logró abastecer la demanda que se tenía en la venta de periódicos, lo que trajo como consecuencia que la demanda de periódico aumentara, a tal grado que las empresas de periódico empezaran a crecer.

¹³ Ídem.

¹⁴ Ídem

Fue solamente en el siglo XIX cuando la producción loca consiguió llenar la demanda que se tenía. Fue entonces que el periodismo americano comenzó a florecer.¹⁵

Hubo colonos de otras partes de Inglaterra que vivían en el nuevo mundo y de otras nacionalidades que llegaron, y estos, se dedicaron hacer periódicos en sus propias lenguas. La historia de la publicidad en Norteamérica, se desarrollo con la llegada de los ingleses al nuevo continente quienes, tenía más poder para desarrollarse en anuncios publicitarios. Pero la tradición de los ingleses tuvo más poder, ya que, estos desarrollaron del mismo uso de la lengua Inglesa para hacer sus anuncios publicitarios.

Había otros colonos de orígenes que no eran británicos que Vivian en las colonias americanas y esos otros grupos de inmigrantes generalmente publicaban periódicos en sus propios lenguajes que no eran Ingles. Pero la historia de la publicidad americana es primariamente una historia del desarrollo de las tradiciones de los colonos ingleses que tenían más poder y de las tradiciones que se desarrollaron del uso del ingles para hacer anuncios publicitarios.¹⁶

Años más tarde después de la Independencia, hubo más periódicos en el continente que empezaron a producirse en masa, que fue el primer medio que hubo en la comunicación en América.

Después de la Independencia americana, más periódicos empezaron aparecer en nuevo país, los periódicos comenzaron a florecer y se

¹⁵ O'GUINN Tomas, Allen Chris y Semenik Richard, "la publicidad" Editorial International Thomson Edición en Español, España, 2008. P. 6.

¹⁶ PÉREZ Ruiz, M. A. "La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1950-1980". Madrid: Fragua, 2002. P. 4

convirtió en el primer medio de comunicación en masa de la sociedad americana.¹⁷

El texto que medio siglo después seguirá siendo en la publicidad de muchos productos de medicina se le ha considerado por este escrito y otros demasiados como precursor de la promoción a Franklin.

Un texto que siglo medio después seguirá siendo imitado en la publicidad de muchos productos, como los medicamentos a Franklin se le ha definido, por este texto y muchos otros, como precursor de la promoción a Franklin¹⁸

La actividad comercial en las colonias inglesas en un principio fue muy monótona, fue una época en donde se conocían la miel por miel, o sea, la cosa por su cosa, las invenciones de las marcas comenzaron cien años antes, como por ejemplo: jabón galletas, lápices, etc. y sería en el siglo XX, cuando los anunciantes tomaron la decisión de poner nombres a la cosas.

Esta era una época en donde el Ron era Ron, el azúcar era azúcar, y la pimienta era pimienta, la construcción de la marca invención con la construcción cien años mas tarde, cuando las manufactura se empezaron a poner sus nombres en los productos por ejemplo las barras de jabón, las galletas y otros productos manufacturados seria que en siglo 20 cuando los anunciantes tomaron el paso adicional de poner nombres a las cosas como banana, carne y agua.¹⁹

¹⁷ GARCÍA Martínez J.A Anaut Norberto, "Breve Historia de la Publicidad" Editor claridad, 1990, Estados Unidos de América. P.3

¹⁸ Ídem

¹⁹ O'GUINN Tomas, Allen Chris y Semenik Richard, "la publicidad" Op.cit P.6

Los primeros anunciantes publicitarios, a principios de siglo fueron, los medios de transporte de la época, ya que, en la revolución industrial se publicaban los lujos, las comodidades, y tarifas que estos medios de transporte tenían; las empresas de cine y la fotografía, empezaron utilizar en los Estados Unidos la publicidad; algunas de estas empresas, iniciaron por medio de los envases donde venía el contenido del producto que llevaban impresas las marcas, ya que, los productos domésticos de primera necesidad se vendían como actualmente en los mercados mexicanos, es decir, sin definir una marca comercial como tal.

Entre los primeros anunciantes también figuran de un modo destacado las empresas de ferrocarriles y de transporte marítimo de Estados Unidos que informaban, además del lujo y la comodidad de sus servicios de horarios y las tarifas, a finales del siglo XIX nace el cine y la fotografía y muchas empresas estadounidenses empezaron a vender sus productos en bases que llevaban impresa la marca. Este hecho marco un hito en la historia de la publicidad, puesto que ante los productos domésticos como el azúcar, el jabón, el arroz, la melaza, la mantequilla, la leche, la manteca, las alubias (frijoles) etc., se vendían a granel, por lo que los consumidores no habían conocido entonces el productor; los primeros en utilizar esta técnica fueron los vendedores de jabón y detergentes.²⁰

Durante la primera guerra mundial, la industria estadounidense hizo que se desarrollara la misma, hasta que se convirtió en una marca que estuviera registrada en los Estados Unidos, situación que provocó que esta industria evolucionara hasta en nuestros tiempos.

²⁰ BOORRINI Alberto. "Publicidad , diseño y empresa", primeras edición, Buenos, Aires infinito ,2006, Argentina. P. 23

Tras la primera guerra Mundial la Industria Publicitaria estadounidense creció hasta el punto que se convirtió en la marca registrada de los propios Estados Unidos. Este crecimiento se vio impulsado por numerosos avances tecnológicos; el crecimiento de la Industria estadounidense provocó nuevas y mejoras técnicas que beneficiaran a otras industrias.²¹

1.3.MÉXICO

En la época prehispánica en México, los aztecas fueron los primeros vendedores organizados que tenían nuevas formas de llamar la atención de sus consumidores y sus necesidades; tenían personajes específicos: los pochtecas que anunciaban los productos, éstos eran conocidos como los pregoneros publicitarios.

En el México prehispánico, los pochtecas, mercaderes que constituían un primer nivel jerárquico en la sociedad azteca, eran comparables con los fenicios, fueron los primeros vendedores organizados, sabios en el arte de hacer atractivos sus productos y concedores de los deseos y necesidades de sus posibles compradores.²²

En el nuevo continente, un impresor de nombre Juan Pablo, el cual venía de Sevilla, España, inició con los albores de la comunicación masiva, ya que, la imprenta impulsó al desarrollo de muchos aspectos importantes dentro del nuevo continente, así, con el transcurso tiempo, los medios impresos se impulsarían con diversas características litográficas.

²¹ Ídem

²² Cfr. SECO López Cristiano, "Historia de la publicidad". Op.cit.P. 2

En América, la imprenta fue introducida por el impresor Juan Pablo, procedente de Sevilla. La prensa fue impulso en México, América y el resto del mundo, de una gran actividad publicitaria que con el paso del tiempo crecería, adquiriendo rasgos propios sobre todo en las técnicas litográficas.²³

Después que se inventó la imprenta, vino un acontecimiento importante, ya que, con este invento, hubo un apogeo en materia de publicidad, los empresarios comercializaron más rápidamente sus productos al consumidor, quien anteriormente esperaba a que las mercancías que se elaboraran, y pues, a partir de la comercialización publicitaria, ahora son las mercancías, las que esperan al consumidor.

Después de la imprenta, ocurre un acontecimiento que marcará y transformará el rumbo de la publicidad. “La Revolución Industrial.” Con su llegada, se expande la producción, así que el consumidor ya no tiene que esperar a que la mercancía se elaboré, ahora son las mercancías las que esperan y buscan al consumidor.²³

En la época de la colonia, es decir, en el México Virreinal, los españoles trajeron cambios a la nueva España, como se ha señalado, a los pregoneros que ya se conocían en el nuevo continente, se incorporaron los tambores, para llamar la atención del todo ciudadano de la nueva España; en 1666 aparece el primer volante informativo y la primera gaceta, que recibió el nombre de “sucesos, noticias trasladados”, y el primer periódico que implementó anuncios publicitarios fue el aviso oportuno del Diario de México.

²³ Ídem

En el México virreinal la publicidad de los productos o Servicios se realizaba más comúnmente con los pregoneros, quienes además de utilizar sus voces y frases persuasivas, se acompañaban con redobles de tambor para llamar la atención del público.²⁴

En la Nueva España se imprime la gaceta en donde actualmente se anuncia el comercio, Años más tarde, en 1850, se creó la nueva campaña publicitaria, y con ella, la nueva forma de que las actividades comerciales crezcan económicamente.

En 1666 se imprimió la primera gaceta en la Nueva España, actividad que al día de hoy se conoce como el negocio publicitario. Tiempo después, en 1850, se desarrolló la primera campaña publicitaria y con ella una nueva forma de capitalizarla.²⁵

En México, el primer periódico que presento anuncios publicitarios que se llama: el diario de México, el insurgente Miguel Hidalgo uso la prensa que se llamaba “El Despertador Americano”, que describía lo que sucedía en el país y lo que estaba por venir en México; fue hasta la mitad del siglo XIX que fueron gratuitos los anuncios publicitarios.

El primer periódico que presentó anuncios publicitarios fue el aviso oportuno del “Diario de México”. Miguel Hidalgo usó una especie de prensa informativa denominada “El Despertador Americano” que describía qué era lo que sucedía y estaba por venir, fue hasta la mitad del siglo XIX, los anuncios publicitarios eran gratuitos.²⁶

²⁴ VÁZQUEZ María de Luz. “Historia de México”. Limusa, segunda impresión México, 2004 P. 33

²⁵ Ídem.

²⁶ NOVO Salvador. “Apuntes para historia, en la ciudad de México”. Novaro, 1968 P. 25

Tiempo después, se reconoció a la publicidad, ya que, se crearon nuevas campañas publicitarias; la publicidad en México, inicio creando volantes y anuncios en los principales periódicos de México como el Universal y Excélsior, y el medio elaboro y disperso fue la imprenta que, en los años 1916 y 1917, a los insurgentes Ignacio López Rayón y José María y Morelos, tuvieron el apoyo el periódico el Ilustrador para informar a la población de la guerra de independencia.

La publicidad en México utiliza primero los medios escritos con la aparición y propagación de la imprenta crea volantes y publica anuncios en los periódicos más importantes de México. Con los distintos medios de impresión, (litografías, offset, etc.) la publicidad tiene un auge. A partir de 1916 se fundan en México periódicos de Circulación diaria.²⁷

El inventor Guillermo González Camarena desarrollo la televisión a color y, que después, la patento en los Estados Unidos y así se dio a conocer al mundo. En México, Camarera conoce a Emilio Azcárraga, que era un empresario y deciden formar una empresa televisora con ayuda de los mensajes publicitarios.

Camarena inventó un sistema de televisión cromática que patentó tiempo después en México y en Estados Unidos, González Camarena y Emilio Azcárraga se interesan por participar en el negocio de la explotación comercial de un canal televisivo.²⁸

²⁷ RUIZ Ocampo Alejandro. "Consejo Nacional de la Publicidad". Plaza y Valdez, 1era Edición, México, 1999, P. 1

²⁸ ídem.

El 26 de julio del año de 1950, se transmite en televisión, en canal abierto por control remoto, el sorteo del periódico Novedades, y el día 30 se transmite la corrida de toros.

26 de julio de 1950, ocurre la primera transmisión de las 17 a las 19 horas. El día 29 se llevó a cabo el primer control remoto con motivo del sorteo del periódico Novedades y el día 30 se transmitió una corrida de toros.²⁹

Durante el año de 1910, se crea la radio, que fue hasta el año de 1930, cuando la radio mexicana anuncia el primer mensaje comercial esto en la estación XEW, de quien era el dueño Emilio Azcarra Villarueta, grupos de empresarios impulsan la radio en ese año y, en 1940 se fundan importantes agencias publicitarias, años más adelante se funda la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP).

En el año de 1910, Se da el inicio de la radio en México y en 1917 Grupos económicamente fuertes se consolidan e impulsan la industria de la radio comunicación con capital nacional y extranjero. En 1925 , la radio se utiliza como medio de difusión, lanzando al aire mensajes publicitarios, fundan la XEW " La voz de América Latina".En el año 1930 se inaugura la XEW y es transmitido el primer comercial de corte moderno y el primer jingle, Para 1930 ya se contabilizaban 25 agencias de anuncios en nuestro país. En 1940 se fundan importantes agencias publicitarias como "Grand Advertising" que fue el primer estudio de grabación para fines publicitarios y En 1950 nace la Asociación

²⁹ Novo Salvador , "Apuntes para historia ,en la ciudad de México", Op.cit. P. 35

Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)“Medios Publicitarios Mexicanos” establece el servicio de información y tarifas de medios.³⁰

La inversión en publicidad y la presencia cotidiana de sus mensajes ha alcanzado un gran desarrollo. Si las revoluciones anteriores trajeron al mundo la idea del cambio, el avance del siglo XX, ha producido la sensación de que los límites no existen, pues el ser humano ha evolucionado en medios de comunicación impresos, siendo la publicidad en el periódico como primer medio masivo de comunicación.

La publicidad se ha ido transformando en función de las diferentes etapas económicas, sociales y culturales, ya que, sin este medio, las empresas no comercializarían sus productos en la sociedad.

El negocio de la publicidad está en manos de multinacionales que, en el final de siglo han creado grupos de comunicación que dan servicio global a los anunciantes. Esta cuestión obedece a la necesaria evolución y reajuste que han tenido que hacer las estructuras publicitarias en estos últimos años, acelerados por el periodo conocido como “la crisis de la publicidad”, que en nuestro país fue especialmente dura entre 1993 y 1998. Precisamente agencias, anunciantes, medios y demás protagonistas de este mercado están hoy ajustándose a las nuevas exigencias. Esta etapa, como todas las crisis, ha provocado descalabros pero también ha contribuido con aportaciones. Posiblemente la más importante es la reflexión y la inminente búsqueda de incorporaciones y cambios en el mercado y en los sistemas de trabajo, presupuesto y elegir la agencia de publicidad con la que trabajar. Actualmente la relación entre ambas empresas tiene muchos más puntos de contacto, ya que se entiende que los anunciantes participan más de lleno en el proceso publicitario y que las agencias se integran más que nunca en el conocimiento de su marca, público y sector.

³⁰ Ídem.

Las marcas simbolizan los valores que le asignan sus dueños y que reconoce el público. Las personas que han elegido una marca y se sienten partidarios de ella pueden seguir defendiéndola aunque las características del producto cambien, incluso cuando se sustituyen unos productos por otros, siempre que mantengan su significado. La comunicación se debe gestionar como un factor estratégico de la organización que responda específicamente a la estrategia de imagen corporativa establecida. La publicidad corporativa y comercial debe corresponderse con ella.

El uso publicitario de la radio cambia con la aparición de la televisión y, sobre todo, con la evolución de este medio, tanto en el aspecto técnico, como en lo que se refiere a su uso. En nuestro país, la radio era hasta final de los setenta el medio idóneo para los productos de gran consumo, a los que proporcionaba la máxima cobertura y notoriedad. Convive durante años con una televisión en blanco y negro, de horario reducido y una oferta restringida a la emisión de un canal. A partir de los ochenta, se generaliza la televisión en color, aumentan las horas de emisión y se amplía la oferta, lo que repercute en las costumbres de consumo, no sólo de la propia televisión, sino también de la radio, desplazando a los anunciantes tradicionales de este medio a la pequeña pantalla. Los departamentos comerciales de las cadenas encuentran en otros sectores, no todos minoritarios o locales, anunciantes a los que facilitan la producción de sus cuñas si lo necesitan, realizando una labor muy distinta a la de sus compañeros de televisión.

En realidad, la publicidad siempre ha admirado las tendencias artísticas y, de una manera o de otra, las ha seguido en cada época, siendo especialmente sensible en la creación de carteles y de otras piezas realizadas para el medio exterior. La evolución de las artes gráficas, especialmente la incorporación del color impreso, que ha ido perfeccionándose, y el tamaño de las ilustraciones dan al cartel una gran capacidad expresiva y comunicativa.

Lo cierto es que, en el siglo XX, el cartel pierde la mano de los artistas, aunque gana las posibilidades que proporcionan los avances electrónicos. La tecnología para crear cualquier tipo soporte exterior ha dado alas al medio que sigue formando parte de la vida de las ciudades, aunque muchos suspiren por su pasado artístico. Hoy, el diseño publicitario ha tomado el relevo, consolidando la que es, sin duda alguna, la forma de publicidad, más antigua.

CAPÍTULO SEGUNDO

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

2.1. SALUD

Antes de comenzar con este primer concepto, se analizará la distinción entre Salud y Salubridad, ya que, se pueden confundir los dos conceptos de palabras; ya que, Salud para mi criterio, se puede deducir como que está bien la persona, mental y físicamente, ya que salubridad puede englobar todo lo relacionado de salud o alguien la calidad de salubre que ostenta, en tanto, cuando hablamos de salubre, nos estamos refiriendo concretamente a aquello que resulta ser bueno para nuestra salud.

La salud puede clasificarse en: salud física, que es la que intercambia y resuelve los problemas que se da por sí mismo; salud mental es que tiene estar bien de sus facultades mentales, que tiene no incurrencias.

Desde luego, ha ido cambiando conforme los avances de las ciencias, especialmente biológicas y naturales y, con la concepción que el hombre ha tenido de si, de su vida, su muerte, su cuerpo y enfermedad, el dolor, el sufrimiento, su mente, su entorno, de la supervivencia y de lo que, hoy solemos llamar: “calidad de vida”.

Salud viene del griego: Salus, Salutis, que significa: salud o salvación, según la Organización Mundial de la Salud, explica que, para ella: salud es que la persona no tiene ninguna afectación que sea física o mental.

La palabra Salud viene del latín Salus, salutis salud, salvación según la organización de la salud define que es aquel estado o ser organismo vivo que no tiene ningún dañosa sea social y mental, y físico que se encuentra bien en todo lo que refiere al cuerpo humano.³¹

La Salud puede considerarse como la condición de proporción que este bien, física, mental e incorpóreo, en este ámbito que se refiere a que la salud este bien, en todo que pueda desarrollarse como ser humano, ya que, sin la existencia de la salud, no hay felicidad, ni bienestar en el ser humano.

La salud puede ser entendida, en una primera aproximación, como un estado de equilibrio no solamente físico, sino también psíquico y espiritual. En este sentido se puede decir que la salud es uno de los anhelos más esenciales del ser humano, y constituye la cualidad previa para poder satisfacer cualquier otra necesidad o aspiración de bienestar y felicidad, aunque la salud no puede ser identificada taxativamente como felicidad o bienestar sin más.³²

La salud esta entendida en un sentido positivo, que contempla la ecuanimidad, utilidad y completo desarrollo en el cuerpo humano y que, se pueda convivir adecuadamente en la sociedad.

La salud, entendida positivamente, implica los conceptos de integridad (completeness), eficiencia (efficiency) y total funcionalismo (full functioning) de mente, cuerpo y adaptación social³³.

³¹ RAMÍREZ López José Alejandro. "Derecho a la Salud". Porrúa, México, 1980 P.4

³²Ídem.

³³ A. Bowling," La medida de la salud".S.G Editores / Masson, Barcelona, 1994. P.7

La palabra Salud y Salubridad no es lo mismo, ya que, tienen diferentes conceptos que el lector no se confunda, en diferentes definiciones la palabra Salud viene del griego Salutis o Salvación ha tenidos grandes cambios atravez de lo biológico, en que es el estado de un ser u organismo vivo que no tiene ningún daño físico, ni mental, no padece de alguna enfermedad. De que no le falta ninguna cosa para que funcione adecuadamente como ser humano y pueda existir en este mundo y salubridad es aquello que resulta ser bueno para nuestra salud.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) que define que es aquel que el individuo que no sufre de ningún daño ya sea físicamente, interiormente o exteriormente psicológicamente y que no padece ninguna enfermedad.

2.1.1. SALUBRIDAD

De la palabra salubridad se desprende el significado de salubre que significa que no afecta a la salud.

Salubridad: f. Cualidad de Salubre.

Salubre: adj. Bueno para la salud.³⁴

El significado de salubridad se confunde con salud, ya que se escuchan casi igual pero, no es lo mismo, salubridad es que no perjudica a la salud de los seres humanos.

2.1.2. CLASES DE SALUD

La Salud se clasifica en tres tipos de salud que son: Salud Física, Salud Mental, y Salud Social, que, agrupando a las tres, da por resultado la salubridad; la Salud

³⁴ <http://dle.rae.es/?w=salubridad/?w=salubre>

Física es de relacionarse y de tener inteligencia, la Salud Mental es de estar bien del intelecto o raciocinio de todo lo que lo rodea, que resuelve por si mismo los problemas que se presentan; y Salud Social se refiere a que el hombre, pueda vivir bien de la mente, sin problemas psicológicos y que, tenga buena salud tanto físicamente como interiormente puede desempeñarse como ser humano.

La Salud física, que corresponde capacidad de una persona de mantener el intercambio y resolver las propuestas que se plantea. Esto explica por la historia de la adaptación al medio que tiene al medio que tiene el hombre, por lo que sus estados de salud o enfermedad no pueden estar a la margen de esa interacción.

La salud mental, el rendimiento óptimo dentro de las capacidades que posee relacionadas con el ámbito que lo rodea la salud radica en el equilibrio de la persona con su entorno de ese modo, lo que implica una posibilidad de resolución de los conflictos que le aparecen.

La salud Social, que representa una combinación de las dos anteriores en la medida que el hombre pueda convivir con equilibrio psicodinámico, con la satisfacción de su necesidades y también sede sus aspiraciones, goza de buena salud.³⁵

La O.M.S (Organización Mundial de la Salud) dice que: la salud es un medio en que el ser humano está bien en todo lo que se pueda desarrollar como persona, pueda adaptarse dentro de una sociedad, que pueda desarrollarse como ser humano, convivir en la misma sociedad, ya que, la sociedad lo podrá cohibir si éste se encuentra enfermo o mal de salud.

³⁵ L. Feito, "La definición de la salud". Diálogo Filosófico 34 (1996) P. 64

La Organización Mundial de la Salud dice que la Salud es un Estado de complejo bienestar físico, mental y social. La salud física, que corresponde a la capacidad de una persona de mantener el intercambio y resolver propuestas que se plantea. Esto se explica por la historia de la adaptación al medio que tiene el hombre, por lo que sus estados de salud o enfermedad están al margen de esa interacción.³⁶

En el principio de legislatura ética de la práctica médica, se origina en el Código de Internacional de Ética Médica, incluido en la Tercera Asamblea de la Asociación Médica Mundial, en la ciudad de Londres, en octubre de 1949, además que va tener el Derecho de las personas a la seguridad social y a las personas.

El derecho de las personas a la seguridad social y a la salud. En este proceso de legislación ética de la práctica médica surge el Código Internacional de Ética Médica, adoptado por la Tercera Asamblea General de la Asociación Médica Mundial (Londres, octubre de 1949).³⁷

Estos estatutos destinados a exigir que se comporten adecuadamente los individuos que componen un estado, entre la sociedad, no por las leyes a que, todos los países unidos a este tratado en la actualidad que todo ser humano debe de gozar de una excelente salud, para todo, sin distinción de color, de raza o etnia, y recibir un trato adecuado entre toda la sociedad sin discriminación.

³⁶ E LAÍN Entralgo Alfred, "La espera y la esperanza. Historia y teoría del esperanza humana". Alianza Editorial, Madrid 1984, P. 472.

³⁷ Asociación Médica Mundial. "Declaración de Lisboa de la Asociación Médica Mundial". Bol Oficina Sanit Panam 1990.P.108.

Este conjunto de normas encaminadas a la obligación moral y no jurídica recomienda su observancia en los países firmantes, y fundamenta el reconocimiento moderno del derecho que posee el ser humano a gozar de salud en forma libre e igual en dignidad y prerrogativas, otorgándole el respeto y trato fraterno de sus congéneres³⁸

El concepto de la publicidad ha ido evolucionando desde un punto vista médico biológico, la salud es una realidad que siempre ha preocupado al ser humano, y que, ha configurado el modo de verse y de pensarse, el hombre a sí mismo, y a su medio existencial; es un concepto que ha ido variando a lo largo del devenir histórico de la humanidad, pero, que nunca podrá perder su importancia y significatividad; lo primero, porque es una categoría que enmarca la propia esfera del ser y del estar éste en el mundo, (la salud es algo natural a todo hombre, tanto en su dimensión corporal, mental o espiritual), y lo segundo, tener salud o no tenerla, es lo que determina, desde un enfoque fenomenológico, el que cada ser humano debe hallarse o ajustarse más y mejor a la existencia que a cada uno le haya tocado vivir, según las exigencias de la sociedad en donde convive, porque, si le toca en una sociedad donde no haya servicios de salud, el mismo individuo si llega a enfermarse por lo consiguiente vendrá la muerte.

2.2. PACIENTE

El paciente es toda persona que sufre alguna enfermedad o molestia que esté afectando su estado de salud y no pueda desarrollarse, ni desempeñarse dentro de la sociedad para vivir adecuadamente, que va a un centro de salud en este lo va atender un doctor o un especialista de materia de salud para aliviarlo o quitar sus

³⁸ LÓPEZ-de-la-Peña XA. "Actitud médica y conocimientos legales de algunos derechos del paciente". Rev Invest Clin 1995;47(1) P 12.

molestias que le afectan como ser humano que no le permiten desarrollarse como ser humano.

La palabra paciente significa el que padece, el que sufre; debiendo entonces de haber sido traducido desde el latín al castellano, mejor como paciente y que, es una persona que está esperando que la atienda un médico o la auxilie el doctor.

La palabra paciente viene del latín patients (sufriente, sufrido) la etimología del verbo paciente de una alguna manera está relacionada con la paciencia aludiendo esta pasibilidad que la persona que espera todo o casi, todo del médico a sus auxiliares, en quienes ha depositado su confianza si no también su fe.³⁹

En el diccionario aparece como paciente, aquella persona que padece la acción del agente, ha este ha significado que, hay un especialista de la salud o médico que va a encontrar la forma para aliviar o sanar el mal que le afecta; a muchos especialistas del tratamiento de las algunas enfermedades nerviosas y mentales, no les gusta el término y que a ellos les gusta el nombre de cliente, que es la persona que tiene varios a derechos y un más alto grado que el especialista de tratamiento de enfermedades nerviosas y mentales, pero con lo relativo de los significados de las palabras de eliminar, la palabra paciente de la ciencia de la psicoterapéutica, ya que es considerada paciente, por que origina aquel individuo que sufre una enfermedad mental no como un paciente, si no como, un efecto ocasionado por una enfermedad o alteración que afecta la salud.

Según el diccionario, paciente es aquél que recibe o padece la acción de algo. El término implica que hay un sanador que actúa sobre el sufriente como el cirujano actúa sobre el cuerpo que opera. Muchas

³⁹ RAMÍREZ López, José Alejandro, "Derecho a la salud", Porrúa; México, 1989 P.4

psicoterapeutas han renunciado al uso de tal término y generalmente lo suelen sustituir por cliente, que confiere a quien toma el servicio más grados de libertad y una posición más proporcionada ante la terapeuta (a lo largo del texto usamos indistintamente el masculino y el femenino como genéricos, refiriéndose ambos tanto a varones como a mujeres). Pero, con independencia de la adecuación semántica, eliminar paciente de la nomenclatura psicoterapéutica es para nosotros un paso ventajoso, porque es fundamental que se conciba a quien sufre por asuntos de salud mental no como un paciente sino como un agente.⁴⁰

La palabra paciente viene del latín que significa patiens que significa sufriente o sufrido que es la persona o individuo que tiene alguna molestia, enfermedad, dolencia, o alteración, ya sea externa o interna, que impide que conviva con la sociedad que lo rodea y pueda vivir plenamente, los médicos que tratan a los medios afectados de trastornos mentales no les gusta el término de paciente, que les gusta el término, cliente ya que, para la rama de la psicología los síntomas, que sufre o perturbaciones que no permitirán al individuo desarrollarse plenamente ocasionadas mentalmente.

2.3. MEDICAMENTO

El origen del medicamento hay que buscarlo en el hombre, mismo que, surgió como la necesidad de paliar la enfermedad o para su prevención, inclusive, cuando está era interpretada como un mal inducido por los espíritus hostiles, el medicamento era un remedio para ahuyentarlos.

40 ALONSO Yolanda, "Evaluación y Tratamientos Psicológicos", Universidad de Almería, España, 1998, P.1

Los medicamentos son usados para la cura de enfermedades, o para quitar algunos síntomas, hoy en día estas sustancias están controladas por diversas instancias internacionales o nacionales, ya que, el término medicina es un sinónimo de medicamento, puesto que, los dos tienen el mismo significado.

El término medicamento viene de la palabra “pharmacon” o “pharmakon” que significa adaptado de fármacos ya que, si el paciente que esta enfermo o enfermo toma el medicamento, el subconsciente considera que será benefactor, ya que el surgió cuando Sócrates y Platón consideraban que la medicina curaría todos sus males a los pacientes o enfermos tiene fe, que les curara sus males. Es un remedio o calmante que se usa para quitar las molestias que perjudican a los seres humanos, durante su vida en la vida cotidiana. El origen del medicamento se divide en cuatro épocas que data el origen de la época de Platón y Aristóteles, a través del tiempo muchas culturas de medio oriente usaban este tipo de medicamento o hierva medicinal como el opio, escina, mandrágora y otras plantas que en nuestros días son drogas por su nivel de toxicidad, en algunos países del medio oriente la medicina tuvo desarrollo. En la creación de nuevos medicamentos.

Más adelante, con el transcurso de los años, en la antigua Grecia, unos científicos que son los precursores de la medicina estudiaron estas sustancias y transmitieron esos conocimientos, que serán las bases para la creación de la airoquímica, que es una rama histórica de la ciencia que enlazaba la química y la medicina, introduciendo a Europa las nuevas sustancias desconocidas y la nueva palabra desconocida como las Farmacopeas, que son en pocas palabras las droguerías o donde se estudian esas sustancias con fines curativos, se almacenan y se elaboran Normas de como producir medicamentos eficaces e higiénicos, que no estén en contra de las leyes sanitarias.

La palabra medicamento procede del griego “pharmakon. Pero además el medicamento no sería justo dejar de citar el término “placebo”, tan boga en nuestros días, y que surgió al mismo tiempo cuando Sócrates y Platón enseñaban que “la eficacia de un medicamento es mayor cuando al enfermo que se administra, confía en él”.

El término medicina proviene del latín medicina y hace referencia a la ciencia que permite prevenir y curar las enfermedades del cuerpo humano.

Podemos establecer cuatro épocas que determinan la evolución en el origen de los medicamentos:

Inicialmente el concepto medicamento es algo empírico, caso mágico religioso y tiene su significado poco científico: Tuvo su principal desarrollo en Mesopotamia, Egipto, China, etc. De esa época citaremos medicamentos como el opio, escila mandrágora, eléboro, cáñamo, antimonio, etc. que proceden de la naturaleza misma, ya sea, del mismo reino vegetal animal mineral.

Posteriormente, se inicia el conocimiento del medicamento en base al estudio y la observación iniciada por los griegos, donde los personajes de Dioscórides y luego Galeno pueden considerarse los padres del medicamento cuyos medicamentos fueron conservados y transmitidos en la Edad media, gracias a un pueblo culto:

Los árabes en el Renacimiento es importante la aportación de Paracelso creador de la alquimia, así como las drogas procedentes del nuevo mundo, desconocidas en Europa siendo entonces cuando se crean las primeras farmacopeas.

La palabra Farmacopea se utilizado para definir el tratado que recopila los remedios o sustancias medicinales utilizados con fines terapéuticos así como las normas o procedimientos adecuados para su elaboración y conservación y que están autorizados legalmente para ello.⁴¹

Para Claudio Galeno, que fue un medico reconocido en la edad media decía que la medicina es la ciencia que estudia a los componentes saludables que estos que van a permitir que la salud este bien que no van a permitir que afecte la salud y recuperar esa misma salud, el médico con sus conocimientos adquiridos tratara de que el paciente no caiga y no muera o controlara el mal si es posible no le individuo.

Para Claudio Galeno Afirma que la medicina es la ciencia de los factores saludables y nocivos, llamando saludables a aquellos que preservan la salud existente y recuperan la que se ha perdido, y nocivos a los contrarios a éstos. El médico precisa efectivamente del conocimiento de ambos con el fin de obtener unos y evitar los otros.⁴²

En la Edad media, las farmacopeas era algo nuevo para los habitantes de Europa, ya que se explicaba por medio de dibujos y diagramas como se podría consumir y preparar las los remedios que curarían las enfermedades.

En aquella época; las farmacopeas eran auténticas obras de arte con dibujos exhaustivos, tanto plantas medicinas como utensilios de utilidad para administrar o preparar remedios.⁴³

⁴¹ Ibídem.P.2

⁴² GALENO, Tratados filosóficos y autobiográficos, Traducción al castellano de Teresa Martínez Manzano, España, Editorial Gredos, 2002, P.P.. 111-119.

⁴³A, García García M.D, Montero Baldosa M.C, González Baldoso J.M, "Conocimientos Básicos del medicamento y su Utilización". Porrúa, Impresos en México P.P. 1. 2

La medicina es una sustancia elaborada por la mezcla de sustancias o ingrediente activo que se usan para el tratamiento o curación de las enfermedades que afectan a los seres humanos.

Es un especie del genero fármaco elaborado por medio de formulas farmacéuticas para ser usado en el tratamiento, alivio de síntomas o diagnostico de enfermedades que afecten seres humanos.⁴⁴

Además, se toman en cuenta que los medicamentos son las sustancias combinadas para ser administradas con fines de investigación sin que se sepa de donde proceden.

También se consideran medicamentos, son las sustancias medicinales o sus combinaciones, que pueden ser administrados a personas o animales con cualquiera de estos fines, aunque se ofrezcan sin explicita referencia a ellos.⁴⁵

Que toda sustancia medicinal y sus combinaciones destinadas a su utilización en las personas o en los animales que se presente dotada de propiedades para prevenir, diagnosticar, tratar, aliviar o curar enfermedades o dolencias o para afectar funciones corporales o a estado mental.

2.4. LESIONES

La Palabra lesión tiene muchos significados en medicina y en derecho penal; la determinación del acto causante de dicha alteración que tiene que estar previsto, contemplado y castigado por la Ley al ser calificada por ésta como delito o falta. Si no

⁴⁴ MENDOZA Patiño Nicardo Farmacología Médica Editorial Panamericana Impreso en México, UNAM, Facultad Medicina 2008 P. 5

⁴⁵ <http://ww.Encicloperiajuridica.biz.14.com>

hay falta ante la ley o delito, no hay lesión; habrá herida, traumatismo, accidente; la lesión, esta precisa, necesariamente, ser realizada por un individuo, por este mismo hecho de haber infringido esa lesión a una víctima, sea considerado culpable de un delito o falta ante la Ley. Este elemento de la lesión es ineludible y debe darse siempre para poder calificar un traumatismo, cualquiera de lesión, que es un golpe, herida daño, perjuicio o detrimento que puede presentarse tanto daños externos o internos.

Que toda anomalía morfológica en la forma de tejidos del organismo, dentro de este concepto, se puede entender como lesión cualquier alteración anatomopatológica, independiente de su origen.⁴⁶

Según López Gómez las lesiones son un disturbio físico del ser humano producida por un cualquier parasito o accidente que daña el cuerpo humano o animal. Según cualquier virus o parasito que se transmite de ser humano a otro ser humano que sea contagiosa; y define lesión como:

"toda alteración anatómica o funcional ocasionada por un agente externo o interno". Según esta definición, cualquier enfermedad infectocontagiosa, por ejemplo, puede ser una lesión; cualquier traumatismo accidental puede dar origen a una lesión.⁴⁷

Este autor Nerio Rojas en su obra "Lesiones" describe que la Lesión dentro del campo de la Medicina para su entender es la destrucción o modificación del ser humano o animal, ya sea, físicamente o internamente, ya sea por un accidente o la entrada de un virus, que en este último caso se le llama herida a la destrucción de la piel, que se llama herida.

⁴⁶ TORTOSA López José Manuel, Crespo Alonso Santiago. "Conceptos básicos de patología forense". Palibrio, Impreso en Estados Unidos de América, 2011.P. 102

⁴⁷ DE AGUILAR Merlo Ramón "El concepto de médico legal de la lesión". Porrúa, México, 2010, P.21.

Ya que en el ámbito de lenguaje jurídico se habla de ámbito plural se define lesión: como trastornó de lo organológico ya sea de procedencia violenta o externa que a la vez significa la entrada de un organismo desconocido al ser humano o la sección de tejidos del cuerpo ser humano. Ya que la lesión es un delito en contemplado en las normas jurídicas.

Nerio Rojas, en su obra "Lesiones", escribe: "En Medicina se entiende por lesión una destrucción o alteración en la anatomía de un órgano, ya sea por un proceso patológico o por un traumatismo, pero en este último caso, cuando hay sección de tejidos, se usa, sobre todo, el término de herida.

En el lenguaje jurídico, la palabra lesión tiene un sentido más general: significa alteración anatómica o perturbación funcional de origen violento o externo, significo, a la vez, herida y enfermedad; es el daño en el cuerpo ó lo salud según la expresión legal. Pero es necesario que alguien, pueda hacer dolo o culpa, pues lesión es, además, la calificación de un delito.⁴⁸

La palabra Lesión tiene muchos definiciones, ya sea para la medicina o el Derecho Penal, este acto de homicidio debe está incluido y regulado por las normas jurídicas que regulan el comportamiento de los seres humanos al no haber este acto que no cometió un delito ante autoridad jurídica, que no se considera delito puede considera herida como alteración externa, internamente causando una herida o modificación que es un ser cativo que causa alguna modificación ya sea una cortadura en la piel, golpe en el cuerpo, o en la cabeza o accidente, este elemento de lesión no se puede transferir ni destruirse que es perjuicio que varios tratadistas de la

⁴⁸ Ibídem P.22

materia de Derecho han hecho sus definiciones algunos tratadistas de la materia de lesiones como López Gómez, que la palabra lesión es una infección de un parasito o perjuicio que se produce, ya sea, por un accidente, daño involuntario internamente o externamente en el cuerpo humano, para el autor de la obra “lesiones” que en la medicina es la alteración que sufre el cuerpo humano provocado por agentes externo o internos de forma voluntaria o involuntaria que no dejar al organismo vivo poder seguir viviendo en sus medio ambiente, y en el ambiente jurídico la palabra lesión es aquella interrupción que es causada por actos voluntarios o involuntarios entre los seres humano ya que esta se castiga de manera con una pena o medidas de seguridad.

2.5. HOMICIDIO

El homicidio es cuando un individuo le priva de la vida a otro individuo que puede usarse como sinónimo de asesinato o crimen.

El significado de homicidio es la muerte producida por otro individuo, por lo comúnmente va en contra de las leyes, muchos autores tienen sus definiciones acerca la del homicidio. Se dice en el diccionario enciclopédico que el Homicidio es la muerte ocasionada a otra persona que este acto es inmoral ante las leyes de que regulan la sociedad.

La palabra Homicidio deriva de la expresión latina homicidium, que a la vez se compone de dos elementos: homo y caedere: homo significa hombre y caedere que expresa matar, por lo tanto el homicidio es la muerte causada a una persona por otra. ⁴⁹

⁴⁹COBA García Luis “Homicidio de Casación”, Anagrama España,1998, P. 28

En lo que refiere a la gramática la palabra correcta de homicidio de acuerdo al diccionario Enciclopédico Larousse que significa la muerte provocada a un individuo por otro individuo, hecha contra leyes impuestas por el Estado y con agresiones.

Gramáticamente la palabra Homicidio de acuerdo al diccionario Enciclopédico Larousse que es “la muerte ocasionada a una persona por otra, por lo común ejecutada ilegalmente y con violencia.”⁵⁰

Para el Autor Francisco Carrara, el homicidio es la eliminación de las personas que va en contra de lo moral es el acto en que, un individuo mata a otro agregándole datos novedosos que acomodan a los acontecimientos. Para el profesor de Montevideo es la muerte la producida por otro ser pensante y tiene raciocinio.

Para Francisco Carra el homicidio es la destrucción del hombre, injustamente cometida por otro hombre que ha perfeccionado esta definición, agregándole un elemento nuevo que ajusta definitivamente a los hechos, como bien lo acierta a decir el profesor de Montevideo don José Iruretagoyena, al afirmar que el homicidio es la muerte de un hombre ocasionada por otro hombre, con el aditamento del adjetivo ilegítima, quedando contemplados en realidad todos los hechos sustanciales del hecho jurídico que se denomina homicidio.⁵¹

Se ha encontrado la más antigua definición que dice que el escritor Antón Matheo que el homicidio es la privación de la vida producida por otro, que las características que se puede definir un homicidio, uno es quitar la vida humana el segundo lugar que haya relación el de cuales fueron las causas de por que se provoco de privar la vida

⁵⁰ MEJÍA Omaña Dedsy, Pérez Hernández Armando, “tesina características psicológicas de los sujetos Internos por el delito de homicidio calificado en el centro de readaptación social de Actopan, hidalgo” México. 2008, P. 9

⁵¹ COBA García Luis. “homicidio de casación”. Op.cit. P. 29

a un ser humano y cuáles fueron las consecuencias de quitar la vida del individuo que los hechos cometidos por el homicidio sean verdaderos que no sean falsos y por ultimo les que lo haga con dolo que tenga el sujeto de hacer la acción de quitar la vida.

La definición más antigua del homicidio se encuentra en Antón Matheo, quien dice que el homicidio es la muerte de un hombre ocasionada por otro.

Son los caracteres del homicidio tres: Primero, la destrucción de una vida humana; segundo, que exista una relación de causa a efecto entre la muerte y el acto verificado por el homicidio, tercero, la intención de matar, o sea lo que los latinos llamaban abreviadamente animus necandi.⁵²

De acuerdo al autor José Sánchez Arcilla, el homicidio era considerado un delito desde el origen del homicidio en el acrecentamiento del occidente a falta de no haber un castigo dentro de la sociedad se resolvía dentro de la venganza.

En los inicios del Derecho Romano, ya desigual daba, quien cometía la muerte y ya sea, de forma opcional o obligatorio lo que paso años más adelante el derecho Romano Clásico y posclásico permaneció hasta en la época media medieval ya que el Derecho Canónico hizo diferencia entre la biblia, aun había problemas en el homicidio opcional o obligatorio.

De acuerdo a José Sánchez Arcilla, el homicidio estuvo considerado como una falta grave desde una etapa primitiva en el desarrollo de Occidente; falta que se resolvía principalmente dentro del ámbito privado de la venganza. El Derecho Romano primitivo ya diferenciaba

⁵² Ídem.

entre quien daba muerte de forma voluntaria o involuntaria; distinción que pasó al Derecho Romano clásico y posclásico, se mantuvo durante la época medieval y permaneció tiempo después.

Por su parte, el Derecho Penal Canónico había considerado esta diferencia desde los textos bíblicos. Aunque la complicación entre el homicidio voluntario y el involuntario, al menos para el caso español.⁵³

El Homicidio es la muerte de un individuo producida por otro individuo el cual va en contra de las leyes impuestas por el Estado, que dando como delito de homicidio en las leyes.

El profesor de Montevideo don José Iruretagoyena, al afirmar que el homicidio es la muerte de un hombre ocasionada por otro hombre, con el aditamento del adjetivo ilegítima, quedando contemplados en realidad todos los hechos sustanciales del hecho jurídico que se denomina homicidio.⁵⁴

La palabra homicidio procede del Griego “Homo” que significa hombre y caedere que expresa matar que significa hombre que priva de la vida a otro hombre, ya que para las enciclopedias como la Larousse sus concepto es la muerte o la privación de la vida por otra persona ya sea por violencia entre los individuos que este concepto es contra los valores humanos de la sociedad, para unos escritores del derecho como Francisco Carrara, el concepto del homicidio es la terminación de la vida ocasionada por otro ser semejante, en el derecho romano ya había diferencias de quien cometía el delio ya sea de forma dolosa o culposo ya que para la sociedad es

⁵³ SÁNCHEZ-Arcilla, José. "El homicidio" Madrid, Dykinson, 1990, P.197

⁵⁴ COBA García Luis "Homicidio de Jurisprudencia de Casación". Op.cit. P.30

un delito para el escritor Athon Mateo que dice que el homicidio es la privación de la vida a otro individuo clasificando al homicidio en ciertas características como la terminación de una vida humana, dos en que hay una estrecha relación en la muerte y los hechos que están ocurriendo donde el sujeto activo está privando la vida al pasivo y la tercera es esa voluntad de privar la vida humana ya a principios del crecimiento del occidente que no había un castigo dentro de la sociedad se hacia una venganza entre las partes en el imputado y el sujeto pasivo , en sus inicios del derecho romano primitivo ya había una diferencia quien cometía el delito de homicidio ya sea de sujeto actor o sujeto inactivo(pasivo) y esta diferencia se llevo hasta el derecho canónico.

2.6. PUBLICIDAD

La publicidad es la transmisión de un mensaje, por medio de los medios de comunicación que conocemos como la radio, la televisión, internet, periódico, revistas etc. Ya que, la publicidad es considerada como una de las poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción y que varias empresas no lucrativas o pequeñas microempresas que las utilizan para promocionar sus productos y poder comercializar.

El concepto de publicidad es una forma de comunicación social entre las personas físicas y la sociedad, que sirve para promocionar o dar a conocer lo que ofrecen, ya sea, sus servicios, en que están involucradas empresas que obtiene en asuntos de mercantiles ya sea por medio de grupos de empresas que se dedican hacer los anuncios publicitarios utilizando mensajes subliminales para llamar la atención del consumidor.

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa

lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.⁵⁵

Para el autores Stanton, Walker y Etzel del libro fundamentos de Marketing Publicidad es un medio de comunicación que es pagada por la persona moral que es conocido en el mercado de la mercadotecnia, que crea ideas novedosas para la comercialización de los productos y servicios que ofrecen cosas como por ejemplo: las compañías telefónicas ofrecen internet y la comunicación, hasta televisión de cable.

Ya que la publicidad utiliza muchos medios comunicación para la sociedad como anuncios publicitarios como la radio y la televisión, internet la otra es la de anuncios de espectaculares, playeras, en anuncios que llevan los autobuses urbanos, hasta detrás de los tickets que uno le dan en los supermercados cuando va a comprar un producto.

Para Stanton, Walker y Etzel, autores del libro "Fundamentos de Marketing", la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet."⁵⁶

⁵⁵ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A imprenta España, Cultural, 1999, P. 282.

⁵⁶ FAIREN, Manuel. "Historia de la Publicidad en Francia". En Publicidad, n° 1, abril-junio de 1965, P.-80.

Para la Asociación American Marketing: la publicidad consiste en poner diversos anuncios mercadotécnicos que están pagados en un cierto tiempo o lugar ya sea por empresas que no gana ningún beneficio u organizaciones que a través de los mensajes subliminales que utiliza la mercadotecnia para llamar la atención de la sociedad en general consuman sus productos.

Según la American Marketing Asociación, la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas".⁵⁷

La definición de publicidad es aquella rama de la comunicación que se encarga de transmitir o dar conocer productos o servicios de las empresas por medios ya sea televisivos, radiofónicos, internet, periódicos, revistas playeras o cualquier otro medio de comunicación social, para que estas empresas vendan lo que ofrecen, para que puedan seguir ofreciendo sus productos o servicios, así mismo, crezcan y sigan manteniéndose por medio sus ventas.

2.7. DERECHO PENAL

El Derecho penal son aquellas reglas que establece el conjuntos de individuos que conviven con sus semejantes en una sociedad y que si se respetan estas reglas serán acreedores a un castigo como el confinamiento del cuerpo corpóreo o sea una que tendrán que ir a la cárcel, en donde no tendrá todas libertades que tenía como ciudadano.

⁵⁷ Ídem.

El concepto de Derecho Penal, tiene diversas definiciones que se pueden encontrar, sin embargo, todas ellas giran en torno a que, el Derecho Penal representa el poder punitivo del Estado y surge como necesidad de ordenar y organizar la vida comunitaria, es decir, la vida gregaria del ser humano en sociedad, concepto puede partir a partir de dos conceptos: uno objetivo y otro subjetivo.

El derecho Objetivo, es el conjunto de reglas contenidas en códigos o normas que son anunciadas por el pueblo que para darse a informar ante la sociedad que compone el estado sobre aquellos delitos prohibidos que destruyen el tejido humano de una sociedad.

El derecho Objetivo podemos definir el sistema de leyes obtenidas en las leyes emitidas por el Estado para dar a conocer a sus miembros de la sociedad.⁵⁸

El Derecho Subjetivo es la facultad del Estado para prohibir las conductas consideradas como delitos e imponer las sanciones penales a quienes las realizan. Con el fundamento jurídico de Iuspudenti del Estado Mexicano se encuentra previsto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en la fracción XXI del artículo 73. Que faculta el congreso que dice que para expedir son las siguientes leyes que para expedir:

a) Las leyes generales en materias de secuestro, trata de personas y delitos electorales, que establezcan como mínimo, los tipos penales y sus sanciones.

Las leyes generales contemplarán también la distribución de competencias y las formas de coordinación entre la Federación, las entidades federativas, el Distrito Federal y los municipios;

⁵⁸ MORILLAS Cueva, Lorenzo. "Curso de Derecho penal (parte General)", Madrid, Marcial Pons, 1996, P. 45

b) La legislación que establezca los delitos y las faltas contra la Federación y las penas y sanciones que por ellos deban imponerse; así como legislar en materia de delincuencia organizada;

c) La legislación única en materia procedimental penal, de mecanismos alternativos de solución de controversias y de ejecución de penas que regirá en la República en el orden federal y en el fuero común.

Las autoridades federales podrán conocer de los delitos del fuero común, cuando éstos tengan conexidad con delitos federales o delitos contra periodistas, personas o instalaciones que afecten, limiten o menoscaben el derecho a la información o las libertades de expresión o imprenta.

En las materias concurrentes previstas en esta Constitución, las leyes federales establecerán los supuestos en que las autoridades del fuero común podrán conocer y resolver sobre delitos federales.

El Derecho Penal subjetivo es sinónimo del “derecho a penar” que tiene el Estado, el cual es más conocido por sus denominación latina “lus punendi”.⁵⁹

El poder legislativo se va encargar de realizar ciertas leyes que castiguen a sus ciudadanos que cometan delitos, ya sea graves como grupos de delincuentes que cometan actos ilícitos también delitos que se encuentran tipificados en los códigos penales o de defensa social de cada Estado, atribuyéndoles diferentes penalidades por supuesto estimadas por las autoridades competentes del Estado ya que estén vinculados con delitos de alta peligrosidad que dañen a los medios de comunicación,

⁵⁹ LUZÓN Pena, Diego Manuel. “Curso de Derecho penal (Parte General)”. Madrid Universitas ,1996, P.P. 46, 47

perjudicando el derecho a la información o locales se podrán realizar las penalidades del Código Penal Federal, o ya que sea que de cada estado.

Artículo 73 fracción XXI Para establecer los delitos y faltas contra la federación y fijar los castigos que por ellos deban imponerse, así como legislar en materia de delincuencia organizada.

Las autoridades federales podrán conocer también de los delitos de fuero común, cuando estos contengan conexidad contra delitos federales o delitos contra periodistas, personas o instalaciones que afecten, limiten o menoscaben el derecho a la información a las libertades de expresión o imprenta.

En las materias concurrentes previstas en esta Constitución, las leyes federales establecerán los presupuestos que autoridades del fuero común podrán conocer y resolver sobre delitos federales.⁶⁰

El Derecho Penal es la agrupación de normas jurídicas encargadas de encuadrar directamente el delito cometido por el ciudadano, ya que en ellas se le impondrá un castigo por romper las normas jurídicas impuestas por el estado si no se ponen estas medidas de seguridad el individuo volverá a cometerlas, se crearan nuevas leyes establecidas por el estado para permanezca una correcta coordinación y regulación de conductas en la sociedad.

El Derecho Penal es la rama de derecho público interno relativa a los delitos, a las penas y medidas de seguridad, que tiene por objetivo inmediato la creación y conservación del orden social.⁶¹

⁶⁰ Diario Oficial de la Federación, Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, 8 de octubre de 2013.

⁶¹ CASTELLANOS Tena, Fernando, "Lineamientos Elementales del Derecho Penal, Parte General". Porrúa, 30ª Edición, México. 1992. P. 19

Según Sainz Cantero el derecho penal es el área del normas jurídicas del estado que dirige los valores fundamentales de la sociedad, pidiendo que se comporten a la sociedad en general como lo que está establecido en las leyes y reglamentos que cada estado elabora y de establecer las penas y castigos cometidos según el delito que haya realizado, cuidando los valores correctos para una sociedad pueda vivir en armonía.

Sainz Cantero define al Derecho Penal como "el sector del ordenamiento jurídico que tutela determinados valores fundamentales de la vida comunitaria, regulando la facultad estatal de exigir a los individuos comportarse de acuerdo con las normas y de aplicar penas y medidas de seguridad a quienes contra aquellos valores atenten mediante hecho de una o determinada intensidad".⁶²

El autor Mezger define a partir de los pensamientos de Von Liszt mencionando que es la agrupación de Normas jurídicas que regulan la utilización del mando correcto del estado, que haya una vinculación entre el delito y la pena resultado de lo judicial.

Mezger lo define a partir de las ideas de Von Liszt, como "conjunto de normas jurídicas que regulan el ejercicio del poder punitivo del Estado, asociando al delito como presupuesto la pena como consecuencia jurídica".⁶³

El Derecho Penal es el arma del Estado, por medio esta cual tutela aquellos bienes de mayor interés para el ser humano y para el mismo Estado, como son la

⁶².SAINZ Cantero, José A., "Lecciones de Derecho Penal", Parte general, Casa Boss,3ª Edición, España , 1975,, P. 2

⁶³RODRÍGUEZ Muñoz, José Arturo. "Tratado de Derecho Penal", Madrid, 1955, Vol.2. P. 4

vida, la propiedad, el buen desarrollo psicosexual, la seguridad nacional, etcétera. De igual manera, la ley penal tiene carácter de prevención general.

Que entendido en sentido subjetivo, es la facultad o derecho a castigar (ius puniendi) función propia del Estado por ser el único que puede reconocer válidamente a las conductas humanas el carácter de delitos, conminar con penas y ejecutar éstas por medio de los organismos correspondientes. Pero esta facultad no es ilimitada, pues la acota la misma ley penal al establecer los delitos y sus penas.⁶⁴

Al hablar del principio de intervención mínima, implica que el Derecho Penal únicamente debe intervenir cuando existan ataques graves a los bienes jurídicos tutelados; ya que, cuando el orden social se ve vulnerado mínimamente, el Derecho Administrativo se encargará de solucionar las infracciones leves, y el Derecho Penal resolverá todos las disputas sociales.

El principio de intervención legalizada sirve para evitar el ejercicio arbitrario o ilimitado del poder punitivo estatal. También supone un freno a aquellas políticas estadales por medio de las cuales, por conducto del Derecho Penal se pretende resolver toda clase de conflictiva social, es decir, penalizar todas las conductas negativas para una sociedad determinada.⁶⁵

El Derecho Penal surge a través de dos conceptos unos objetivo y otro subjetivo es imponer las medidas de seguridad en las penas cautelares que impone el Estado.

⁶⁴ Ídem.

⁶⁵ CARRANCA y Trujillo, Raúl, Carranca y Rivas, Raúl, "Derecho Penal Mexicano, Parte general". Porrúa, México, 2014, P. 23

El Derecho objetivo es la norma, el precepto de derecho o el conjunto de preceptos de Derecho, u ordenamiento jurídico, que el estado crea para la regulación de la convivencia humana en sociedad.

Derecho subjetivo Es la capacidad que tiene una persona para hacer no hacer algo, o bien para impeler o impedir a otro a hacer algo, Es decir, el Derecho Subjetivo implica de alguna manera un poder que el ordenamiento jurídico en cuestión le concede a la persona para que en el contexto que opera actúe de la manera más conveniente a la hora de satisfacer intereses y necesidades, protegiéndose legalmente esto, pero claro, siempre sujeto y limitado a la realización y protección del bien común.

CAPÍTULO TERCERO

FUNCIONES DE LAS AUTORIDADES SANITARIAS EN MÉXICO

3.1. SECRETARÍA DE SALUD

La población mexicana, a principios del siglo XX, empezó a padecer enfermedades como: la diabetes, enfermedades isquémicas del corazón, padecimientos servír vasculares; se fundan las primeras instituciones del país, que son privadas y particulares que se van a llamar: Sistemas de Servicios de Salud y está segmentado en tres grandes grupos, de acuerdo con la inserción laboral y la capacidad de pago de las personas, y al interior de estos, el acceso a la atención se encuentra fragmentado en varias instituciones, que son: las instituciones de Seguridad Social, compuestas, por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), que es el mayor de su ramo, el Instituto de Seguridad Social al Servicio de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), los servicios médicos de Petróleos Mexicanos (PEMEX), de la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) y de la Secretaría de Marina; que cubren entre 50 y 55% de la población; los servicios de salud a población no asegurada, proporcionados básicamente por la Secretaría de Salud (SSA) y el Programa IMSS Solidaridad; y un tercer segmento que integran los servicios privados, bastante fragmentado y donde los seguros de esta naturaleza afilian poco menos del 2% de la población.

La Secretaría de Salud es la que, se va a encargar de atender los padecimientos, enfermedades y otras molestias, ya que, hasta nuestros días, estas instituciones empiezan a llamar la atención de la población por medio de sus afiliados y que los ciudadanos, con lo que, van estar emergiendo nuevas instituciones para verificar el correcto funcionamiento y desempeño de las mismas, ya que nosotros los ciudadanos aportamos por medio de nuestros impuestos presupuesto para los

sistemas de servicios de salud, incluida la Secretaría de Salud, dentro de esta Secretaría se va a encontrar la COFEPRIS y el Sistema Sanitario Federal.

La Secretaría de Salud: Es un organismo del gobierno de México, que se encarga de la promoción, prevención e intervención de la salud, desde una perspectiva multidisciplinaria y colectiva, ya sea, a nivel comunitario, regional, nacional o internacional, es decir, no centrada en el individuo, sino en el colectivo, que está plasmada en la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, en artículo 4 establece las bases y modalidades para el acceso a los servicios de salud y la concurrencia de la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general. Es de aplicación en toda la República y sus disposiciones son de orden público e interés social. Ya que pueden dar sus servicios ya sea privados o públicos que están van estar reguladas por las normas nacionales o internacionales en su fundación o la creación de la Secretaría de Salud surgió en 1943 con la fusión de dos dependencias de gobierno, que eran: el Departamento de Seguridad Pública y la Secretaría de Asistencia creando la Secretaría de Salud y de Asistencia quedando como hoy conocemos a la Secretaría de Salud.

Secretaría de Salud es la institución rectora del sistema, responsable de elaborar las normas oficiales mexicanas del ramo, convocar los grupos interinstitucionales y concentra las estadísticas sanitarias. Entre sus funciones básicas destacan: actualizar la normatividad de regulación sanitaria, evaluar la prestación de los servicios y operar el sistema nacional de vigilancia epidemiológica.⁶⁶

La Secretaría de Salud, está conformada por ciertas normas oficiales mexicanas, estas son reglas que fueron establecidas por especialistas de la materia, de que se

⁶⁶ Programa de Organización y Gestión de Sistemas y Servicios de Salud División de Desarrollo de Sistemas y Servicios de Salud ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD perfil del sistema de servicios de salud, México, 1ra edición, octubre 1998) (2da edición, abril 2002

van emplear, como por ejemplo: por investigadores, académicos y cámaras industriales o de colegios de profesionistas. Antes de que una norma entre en funcionamiento, debe existir un consenso entre el Comité Consultivo Nacional, ya establecen los requisitos para que se puedan darse a conocer los requisitos para que un producto o mercancía, pueda producirse, comercializarse, o ser transportada como marca comercial.

Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) son regulaciones técnicas de observancia obligatoria expedidas por las Dependencias de la Administración Pública Federal, que establecen reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación. Los documentos electrónicos que integran la sección de NOM (Normas Oficiales Mexicanas) fueron obtenidos de las publicaciones en el Diario Oficial de la Federación.⁶⁷

La Secretaría de Salud va resolver los problemas que viene dentro de Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la cual, en el artículo 39 establece lo siguiente:

- 1. Crear y administrar establecimientos de salubridad, de asistencia pública y de terapia social en cualquier lugar del territorio nacional y organizar la asistencia pública en el Distrito Federal;**
- 2. Aplicar a la Asistencia Pública los fondos que le proporcionen la Lotería Nacional y los Pronósticos para la Asistencia Pública; y administrar el**

⁶⁷ <http://www.semarnat.gob.mx/leyes-y-normas/normas-oficiales-mexicanas>

- patrimonio de la Beneficencia Pública en el Distrito Federal, en los términos de las disposiciones legales aplicables, a fin de apoyar los programas de servicios de salud;
3. Organizar y vigilar las instituciones de beneficencia privada, en los términos de las leyes relativas, e integrar sus patronatos, respetando la voluntad de los fundadores;
 4. Administrar los bienes y fondos que el Gobierno Federal destine para la atención de los servicios de asistencia pública;
 5. Planear, normar, coordinar y evaluar el Sistema Nacional de Salud y proveer a la adecuada participación de las dependencias y entidades públicas que presten servicios de salud, a fin de asegurar el cumplimiento del derecho a la protección de la salud.
 6. Asimismo, propiciará y coordinará la participación de los sectores social y privado en dicho Sistema Nacional de Salud y determinará las políticas y acciones de inducción y concertación correspondientes;
 7. Planear, normar y controlar los servicios de atención médica, salud pública, asistencia social y regulación sanitaria que correspondan al Sistema Nacional de Salud;
 8. -Dictar las normas técnicas a que quedará sujeta la prestación de servicios de salud en las materias de salubridad general, incluyendo las de asistencia social, por parte de los sectores público, social y privado, y verificar su cumplimiento;
 9. Organizar y administrar servicios sanitarios generales en toda la República;
 10. Dirigir la policía sanitaria general de la República, con excepción de la agropecuaria, salvo cuando se trate de preservar la salud humana;
 11. -Dirigir la policía sanitaria especial en los puertos, costas y fronteras, con excepción de la agropecuaria, salvo cuando afecte o pueda afectar a la salud humana;

- 12.-Realizar el control higiénico e inspección sobre preparación, posesión, uso, suministro, importación, exportación y circulación de comestibles y bebidas;
- 13.-Realizar el control de la preparación, aplicación, importación y exportación de productos biológicos, excepción hecha de los de uso veterinario;
- 14.-Regular la higiene veterinaria exclusivamente en lo que se relaciona con los alimentos que puedan afectar a la salud humana;
- 15.-Ejecutar el control sobre preparación, posesión, uso, suministro, importación, exportación y distribución de drogas y productos medicinales, a excepción de los de uso veterinario que no estén comprendidos en la Convención de Ginebra;
- 16.-Estudiar, adaptar y poner en vigor las medidas necesarias para luchar contra las enfermedades transmisibles, contra las plagas sociales que afecten la salud, contra el alcoholismo y las toxicomanías y otros vicios sociales, y contra la mendicidad;
- 17.-Poner en práctica las medidas tendientes a conservar la salud y la vida de los trabajadores del campo y de la ciudad y la higiene industrial, con excepción de lo que se relaciona con la previsión social en el trabajo;
- 18.-Administrar y controlar las escuelas, institutos y servicios de higiene establecidos por la Federación en toda la República, excluyendo aquellos que se relacionan exclusivamente con la sanidad animal;
- 19.-Organizar congresos sanitarios y asistenciales;
- 20.-Prestar los servicios de su competencia, directamente o en coordinación con los gobiernos de los Estados y del Distrito Federal;
- 21.-Actuar como autoridad sanitaria, ejercer las facultades en materia de salubridad general que las leyes le confieren al Ejecutivo Federal, vigilar el cumplimiento de la Ley General de Salud, sus reglamentos y demás

disposiciones aplicables y ejercer la acción extraordinaria en materia de salubridad general;

22.-Establecer las normas que deban orientar los servicios de asistencia social que presten las dependencias y entidades federales y proveer a su cumplimiento;

23.-Establecer y ejecutar con la participación que corresponda a otras dependencias asistenciales, públicas y privadas, planes y programas, para la asistencia, prevención, atención y tratamiento a los discapacitados, y

24.-Las demás que le fijen expresamente las leyes y reglamentos.⁶⁸

La Secretaría de Salud, es un organismo que elabora sus normas jurídicas de salud y que se desarrolla en todo lo que se refiere a lo higiénico del país; dentro de esta Secretaría se encuentran dos leyes importantes como: la Ley General de Salud y la Ley General del Seguro Social, cuales van a proceder con las normas oficiales mexicanas, y las reglas de como funcionaran correctamente para dar los servicios a los mexicanos, el gobierno mexicano va a verificar y controlar las normas y el desempeño de la Secretaría de Salud a través de las estadísticas que hace por grupos de instituciones relacionadas entre sí, que van a estar desconcentradas, entre si que dan información de estadísticas de la población, de medicamentos, de enfermedades, etc.

La SSA es la institución rectora del sistema y elabora las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), donde se establecen los procederes y contenidos específicos de la regulación sanitaria nacional. El ordenamiento jurídico del sector se basa en dos leyes generales, actualizadas periódicamente a iniciativa del gobierno: Ley General de

⁶⁸ Cámara de Diputados del H.Congreso de la Unión "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal" México, pág. 34,35.

Salud y Ley General del Seguro Social, cuyas operaciones se realizan a través de Normas Oficiales Mexicanas (NOM), Reglamentos, Reglas de Operación y Acuerdos de las instituciones públicas, publicados en el Diario Oficial de la República. La Federación elabora y revisa las NOM, convoca a los grupos interinstitucionales (p.ej. de estadísticas sanitarias, de atención a grupos de población, etc.) y concentra las estadísticas de salud. No existe un verdadero sistema nacional de información, sino un conjunto -cada institución pública tiene el propio- de subsistemas estructural y funcionalmente desconectados entre sí, que generan información sobre población y cobertura, recursos, servicios prestados y daños a la salud.⁶⁹

La Secretaría de Salud es una importante dependencia, ya que, si no existiera esta secretaría, sería un desorden en el ámbito de salud de los mexicanos; la Secretaría de Salud va a controlar a las demás instituciones de salud que conocemos actualmente como: el Instituto Mexicano del Seguro Social, Instituto de Seguridad Social de los Trabajadores del Estado, Servicios Médicos de Petróleos Mexicanos, y por Secretaría de la Defensa Nacional y Secretaría de la Marina; van estar controladas por las normas oficiales mexicanas y, estas van a informar por estadísticas acerca de las enfermedades y medicamentos, etc.

3.1.1. SERVICIO DE FARMACO VIGILANCIA

El consumo de los medicamentos pueden haber ciertas reacciones alérgicas o peligrosas para la salud del paciente y consumidor, para esto, se creó un organismo dependiente de la COFEPRIS, el cual, se va encargar de vigilar y controlar, si se presentan reacciones adversas a las sustancias que componen los medicamentos que se comercializan en el país o en el extranjero.

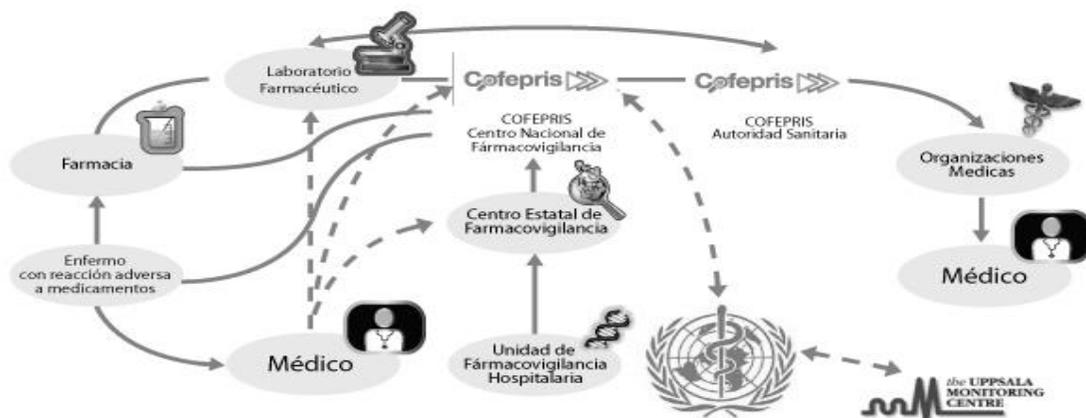
⁶⁹ Secretaría de Salud (SSA). Programa Nacional de Salud 2001-2006. Primera Edición. México D.F. 2000, P.3

La fármaco vigilancia es un programa de salud que garantiza seguridad, calidad y eficacia de los medicamentos que se comercializan se usan en el país; en el extranjero y las personas se van encargar de dar aviso sobre los medicamentos que causan una reacción adversa, perjudicial para salud del paciente va a hacer los doctores mediante un formato en donde lo llenara el mismo doctor. Además que, el paciente tiene derecho a los medicamentos, y que se le dé información sobre los riesgos que estos pueden producir, sin engaños, ni mentiras.

Fármaco vigilancia es un concepto amplio que abarca la observación de todos los efectos que produce un medicamento tanto benéficos como nocivos, proporciona un instrumento para el conocimiento sobre el uso seguro y racional de los mismos, una vez que éstos son utilizados en la población que los consume en condiciones reales.⁷⁰

La fármaco vigilancia llevara uno de los formatos, el cual lo llenara el doctor o especialista de salud para notificar a la cofepris, y más adelante a la organización de salud como se muestra en el siguiente imagen:

FLUJO DE INFORMACIÓN EN EL PROCESO DE FARMACOVIGILANCIA.



71

⁷⁰ <http://www.cofepris.gob.mx/AZ/Paginas/Farmacovigilancia/Farmacovigilancia.aspx>

⁷¹ <http://www.cofepris.gob.mx/AZ/Paginas/Farmacovigilancia/Flujograma.aspx>

El Sistema Federal Sanitario va de la mano con la COFEPRIS, ya que, le ayuda en todo lo jurídico y lo administrativo, pues la COFEPRIS tiene mucho trabajo al regular el sistema sanitario de México, por lo que, por ella misma no podría y se ayuda con la vinculación del gobierno de los Estados; y eso está muy bien, pero lo que no se encuentra es una auditoria que cheque como está trabajando el personal de la COFEPRIS, ya que, las demás instituciones deben de aclarar y dar cuentas claras a todo ciudadano que quiera saber alguna cosa sobre salubridad.

3.2. ¿QUÉ ES LA COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS SANITARIOS?

Para que se fundaran las Instituciones que hoy conocemos que controlan el sistema sanitario, tuvo que pasar por cinco etapas de la historia en nuestro país. La primera etapa se llevo en 1917, ya que, las instituciones que hoy conocemos no existían, la sociedad mexicana con menos recursos económicos se enfermaba, lo que hacían era que, iban a que los atendieran los curanderos del pueblo, y la gente adinerada pues ella si iba con los doctores, que daban servicio en las iglesias católicas, que transcurso del tiempo que hasta el año de 1937 se crearon los sistemas de salud que conocemos en nuestra sociedad Mexicana.

En México no se llevaba durante los años anteriores e inicios del actual no se crea va un sistema de salud, ya que el gobierno de la República Mexicana se restringió a llevar a cabo una operación de regular las epidemias en los puertos y fronteras.

La protección de la sociedad se presentaba en pocas comunidades de la República Mexicana, que las ofrecían los grupos de eclesiásticos, los organismos de

caridad particulares, además, al no estar de acuerdo con los bienes de la iglesia, se origino que las asociaciones de protección a la sociedad que se encontraban en la capital de la Ciudad de México, estuvieran controladas por el gobierno federal y la Secretaría de Salud se va encargar de inspeccionar las oficinas de ayuda a la sociedad que están dirigidas por los municipios.

Durante el siglo pasado e inicios del actual, no se concebía aún un sistema público de prestación de servicios de salud, toda vez que el gobierno de la República se limitó a llevar a cabo acciones de control epidemiológico, fundamentalmente en puertos y fronteras. La asistencia social se manifestaba en acciones aisladas que prestaban las organizaciones eclesiásticas, las instituciones de beneficencia privada y los particulares, de manera desarticulada y casuística. Posteriormente, la desamortización de los bienes del clero dio lugar a que las instituciones de asistencia en el Distrito Federal quedaran bajo el control del gobierno federal, con ello, la autoridad ejercía la vigilancia de los establecimientos asistenciales administrados por el ayuntamiento, a través de la Secretaría de Gobernación.⁷²

En la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos se creó El Departamento de Salubridad y consejo de Salubridad General que se finalizó en año de 1982 en donde aquel nombramiento se menciona comienzos de la seguridad social de los trabajadores, fue entonces hasta 1934 comenzó en vigencia la Ley de Coordinación y Cooperación de los Servicios de Salubridad General que se van encargar de todo lo higiénico y antes que se que unificaran los Gobiernos de los Estados para que fundaran los Servicios Coordinados de Salud Pública y que así todos los Estados tuvieran servicios públicos coordinados por los estados del país. Ya que anteriormente no había nada que agrupara o que coordina a los servicios de salud

⁷² Diario Oficial de la Federación. "Manual de organización general de la Secretaría de Salud contenido". Enero del 2006,P 2

centralizados y descentralizados que se habían creado grupos de salud que daban servicios a la población en general.

La segunda etapa se inició con la publicación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el 5 de febrero de 1917 cuyo artículo 73 previó la creación del Departamento de Salubridad y del Consejo de Salubridad General, y concluyó en 1982 en donde dicho ordenamiento establece las bases fundamentales de la seguridad social de los trabajadores.

En 1934 entró en vigor la Ley de Coordinación y Cooperación de Servicios de Salubridad, que previno la celebración de convenios entre el Departamento de Salubridad y los Gobiernos de los Estados para que se crearan los Servicios Coordinados de Salud Pública, órganos regionales de competencia coordinada y concurrente, para así sumar los esfuerzos de los niveles de gobierno y lograr la unificación técnica de los servicios.⁷³

Fue hasta el año de 1937, cuando se creó la Secretaría de Asistencia, la cual se unió con el departamento de Salubridad para así formar parte de la Secretaría de Salubridad y Asistencia en la cual se llamara COFEPRIS, en el 1947 se creó la Secretaría de Salubridad y Asistencia la cual va a tener la habilidad administrar, dirigir y controlar la prestación de servicios de salud, de protección y de ayuda a la sociedad, en ese mismo año la que se va encargar de dirección de propiedades altruistas a la sociedad en general va hacer la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

⁷³ Ídem.

En 1937 se creó la Secretaría de Asistencia, la cual, en 1943, se fusionó con el Departamento de Salubridad para constituir la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

En 1947 se publicó la Ley de Secretarías y Departamentos, la cual otorgó a la Secretaría de Salubridad y Asistencia facultades para organizar, administrar, dirigir y controlar la prestación de servicios de salud; la asistencia y la beneficencia pública. Ese mismo año, se confió a la Secretaría de Salubridad y Asistencia la administración del Patrimonio de la Beneficencia Pública.⁷⁴

Ya formada esta Secretaría de Salubridad y Asistencia en el año de 1996, se crean los primeros servicios descentralizados en servicio de salud en los estados de la República Mexicana en donde tendrían su central en el Distrito Federal, en donde desciende una rama de la Subsecretaría de Regulación y Fomento Sanitario en el año de 1983.

Lo que hacía la Subsecretaría de Regulación y Fomento Sanitario era controlar, regular y vigilar, mejorando así los servicios, apoyándolos con herramientas para su investigación y mejor desarrollo en el campo de la salud, ya sea, como empresas descentralizadas.

La principal función de la Subsecretaría de regulación y Fomento Sanitario; era los tradicionales de control y vigilancia, con el objeto de mejorar la calidad de los servicios, dotándolos de bases

⁷⁴ LÓPEZ M. Juan. "La Regulación Sanitaria en México y el Tratado del Libre Comercio, Salud Pública". Trillas. 1ª, México, 1998, P. 618

científicas y de procedimientos técnicos y administrativos modernos y eficientes.⁷⁵

La Comisión Federal para la Protección contra riesgos Sanitarios es un organismo dependiente que su administración es manejada por la dependencia de funcionamiento procedimiento ya que esta va regular los alimentos y servicios sanitarios quien escoge al representante de la COFEPRIS el Presidente de la República siendo la Secretaría de salud quien supervisa la COFEPRIS, que tienden a proteger a la población contra riesgos por consumo o uso de agua, alimentos, bebidas, medicamentos, equipos médicos, productos de perfumería, belleza y aseo, nutrientes vegetales, plaguicidas, sustancias tóxicas o peligrosas y otros productos, sustancias o agentes físicos, químicos o biológicos presentes en el medio ambiente o en el trabajo; y a mensajes publicitarios cuyos productos anunciados puedan alterar su salud.

La Comisión Federal para la Protección contra riesgos Sanitarios: es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Salud, con autonomía técnica, administrativa y operativa, que tiene a su cargo el ejercicio de las atribuciones en materia de regulación, control y fomento sanitarios en los términos de la Ley General de Salud y demás disposiciones aplicables.⁷⁶

Las funciones y características de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios sus funciones son de moderar el control y incluyendo normas sanitarias para toda vez del Comisión Federal para la protección contra Riesgos sanitarios en su Artículo 17 bis en el Diario Oficial de la Federación las cuales menciona. El control y vigilancia de los establecimientos de salud, la prevención y el

⁷⁵ Diario Oficial de la Federación. Reglamento de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios". el 13 de abril de 2004

⁷⁶ Ídem

control de los efectos nocivos de los factores ambientales en la salud del hombre, la salud ocupacional y el saneamiento básico, el control sanitario de productos, servicios y de su importación y exportación y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos, el control sanitario del proceso, uso, mantenimiento, importación, exportación y disposición final de equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos, de curación y productos higiénicos, y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos, el control sanitario de la publicidad de las actividades, productos y servicios, el control sanitario de la disposición de órganos, tejidos y sus componentes, células de seres humanos, la sanidad internacional, el control sanitario de las donaciones y trasplantes de órganos, tejidos células de seres humanos.

Ejercerá las atribuciones de regulación, control y fomento sanitario, a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios en lo relativo a (Art. 17 bis);

-Efectuar la evaluación de riesgos a la salud en las materias de su competencia, así como identificar y evaluar los riesgos para la salud humana que generen los sitios en donde se manejen residuos peligrosos;

-Proponer al Secretario de Salud la política nacional de protección contra riesgos sanitarios así como su instrumentación en materia de: establecimientos de salud; medicamentos y otros insumos para la salud; disposición de órganos, tejidos, células de seres humanos y sus componentes; alimentos y bebidas, productos de perfumería, belleza y aseo; tabaco, plaguicidas, nutrientes vegetales, sustancias tóxicas o peligrosas para la salud; productos biotecnológicos, suplementos alimenticios, materias primas y aditivos que intervengan en la elaboración de los productos anteriores; así como de

prevención y control de los efectos nocivos de los factores ambientales en la salud del hombre, salud ocupacional y saneamiento básico;

-Elaborar y expedir las normas oficiales mexicanas relativas a los productos, actividades, servicios y establecimientos materia de su competencia, salvo en las materias a que se refieren las fracciones I y XXVI del artículo 3o. de esta Ley;

-Evaluar, expedir o revocar las autorizaciones que en las materias de su competencia se requieran, así como aquellos actos de autoridad que para la regulación, el control y el fomento sanitario se establecen o deriven de esta Ley, sus reglamentos, las normas oficiales mexicanas y los demás ordenamientos aplicables;

-Expedir certificados oficiales de condición sanitaria de procesos, productos, métodos, instalaciones, . servicios o actividades relacionadas con las materias de su competencia;

-Ejercer el control y vigilancia sanitarios de los productos señalados en la fracción II de este artículo, de las actividades relacionadas con los primeros, de su importación y exportación, así como de los establecimientos destinados al proceso de dichos productos y los establecimientos de salud;

-Ejercer el control y vigilancia sanitarios de la publicidad de las actividades, productos y servicios a los que se refiere esta Ley y sus reglamentos;

-Ejercer el control y la vigilancia sanitarios de las donaciones y trasplantes de órganos y tejidos y células de seres humanos, salvo a lo dispuesto por los artículos 329, 332, 338 y 339 de esta Ley.⁷⁷

⁷⁷ Diario Oficial de la Federación. "Ley General de la Salud". Del 30 de abril de 2003, Pág. 72

La COFEPRIS, realizan acciones regulatorias pero siempre enfocadas a un fin superior; prevenir y proteger a la población, para disminuir o evitar riesgos a la salud que provoquen enfermedades o muertes. Ya que la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios se encarga de todos los productos alimenticios y servicios que ofrecen varias compañías y de la exportación y exportación de los mismos, de las empresa que elaboran productos alimenticios, para la higiene personales, y servicios en donde esté involucrada la salud e higiene.

El verificar de la exportación, importación de los objetos que se utilizan en campo en la medicina, odontología, y de las demás ciencias de la salud, y empresas que se dedican a la elaboración de los productos higiénicos, de curación, de materiales, objetos que estén involucrados para la salud del hombre. Además de la publicidad que productos, servicios, actividades en donde se involucre la verificación sanitaria y regulación sanitaria de la distribución de órganos, tejidos y sus componentes de los seres humanos, salud internacional.

La prevención y el control de los efectos nocivos de los factores ambientales en la salud del hombre, La salud ocupacional y el saneamiento básico el control sanitario de productos, servicios y de su importación y exportación y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos. El control sanitario del proceso, uso, mantenimiento, importación, exportación y disposición final de equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos, de curación y productos higiénicos, y de los establecimientos dedicados al proceso de los productos. El control sanitario de la publicidad de las actividades, productos y servicios. El control

sanitario de la disposición de órganos, tejidos y sus componentes, células de seres humanos. La sanidad internacional.⁷⁸

La COFEPRIS es una institución desconcentrada de la Secretaría de Salud, que por sí mismo se encarga de administrar sus recursos y todo lo administrativo, ya que, esta institución se va encargar de manejar y de controlar las mercancías y productos que consumen los mexicanos, controlar productos y servicios, sustancias tóxicas o peligrosas, verificar el saneamiento básico de los residuos, y todo lo que derive de la comercialización de productos, además controla la entrada de mercancías de exportación e importación conforme a las normas sanitarias de que están establecidas como se muestra en la figura siguiente:



La COFEPRIS maneja los siguientes formatos y los instructivos, guías para los usuarios o alguna persona ya sea física o moral pueda encontrar lo que se debe de

⁷⁸ Idem

hacer para realizar el trámite que ellos deseen dentro de la COFEPRIS Y los requerimientos de pagos como se muestra en la siguiente figura y que el usuario puede descargar los gratuitamente.

FORMATOS VIGENTES

	NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL FORMATO	FORMATO	INSTRUCTIVO Y GUÍA	REQUIERE PAGO DE DERECHOS
▶	Autorizaciones, certificados y visitas			X
▶	Aviso de funcionamiento, de Responsable sanitario y modificación o baja			
▶	Avisos			
▶	Internación o salida de productos de seres humanos			X
▶	Otros trámites			
▶	PLAFEST			X
▶	Servicios de salud			X
▶	Trámites relacionados con productos del tabaco			X
▶	Solicitud de Registro de Comité			
▶	Permiso sanitario de construcción de establecimientos médicos			
▶	Aviso de sospecha de reacciones adversas de medicamentos			
▶	Denuncia sanitaria			
▶	Publicidad			X
▶	Guía técnica y formatos auxiliares para la presentación de documentos anexos			

El tiempo de descarga depende de la velocidad de conexión.

Los procedimientos para conocer los tramites y servicios, que se mostraron con anterioridad se dieron a conocer en el convenio por medio de la secretaria de salud, que va involucrar la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, que van estar incorporados dentro del Registro Federal de Trámites y Servicios de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria en el Diario Oficial de la Federación.

Los formatos presentados en esta página, fueron publicados en el "ACUERDO por el que se dan a conocer los trámites y servicios, así como los formatos que aplica la Secretaría de Salud, a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, inscritos en el Registro Federal de Trámites y Servicios de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria" en el Diario Oficial de la Federación el 28 de enero de 2011.⁷⁹

Contempla las modificaciones realizadas al mismo Acuerdo, publicadas en el Diario Oficial de la Federación en las siguientes Fechas:

- ▶ 22 de junio de 2011
- ▶ 10 de mayo de 2012
- ▶ 18 de julio de 2012
- ▶ 23 de octubre de 2012-1
- ▶ 01 de julio de 2013
- ▶ 15 de julio de 2014

En la COFEPRIS los siguientes productos van a estar permitidos dentro de la publicidad mexicana, ya que deben de tener ciertas características para la promoción de ciertos productos y que van a llevar una clave para poder los identificarlos y se lleva un formato aplicable en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad dentro de la Cofepris la cual se muestra en la siguiente figura:

⁷⁹ <http://www.cofepris.gob.mx/AS/Paginas/Publicidad/AutorizacionPublicitaria.aspx>

PERMISO DEL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE PUBLICIDAD.

A continuación encontrará las homoclaves correspondientes a los trámites de permisos publicitarios de:

HOMOCLAVE	PERMISO DE PUBLICIDAD
<u>COFEPRIS-02-001-A</u>	MODALIDAD A.- PRODUCTOS Y SERVICIOS. (PARA EL CASO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS, PLAGUICIDAS, NUTRIENTES VEGETALES Y SUSTANCIAS TÓXICAS, SERVICIOS DE SALUD, SERVICIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EMBELLECIMIENTO FÍSICO)
<u>COFEPRIS-02-001-B</u>	MODALIDAD B.- INSUMOS PARA LA SALUD. (MEDICAMENTOS, REMEDIOS HERBOLARIOS, DISPOSITIVOS MÉDICOS Y PRODUCTOS BIOTECNOLÓGICOS)

Prestación de servicios de salud (salvo cuando se trate de servicios otorgados en forma individual).

Suplementos Alimenticios

Bebidas Alcohólicas

Medicamentos y Remedios Herbolarios;

Equipos Médicos, Prótesis, Órtesis, Ayudas Funcionales, Agentes de Diagnóstico, Insumos de uso Odontológico, Materiales Quirúrgicos y de Curación; y Productos Higiénicos;

Servicios y Procedimientos de Embellecimiento;

Plaguicidas (excepto cuando se trate de información técnica)

Nutrientes vegetales cuando, de conformidad con las Normas Oficiales Mexicanas, tengan características tóxicas.

Sustancias Tóxicas o Peligrosas, cuando se trate de productos sujetos a control sanitario en términos del artículo 278 de la Ley.

En los casos contemplados en las fracciones IV, V y IX anteriores, sólo será aplicable este artículo, cuando la publicidad se dirija a la población en general.

No requerirá permiso la publicidad de los productos a que se refieren las fracciones VIII y IX de este artículo cuando sean utilizados como materias primas.

En el caso de los productos a que se refiere la fracción VII, su publicidad no requerirá permiso cuando éstos se utilicen como materias primas y su inclusión en el producto final no dé a estas últimas propiedades de control de plagas y no se publicite con dichas características.

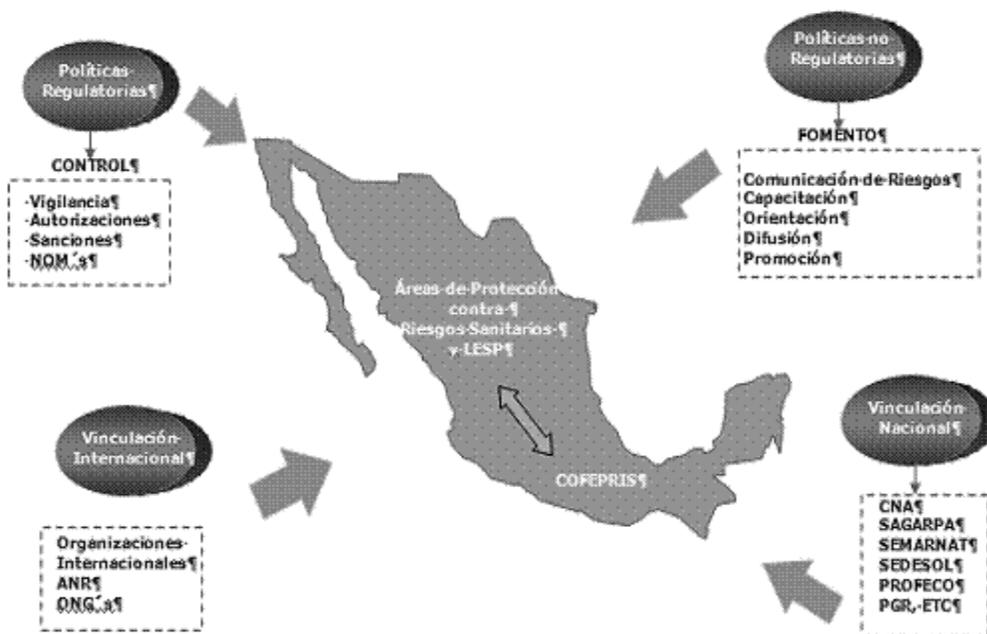
3.2.1. ¿QUÉ ES EL SISTEMA FEDERAL SANITARIO (SFS)?

El sistema Federal Sanitario por sus Siglas (SFS) es una institución que se encarga de apoyar a la COFEPRIS que también tiene la función de controlar y dirigir el sistema sanitario del país, está incorporado dentro de la COFEPRIS, este organismo no es muy conocido entre la población mexicana.

El Sistema Federal Sanitario: Es el procedimiento que utiliza el gobierno federal integrado por la COFEPRIS y tiene los dominios semejantes y verificando en cada Estado de la República Mexicana en los que se haya firmado el convenio de armonizar y de acomodar todo lo que refiera regulación y control de vigilancia y fomentos sanitarios de manera regularizada, las autoridades sanitarias que se encarga de dirigir las autoridades sanitarias que se apliquen a los Estados y toda la República Mexicana, que son dirigidas por la Secretaría de Salud por medio de Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

El Sistema Federal Sanitario integrado por la COFEPRIS y las autoridades equivalentes u homólogas en las entidades federativas con las que se haya suscrito Acuerdo de Coordinación, tiene por objeto organizar y armonizar las acciones en materia de regulación, control, vigilancia y fomento sanitarios, que de manera coordinada y como autoridades sanitarias ejercen la Federación y los Estados, y que son conducidas a nivel nacional por la Secretaría de Salud, a través de la COFEPRIS.⁸⁰

En el siguiente diagrama se muestra las políticas regulatorias y no regulatorias de unión, de enlace con nivel de nacional o internacional a través de las áreas de Protección contra Riesgos Sanitarios y los Laboratorios Estatal de Salud Pública y de la COFEPRIS, como se presenta en el siguiente esquema:



81

⁸⁰ <http://www.cofepris.gob.mx/SFS/paginas/Organizacion.aspx>

⁸¹ <http://www.cofepris.gob.mx/SFS/Paginas/Introduccion.aspx>

Facultades en Materia de Regulación, Control y Fomento Sanitarios:

Para la homologación del ejercicio de sus funciones se ha recomendado a las entidades federativas realizar las adecuaciones jurídicas para contar con órganos desconcentrados de la Secretaría de Salud del Estado, que administren por procesos la organización de acuerdo a las necesidades de cada entidad, y estas pueden ser anexando la siguiente figura que muestra como están distribuidos en la República Mexicana los siguientes organismos para el control sanitario:

- Comisión Estatal de Protección Contra Riesgos Sanitarios, como un Órgano desconcentrado.
- Subsecretaría de Protección Contra Riesgos Sanitarios.
- Dirección de Protección Contra Riesgos Sanitarios.

SITUACIÓN OPERATIVA ACTUAL EN LAS ENTIDADES FEDERATIVAS



82

⁸² <http://www.cofepris.gob.mx/SFS/Paginas/Organizacion.aspx>

El propósito de estas uniones específicas es que se trasladen esos dineros evaluados de la nación que se ocupen en la seguridad de los peligros de los riesgos sanitarios en que se hagan programas y iniciativas para que se resguarden contra riesgos sanitarios así como desarrollo de todos los laboratorios que integran la Secretaría de Salud.

El objetivo de los Convenios Específicos en Materia de Transferencia de Recursos Presupuestales Federales es transferir recursos a las entidades federativas en materia de Protección contra Riesgos sanitarios, en particular para la ejecución y desarrollo de los programas y proyectos de protección contra Riesgos sanitarios, así como para el fortalecimiento de la Red Nacional de Laboratorios, obtenidos a través del Fondo de Aportaciones para los Servicios de Salud a la Comunidad.⁸³

3.2.2. REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE PUBLICIDAD

El ex presidente de la Republica Mexicana Ernesto Zedillo Ponce de León Expidió el Reglamento de la Ley General de la Salud en materia de publicidad, Que nos menciona las reglas para la comercialización de los productos, servicios, y actividades que se encaminan y, a la ley General de Salud y especifican los efectos:

1. Los medios de difusión se asegurarán de que la publicidad que transmitan cuente con el permiso correspondiente o se haya presentado aviso ante la Secretaría de Salud. El anunciante que pretenda publicitar un producto o servicio sujeto a control sanitario por parte de la Secretaría de Salud deberá presentar al medio de

⁸³ <http://www.cofepris.gob.mx/SFS/Paginas/Organizacion.aspx>

comunicación copia certificada de la carátula del registro sanitario o autorización vigente, así como el permiso correspondiente para su publicidad.

2. La Secretaría de Salud ordenará a los medios de difusión la suspensión inmediata en 24 horas de la publicidad de remedios herbolarios, suplementos alimenticios o productos cosméticos que se publiciten o comercialicen como medicamentos o productos a los cuales se les atribuyan propiedades o efectos terapéuticos que no tienen.

3. Las multas se incrementan considerablemente de 60% a 400% para los fabricantes, distribuidores y comercializadores de este tipo de productos que violen las nuevas disposiciones normativas, llegando hasta 16,000 veces el salario mínimo general diario vigente en la Ciudad de México.

CAPÍTULO CUARTO

“TIPIFICAR A NIVEL FEDERAL LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS QUE A TRAVÉS DE CUALQUIER MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ANUNCIEN Y POSTERIORMENTE NO CUMPLAN CON LAS ESPECIFICACIONES PROMETIDAS PROVOCANDO ALTERACIONES A LA SALUD O INCLUSO LA MUERTE”

4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La venta de productos milagro en el mercado mexicano ha sido un gran problema dentro de la sociedad mexicana ya que les prometen varias cosas en beneficio de sus consumidores mexicanos; pero solo afecta su salud y el bolsillo de los mismos; sin que ninguna autoridad hiciera algo para impedirles que siguieran comercializando estos productos, su principal medio de difusión son: la internet, la televisión y los folletos publicitarios; hay instituciones del gobierno federal que se encargan de checar de que estén bien fabricados estos productos, les dan el permiso correspondiente para que saquen el producto en los medios de comunicación. Estos productos milagro se venden dentro de las tiendas o supermercados sin indicar las consecuencias o las indicaciones contraproducentes y no especificando en cuantos días van hacer efecto la sustancia o el producto que se está comercializando, ya que es un engaño al consumidor.

Tal engaño se realiza desvirtuando las imágenes y prometiendo que es una realidad o verdad lo que te ofrecen en la televisión, como ejemplo: tendríamos las imágenes de perfumes mostrando el envase de un tamaño promedio que un perfume de cualquier otra marca, pero la realidad el que te llega a tu domicilio es muy pequeño, pareciendo ser que te vendieron una muestra del perfume; por lo cual me permito mencionar que las imágenes mostradas un una falsedad y no muestran el

tamaño real del envase y no solamente culmina el engaño ahí sino también se da en este tipo de fraudes en el costo del envío del producto, que es extremadamente costoso, y en algunos casos este costo rebasa el precio del producto. De tal concepto en el ámbito del Derecho penal entendemos como el elemento esencial, es el engaño del que se vale el agente, para hacerse en perjuicio de otro de la obtención de un objeto de ajena procedencia. Al observar que es el patrimonio el principal interés que protege la sociedad, y es en este sentido que hablaremos de la censura de los medios de comunicación que ofrecen la venta de productos y servicios que ofrecen algunas personas morales, denominadas como sociedades mercantiles, siendo su actividad los actos de comercio, y en el cual estas empresas, con sus comerciales, ayudados obviamente por los medios de comunicación como lo es la televisión y radio realizan actos delictivos en el cual reúnen todos los elementos de tipo penal de la figura jurídica de fraude, ofreciendo productos y servicios engañosos como son la santería, brujería, milagros, lectura de cartas, limpias, etc. Dentro de los productos comerciales que son ofertados con ayuda de los medios de comunicación.

También podemos decir que otro de los grandes problemas que se presentan dentro la sociedad mexicana es por medio de la salud, ya que, se han disparado enfermedades como la obesidad mordida significa que una persona es tan gorda que su bienestar y su salud están realmente en peligro, diabetes mellitus, hipertensión arterial sistémica, cáncer cervicouterino, virus del papiloma humano que el precursor de esa enfermedad es el cáncer cervicouterino, cáncer de mama, tuberculosis, etc.

Durante los mismos años 80's que fueron la época de oro para las empresas farmacéuticas en México, que empezaron a vender replicas de los medicamentos que han sido patentadas entre varios laboratorios acaparando el mercado nacional, ya sea, en cualquier medio de comunicación para vender y producir este tipo de

medicamentos, se comercializan con alto costo, sin una receta médica se venden, lo cual trae como consecuencia este tipo de práctica la automedicación. Estos medicamentos que se anuncian, que en vez de curar al consumidor lo único que hacen es mantener las enfermedades crónicas y su uso entre pacientes permanece de por vida, por las empresas que elaboran estos productos milagro, los suspenden por un tiempo determinado para que no los produzcan y los comercialicen, o las multan a las empresas que fabrican esos productos milagro, volviendo a comercializar estos productos en México. Porqué son grandes empresas farmacéuticas o corporativas donde manejan varios productos a nivel nacional o internacional, que dan dadas para que no les puedan hacer nada, también las empresas que elaboran estos productos milagro negocian directamente con los medios de comunicación, los contratos de publicidad que se trabajan se ofrecen productos innovadores y además de todo colocan fotografías de antes y después para persuadir al consumidor.

Las empresas que realizan productos milagro utilizan términos como “aliviar” sinónimo de “curar”; cuando se alivia se mitiga o se disminuyen los síntomas de una enfermedad, cuando se cura se encuentra la causa de dicha enfermedad; no hay sustento científico o técnico de que alivien al paciente del síntoma o de la enfermedad y que las letras son pequeñas con leyendas y permisos ilegibles, no ofrecen todo tipo de resultados para tipo de personas sobre el producto.

En algunas empresas que fabrican el producto milagro, aunque en su nombre, lleven la palabra “laboratorio” o son tales empresas comercializadoras que compran los productos a terceras empresas en México, en el extranjero y los venden. No hay norma para la comercialización, los productos milagro evaden la legislación por lo que se pueden anunciar, como quieran sin demostrar a la comunidad científica pruebas de su eficacia y seguridad, ya que, estos productos milagro para bajar de peso se encuentran registrados como suplementos alimenticios y no están sujetos a

la rígida normatividad de los medicamentos, muchas personas no demandan a la empresa que fabrica estos productos milagro de que no funciona o no cumple con lo que se había establecido, ya que algunos especialistas en trastornos de la alimentación, dicen que esas personas fueron afectadas por su producto milagro no van por la vergüenza de que están obesos y por qué van a perder mucho dinero y que si se pelean con la empresa que les ofreció el servicio para bajar de peso van utilizar otros recursos para protegerse en el ámbito jurídico y que no les hagan nada a las empresas.

Los productos “milagro” deben de incluir en su publicidad una leyenda que indique la veracidad de la misma, pero, en muchos casos las empresas comercializadoras que alegan que sus productos si cumplen con los resultados que ofrecen, para ello dicen que estos están certificados ante Notario Público, lo cual se deberían de establecer más rápido el proceso en contra de estas empresas, en las denuncias judiciales que venden productos milagro y que los procesos jurídicos llevan mucho tiempo pues las pruebas requieren un proceso largo de valoración científica.

4.2. EXPOSICIÓN DE CASOS PRÁCTICOS

Ya que, muchos productos milagro se anuncian en diferentes medios de publicidad en México Además muchos de sus consumidores en el área de la medicina, cosmetología, productos alimenticios, que cuando les afecta su salud, no cumplió las expectativas que ellos estaban buscando como consumidor del producto milagro, deciden demandar ante la PROFECO que es la Procuraduría Federal del Consumidor ya que dicha institución se va encargar de hacer un juicio Mercantil entre consumidor y el fabricante del producto, en donde se presentaran las pruebas necesarias que hayan afectado al consumidor, que más adelante se hará un procedimiento conciliatorio, se entiende que la conciliación es aquel procedimiento a través del cual se busca encontrar una solución pacífica a la controversia existente

entre las partes, en este caso el consumidor y Proveedor o Proveedores, y si no se cumple con lo establecido en la ley de protección al consumidor la Procuraduría Federal del Consumidor sancionara de acuerdo en esta ley.

Esta historia verídica paso en Monterrey, que una doctora Gastroenterología nos expuso los datos que los naturalistas utilizan para bajar de peso. Nos cuenta esta historia de una jovencita de Monterrey que padecía de sobrepeso y por ende de discriminación. No encontraba trabajo y para entrar a trabajar en un Instituto Descentralizado de Gobierno; para bajar de peso rápidamente consumió un suplemento alimenticio como los que ofrecen en mercado. Este suplemento alimenticio, le empezó afectar un riñón, no sabían los doctores que es lo que tenía, lo que lo provoco que dejaran de funcionar sus riñones, y como consecuencia la muerte.

Una gastroenteróloga, de quien se omite el nombre, expuso casos en los que se utilizan productos "naturistas" como método para bajar de peso, con resultados adversos. Ella contó la historia de un joven de 19 años que produjo una falla hepática fulminante por el consumo de un producto milagro. Era un joven con sobrepeso al que le habían pedido que bajara unos kilos para ingresar a un trabajo, precisamente en el Seguro Social. En la búsqueda de un tratamiento rápido, empezó a consumir un suplemento alimenticio. Dos semanas antes del fallecimiento, el joven llegó al hospital con un problema de desorientación, los ojos amarillos, orina oscura y coloración clara de las heces. La doctora pensó que se trataba de un cuadro de hepatitis viral tipo A, padecimiento frecuente por el rango de edad. Sin embargo, le realizaron estudios y presentó alteraciones en estado de conciencia (acentuación de la encefalopatía) y alteraciones en la

coagulación. Entonces fue enviado a valoración para identificar la causa del problema hepático. Todos con resultado negativo.

No obstante, tuvo que ser trasladado a la clínica 25 de Monterrey para que se le realizara una diálisis hepática, cuyo fin es desintoxicar el organismo. El joven falleció al día siguiente. Insuficiencia hepática fulminante fue el diagnóstico de su muerte. El único factor detonante fue haber consumido el producto milagro.⁸⁴

Otra empresa que vende varios productos de suplementos alimenticios que se anuncian en los principales medios de comunicación, y que sus vendedores de estos productos milagro prometen bajar de peso y energizantes en sus productos es la llamada “herbalife”, ocasiono la muerte de una mujer de 28 años, la cual quería bajar de peso, lo que ella deseaba que el producto que comprara estuviera alcance de su bolsillo y que la pudiera tomar todas las mañanas como desayuno, para así no tener ingerir ningún otro alimento hasta la hora de la comida, ella consumía una malteada de herbalife todas las mañanas, se volvió adicta a esa malteada, hasta que una mañana ella se sintió mal con fuertes dolores en sus riñones que la tuvieron que hospitalizarla; tras los estudios que le hicieron los doctores encontraron que tenía altos niveles de plomo en su sangre, lo que ocasiono que dejaron de funcionar sus riñones, el páncreas y otros órganos de suma importancia. La persona que le surtía el producto herbalife se comprometió, que si le iba a funcionar con los resultados que esperaba en bajar de peso y tener una figura de modelo.

Huixtla, Chiapas.- Una mujer de 28 años de edad, quien tenía su domicilio en la colonia revolucionaria de esta ciudad, falleció en el Hospital General el pasado 21 de octubre, víctima de complicaciones por el excesivo consumo de “alimentos nutritivos” de los que dicen

⁸⁴ Periódico. “En Vanguardia”. publicado lunes 25 de mayo de 2015, México.

ser milagrosos, los cuales le produjeron grandes cantidades de plomo en la sangre y órganos vitales. Lo anterior fue dado a conocer por el señor Luis Peralta, quien reveló la lamentable historia en relación a la muerte de su hija Lorena Peralta Baltazar.

Con lágrimas en los ojos, Luis Peralta reveló que su hija, una joven con muchas aspiraciones de vivir, pero sobre todo mantener una figura esbelta, se fue convirtiendo en adicta de los productos para bajar de peso de la marca Herbalife, sobre todo las famosas malteadas que según la persona que le surtía-, le garantizaba mantener su figura esbelta y joven, suprimiendo con dicha bebida los alimentos diarios, misma que la joven mujer ingería todas las mañanas en ayunas para inhibir el apetito.

Como consecuencias de esa alimentación por un periodo de más de seis meses, la mujer comenzó a sentir fuertes dolores en todo el cuerpo, en particular los riñones, los dolores que tenía eran tan intensos que fue necesario hospitalizarla el pasado martes 14 de octubre en el hospital general de Huixtla, Chiapas.

Tras realizarle unos estudios, los médicos le detectaron una alta cantidad de plomo en la sangre, lo que le generó fallas en los riñones, complicándose con el hígado, páncreas y otros órganos vitales, y a pesar de que fue tratada, nada se pudo hacer para rescatarla de la muerte, víctima de los “productos milagrosos”.

Ante esta situación, los médicos preguntaron al padre de la joven qué era lo que consumía la jovencita, a lo que el desconsolado hombre respondió que casi no comía y únicamente bebía una

malteada Herbalife diariamente, al tiempo de agregar que la persona que le surtía el producto le garantizó que bajaría de peso.⁸⁵

En un comunicado por parte la Profeco menciona que sanciona a la empresa “Innova y corporativo Mufar” que se encargan de comercializar los productos Quebare, que es una faja para adelgazar para mujeres, la cual dice que va a reducir tallas de inmediato que reafirma los músculos, que al estar haciendo ejercicio y la Colageina 10 Gold en la línea de la cosmetología ayuda quitar las ojeras, reafirmar la piel y quitar estirar la piel y otros problemas de la piel, hacer que crezcan las uñas de las manos que, hasta hay otro producto en aplicación de forma de Spray para la cara que detiene la vejez, borrar los signos de la vejez, a estos productos se les impusieron una multa pecuniaria de tres millones trescientos quince mil setecientos treinta ocho pesos por que no tiene veracidad en los productos de la faja y del gel Colageina de que está compuesto con los ingredientes que de esta elaborado.

Comunicado 148

PROFECO SANCIONA PRODUCTOS MILAGRO DE LÍNEA INNOVA

México, D.F., 8 de agosto de 2013.- La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) sancionó con 3 millones 315 mil 738 pesos de pesos al Corporativo MUFAR S. de R.L de C.V, comercializadora de los productos Quebaré y Colageina 10 Gold y 10 línea cosmética de la empresa (sic) INNOVA por publicidad engañosa. El corporativo no acreditó a Profeco, con prueba idónea, la veracidad de la publicidad con que oferta su artículo faja Quebaré, que dice “reduce, moldea, estiliza hasta dos tallas menos de inmediato”, “Quema 26 por ciento más de calorías”, “Reafirmas los músculos por qué estás haciendo ejercicio”, por ello la sanción es de dos millones 81 mil 412 pesos,

⁸⁵ Periódico “La policiaca” México publicado 24 de octubre 2014

Respecto a la línea cosmética Colageína 10 y Colageina 10 Gold la sanción ascendió a un millón 234 mil 326 pesos, por no acreditar la veracidad de la publicidad con que oferta sus artículos.

En el caso de Colageína 10 Gold, no acreditó la veracidad de la publicidad con la que se ofrecía este producto con frases como: “Colageína 10 Gold, el colágeno hidrolizado soluble en agua”, “su nueva fórmula está adicionada con vitaminas B1, B2, C y E”, “Colageína 10 Gold, tiene resveratrol, queratina, extracto de acai, ácido hialurónico y silicio orgánico, que te ayudan a tener una piel más suave, reducir las líneas de expresión, fortalecer uñas y cabello y lucir más joven”, Por lo que se refiere a la promoción de Colageina 10 líneas cosmética, las frases que no acreditó fueron para el gel contorno de ojos y ojeras que publicita “éste gel restablecerá la hidratación del contorno de los ojos debido a estrés o cansancio. Atenúa las ojeras. Efecto lift inmediato.”Para el gel tonificador reafirmante natural dice; “el gel ayuda a reducir la piel de naranja de forma efectiva. Combate la flacidez del cuerpo. Resultado de 8 a 15 días”.

Tampoco se acreditó la veracidad en los productos energizante facial en Spray, máscara para pestañas, crema facial anti edad y máscara facial en polvo. En estricto apego a sus facultades legales, Profeco, realizó un procedimiento para verificar los mensajes con que la empresa Innova ofertaba estos productos, como resultado detectó que incurrió en publicidad engañosa, transgrediendo el artículo 32 de la Ley Federal del Consumidor Con el fin de proteger a los consumidores y salvaguardar su derecho a obtener información veraz sobre los productos que adquiere, la Procuraduría Federal del

Consumidor mantendrá permanentemente estas acciones de verificación y monitoreo de publicidad.⁸⁶

Anteriormente se había dicho de los productos adelgazantes, que la cofepris, manda un aviso a la sociedad mexicana de que hay todavía productos para adelgazar en el mercado mexicano, que se siguen comercializando y en la revista de la Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor) menciona esos productos que prometen adelgazar y que contienen en plantas toxicas, que suelen venderse como suplementos alimenticios, que presentan un gran riesgo para salud y solicito la cofepris que no consuman esos productos milagro ya que no tiene eficacia terapéutica y pueden causar enfermedades y alergias.

La Cofepris alerta sobre productos adelgazantes

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) reveló que 15 productos adelgazantes contienen Thevetia SPP, Fucus Vesiculosus y Picolinato de Cromo, plantas muy tóxicas que suelen venderse como suplementos alimenticios y que pueden representar un riesgo sanitario.

La Cofepris alertó a la población en comunicado de prensa y solicitó no comprar estos productos “ya que no tienen eficacia terapéutica alguna y pueden causar reacciones adversas y enfermedades como hipertiroidismo, hipotiroidismo, alergias [...], gota y acné”.

Esta es la lista de productos mencionada por la Cofepris:

⁸⁶ <http://www.profeco.gob.mx/prensa/prensa13/agosto13/bol148.asp>

- **Capslim**
- **Easy Figure**
- **Escoba Intestinal**
- **Maxi Demograsa**
- **Peso Natural (en sus dos presentaciones)**
- **KMA Kilos**
- **24 Horas Redu Sí**
- **Thermogenic**
- **Venus Slim**
- **Sbeltix**
- **Slim and Bodygrass**
- **Té Rojo Magistral**
- **Adelgazol P. M.**
- **Fat Burners**
- **Redu Express⁸⁷**

Un conjunto de científicos de Houston, Estados Unidos de América, descubrió que los antiácidos que usan para quitar las molestias de la gastritis aumentan la posibilidad de sufrir un ataque al corazón, estas sustancias provocan un reflujo, se les puede distinguir los antiácidos fácilmente de conocer por las terminaciones con prazol. Además estos científicos describen que hay otros antiácidos que también pueden causar ataques al corazón y enfermedades relacionadas con el corazón; ya que, se les hizo estudio a varias personas con esos tipos de antiácidos con los investigadores, consideran hacer una dieta balanceada para que los antiácidos no afecten la salud. También, veremos que un antiácido que se usa en el mercado mexicano, es una sustancia activa es omeprazol y que la cefepriis deja que se comercialice en el mercado mexicano para aliviar la gastritis.

⁸⁷ Revista del consumidor 28 agosto, 2009 México

Un grupo de científicos del Hospital Metodista de Houston y de la Universidad de Stanford realizaron un estudio que demuestra que el uso de los antiácidos del tipo inhibidores de la bomba de protones (IBP) incrementan entre 16 y 21 por ciento las probabilidades de sufrir un ataque al corazón. Los antiácidos son para el tratamiento del reflujo de ácido, enfermedad del reflujo gastroesofágico (ERGE), úlcera gastroduodenal y daño a la parte inferior del esófago causado por el reflujo de ácido. Existen diversos tipos de esta sustancia, pero en general sus nombres siempre terminan con el sufijo “prazol”, por ejemplo: omeprazol, pantoprazol o lansoprazol; además de ranitidina y cimetidina. Estas investigaciones también abarcaron el estudio de los bloqueadores H₂, los cuales son otro tipo de medicamentos antiácidos, pero no se asocian con un mayor riesgo de ataque cardíaco o enfermedad cardiovascular. La investigación se realizó con la participación de 2 millones 900 mil pacientes, dando como resultado 16 millones de documentos clínicos que demostraron la clara asociación entre la exposición a los IBPs y riesgos de ataque al corazón. Los hallazgos mencionan que los inhibidores de la bomba de protones pueden afectar de manera negativa el endotelio, el revestimiento de todos los vasos sanguíneos. Durante los estudios se administró IBPs para el tratamiento de síntomas de reflujo ácido en pacientes que no tenían antecedentes de enfermedad cardíaca y los resultados señalaron un mayor riesgo de eventos cardíacos en estas personas. Por ello, el incremento de 16 y 21 por ciento en riesgo cardíaco por consumo de antiácidos, es una cifra que representa un claro llamado a la concientización para llevar una mejor alimentación. Los especialistas consideran que no solo se debe evitar el uso de estos antiácidos, sino es necesaria una dieta balanceada que no lleve a la desnutrición, obesidad, hipertensión o

diabetes, enfermedades que incrementan el riesgo de daño cardiaco. Los científicos mencionaron la importancia de que los pacientes que consumen IBPs para el tratamiento de sus trastornos gástricos consulten con su especialista.⁸⁸

El medicamento Omeprazol que se comercializa en mercado mexicano se llama Genoprazol y sirve para aliviar la gastritis no es efectivo para quitar la gastritis según en su página de internet dice que para la prevención y el tratamiento de la gastritis, agruras y reflujo estomacal, como ya lo habíamos mencionado anteriormente la sustancia activa es el Omeprazol, que es una sustancia que puede ocasionar ataques al corazón y enfermedades de corazón, también, dice que puede reducir los jugos gástricos del estomago, y que ayuda que regenere el estomago por las ulceras gástricas, el tiempo de tratamiento dependerá según como este dañado el estomago por la gastritis y luego dice que dejar de consumir durante un periodo de 14 días no se explica muy adecuadamente.

Genoprazol Para la Gastritis

Indicado en la prevención y tratamiento de la gastritis, agruras, reflujo y acidez estomacal debido a la producción excesiva de ácido estomacal.

Genoprazol gracias a su principal ingrediente activo, Omeprazol ayuda a la prevención y tratamiento de la gastritis, agruras, reflujo y acidez estomacal provocados por la excesiva producción de ácido en el estomago. El ingrediente activo de Genoprazol actúa disminuyendo la secreción gástrica, permitiendo que los ácidos que se producen en el estómago se encuentren en menor concentración,

⁸⁸ Periódico "El pulso" Diario de San Luis México

lo que ayuda a que la mucosa se regenere con mayor facilidad, recuperando su estado normal.

El tratamiento con Genoprazol ® es útil en los casos de gastritis, incluso en aquellos cuadros con úlcera gástrica o duodenal. La dosis recomendada de Genoprazol varía de 20 a 40 mg diarios y el tiempo del tratamiento dependerá del grado de severidad de la enfermedad del paciente, sin embargo, se recomienda utilizarlo durante un período de 14 días (sic).⁸⁹

Los productos milagro se comercializan fácilmente por el mercado mexicano que son muy conocidos, se venden fácilmente sin receta médica, apoyadas por las imágenes falsas ofreciéndole garantía que de que no sirve, se les regresa su dinero, las afectaciones que causan a la salud son peligrosas, pueden ocasionar a los órganos como los riñones, provocar cáncer de colon, hemorroides y otras peligrosas enfermedades. La COFEPRIS trabaja arduamente en conjunto con la Secretaría de Salud para detener estos productos milagro; como en este año pasado se han incrementado los productos para bajar de peso, que se usan como suplementos alimenticios, en ambos sexos; como por ejemplo el Thermatrim y Pura Alegría causando afectaciones a la salud, nos menciona que a los consumidores que van a consumir estos suplementos alimenticios que captan del gran peligro que ponen o arriesgan su salud de los consumidores de suplementos alimenticios.

La COFEPRIS, en su labor de proteger a la población de los llamados “Productos Milagro” ha alcanzado una cifra importante respecto al combate de estos productos que perjudican la salud de quien lo consume.

⁸⁹ <http://www.genommalab.mx/genoprazol>

Ciudad de México.- Por la facilidad al obtenerlos y por las falsas promesas con las cuales se manejan, los “productos milagro”son muy populares hoy en día pese a que, su consumo puede tener repercusiones severas e incluso causar la muerte.

Las personas que consumen este tipo de productos, generalmente lo hacen sin ninguna prescripción médica, motivadas por una falsa imagen que el mismo producto ofrece como garantía de su uso, invitando a la persona en cuestión a consumirlos.

Las consecuencias son muchas; el sistema digestivo es el más afectado seguido de daños en los riñones; su uso puede desembocar en cáncer de colon, hemorroides, pancreatitis, entre otras graves enfermedades.

En ese sentido, la Comisión Federal de Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) trabaja arduamente para evitar que este tipo de productos sigan dañando la salud de la población. En lo que va de la administración actual, se han asegurado dos millones 577 mil 225 productos milagro.

El organismo, dependiente de la Secretaría de Salud (SSA), especificó que esta cifra representa un incremento de más de 6,000% comparado con el lapso anterior en el que se aseguraron 40 mil piezas.

Suplementos para bajar de peso, los más peligrosos

La COFEPRIS sostuvo que el consumo de los suplementos como: Thermatrim y Pura Alegría, los cuales prometen bajar de peso, producen efectos tóxicos en la salud.

Productos como estos, se comercializan en páginas electrónicas e incumplen con la regulación establecida, por lo cual se han emitido diversas alertas, al mismo tiempo que fueron expuestos ante la red del Encuentro de Autoridades de Medicamentos de Iberoamérica (EAMI), que tiene como objetivo dar a conocer internacionalmente la situación ante autoridades en esta materia.

Si los consumes o piensas consumirlos, es importante señalar que todos los productos a los que se le atribuyan propiedades terapéuticas, preventivas, rehabilitadoras o de reducción de peso, deben contar con un Registro Sanitario emitido por esta autoridad. Aunque no hay nada mejor que empezar a comer sano e incluir un poco de ejercicio como parte de tu rutina.⁹⁰

La publicidad vive en nuestros sueños, como el deseo que todos tenemos de estar sanos, de ser hermosos, inteligentes, jóvenes, fuertes, prósperos, etc. Por lo que existen anuncios buenos y malos, publicidad creíble y francamente absurda, esta misma publicidad se vale de las emociones de los consumidores, para hacerlos caer en el error, de que si funciona el producto que compran.

Tales productos engañosos pueden incluso dañar la salud del consumidor, por eso es necesario la intervención de la Secretaría de Salud para vigilar el cumplimiento de la ley, así mismo expongo que el engaño se da en muchos productos, como ocurrió con la empresa Natureza Latinoamericana y su producto Redugrass, que éste mismo fue retirado del comercio, por publicar y emplear engaños, que inducían al error de los consumidores y que tal producto no cumplía con lo que te prometía(bajar de peso), por lo que también no cumplir por lo establecido en los artículos 1 y 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor

⁹⁰ Periódico “El semanario” 25 de Mayo 2014, México.

(LFPC) en los cuales establece que “toda publicidad difundida por cualquier medio, debe ser veraz, comprobable y sin mensajes que pueda inducir al error”, en el cual la Dirección General de Arbitraje y Resoluciones de PROFECO puso en operación un monitoreo en revistas, periódicos, radio y televisión, así como el Internet, para detectar aquellos anuncios que no cumplan las disposiciones legales con el fin de evitar la confusión de los consumidores o que estos sean engañados con la promesa de que este productos hacen milagros, por eso la revista del consumidor, publico un reportaje que menciona:

“cada comercial que pueda generar la confusión, o asegure que determinado producto hace mil maravillas, o que cuente con el respaldo de alguna autoridad o de alguna agrupación, se analiza minuciosamente con el objeto de determinar si puede ser engañoso. Antes de iniciar el procedimiento por infracciones a la ley, se solicita al proveedor que compruebe la veracidad de lo dicho en su publicidad y, si este no cumple con el requerimiento o su respuesta no es satisfactoria, PROFECO continúa con el procedimiento.”⁹¹

Una vez que la resolución emitida por esta institución determina que efectivamente la publicidad es engañosa, se le impone al proveedor una sanción económica y se le ordena que modifique o suspenda su anuncio.

4.3. PRODUCTOS MILAGRO

Así pues el comercio se ayuda de la publicidad con el fin de atrapar al mayor número de consumidores; los publicistas trabajan arduamente en la elaboración de comerciales atractivos, creativos y que utiliza mensajes subliminales para que las

⁹¹ Periódico “El semanario” 25 de Mayo 2014, México.

empresas puedan vender más del producto. Igualmente en esta publicidad no se puede reconocer las diferencias entre un comercial ingenioso y uno engañoso de los que utilizan los productos milagro o medicamentos milagro para engañar o hacer fraude prometiendo bajar de peso, no envejecer, tener un cutis suave terso, prometen aliviar el estomago de la gastritis etc.

Los productos milagro son sustancias o artefactos que prometen una situación de salud que no cumple, asegurando propiedades milagrosas, ya que se dan a conocer en los principales medios de comunicación y que si no hubiera una institución que los controle, pueden afectar el daño al medio ambiente y físicamente de las personas cambiando sus formas de hábitos de los ciudadanos.

Los Productos milagro: Son aquellos que se destacan por promocionarse con propiedades medicinales, pero que realmente no encajan en la definición de un medicamento.

La mayoría de los "productos milagro" exalta en su publicidad una o varias cualidades terapéuticas, preventivas, rehabilitadoras o curativas, que van desde cuestiones estéticas hasta solución de problemas graves de salud. De ser utilizados esos productos de manera irracional y sin control, confiando en la veracidad de su publicidad, se pueden presentar riesgos farmacológicos, de contaminación biológica y de condiciones físicas alteradas.⁹²

Comúnmente, las empresas que ofrecen productos milagro a sus consumidores, encuentran nuevas formas conforme a la ley para que no les suspendan sus productos, originando una publicidad engañosa y fraudulenta dándoles cualidades que no son ciertas, que con lo que ofrecen de una buena salud, que se dan a

⁹² MÁRQUEZ Córdova José Raúl Director General de Editorial e imagen Legislativa. "Revista CAMARA LEGISLAR EN SALUD"
P 3

conocer ante la autoridades sanitarias con otras expectativas para que puedan ser comercializadas entre la población.

Normalmente, cuando se va a comercializar alguno de estos “productos milagro”, la empresa suele buscar una vía legal sencilla para conseguir algún tipo de autorización, creando posteriormente una publicidad agresiva atribuyéndoles propiedades que nada tienen que ver con lo que originariamente presentó o comunicó a las autoridades sanitarias.⁹³

Los Productos milagro se caracterizan por materiales, productos, sustancias energizantes, métodos que discuten tener un sistema sanitario adecuado de acuerdo con las normas sanitarias del país y de para analizar enfermedades que persisten en la población, cambiar físicamente o interiormente, reparar o cambiar funciones orgánicas. De que actuara a lo que esta de novedoso en nuestra sociedad; de poder tener una relación entre el consumidor de que cumplir con lo que establece y su función, sin que se gaste físicamente en conseguir el producto milagro; en que la venta del producto sea muy costosa para que la sociedad vea que es un producto no muy accesible y diciendo que es buena para la sociedad; dándose a conocer en los principales medios de comunicación donde persuadiendo a los autoridades sanitarias en periodos largos de tiempo; anunciándose por artistas y deportistas famosos, publicar ofertas llamativas en la mayor consumo de venta de sus productos, en que sus fabricantes no son conocidos entre sus elaboradores y los que dan a conocer el producto para evitar actos de reclamo; en que piden la opinión de los que si fueron satisfechos adecuadamente presentando imágenes o videos de antes y después de usar el producto, en qué ocasiones entran al mercado por medio de empresas intermediarios protegiéndose de fundaciones sanitarias o autoridades sanitarias

⁹³FERNÁNDEZ Esteban, J. M^a: “Productos milagro”, en Instituto de Salud Carlos III:[http:// www.isciii.es](http://www.isciii.es).

reconocidas a nivel nacional, internacional, ya que, tienen alianzas con estas empresas que son grandes dueñas de los medios de comunicación; Presentando técnicas novedosas de anuncios de televisión en mayor área según para espectador.

Los Productos milagro se caracterizan por:

1) Tratarse de productos, materiales, sustancias, energías o métodos que alegan disponer de una pretendida finalidad sanitaria y de utilidad para: a) el diagnóstico, la prevención o el tratamiento de enfermedades (sobre todo las de carácter crónico); b) modificar el estado físico y/o fisiológico; c) restaurar, corregir o modificar las funciones orgánicas.

2) Obedecer a modas de temporada.

3) Estar directamente relacionados con la sugestión de su usuario, que cree poder conseguir el efecto deseado sin esfuerzo alguno.

4) Ser su precio elevado, pues sin ello no serían tan creíbles sus capacidades, y su calidad muy baja, garantizando a sus distribuidores altos márgenes de beneficio.

5) Ser anunciados en canales populares, como la radio o Internet, donde pueden pasar más o menos desapercibidos a las autoridades sanitarias una larga temporada.

6) Gozar de promoción por parte de presentadores o deportistas famosos.

7) Recurrir al testimonio de pretendidos consumidores “sanados” gracias al producto en cuestión, con fotos del antes y el después.

8) Recurrir a técnicas promocionales que fomentan la inmediatez de su compra y consumo (v. gr., “si las pides es este momento, tendrás X descuento”).

9) No estar identificados correctamente sus fabricantes y promotores, dificultando el derecho a reclamar del consumidor.

10) En muchas ocasiones intentan introducirse en el mercado a través de las oficinas de farmacia, intentando ampararse en el prestigio de estos establecimientos sanitarios.⁹⁴

La COFEPRIS nos da unos consejos muy útiles antes de consumir un producto que nos ofrezca completas satisfacciones en el contenido del artículo que es comprado así que establece las siguientes medidas:

No crea que los productos van a poder curar peligrosas enfermedades como diabetes, hipertensión arterial, cáncer, o que tendrá un mejor desempeño en sus labores cotidianas, mejorando los órganos internos de su cuerpo, ya sea, afectado por otras sustancias, así como bajar de peso en un corto tiempo y tener un cuerpo saludable.

No todo los productos pueden aliviar o quitar el síntomas, ya hay una personas que sin saberlo son alérgicas a tales sustancias, o no les a hace efecto a algunas sustancias, si usted sufre de alguna enfermedad es preferible acudir con un medico y seguir con las instrucciones de salud, que le recomiende tal especialista, que vaya viendo sus evolución contra la enfermedad. Si dice en la etiqueta 100% natural, si será verdad que es natural, los ingredientes pero las sustancias que puede tener pueden provocar resultados adversos y otros síntomas de los que no se esperaba el consumidor, que si resolverán para los que fueron producidos o elaborados pero así podrían generara, otros síntomas o enfermedades. Que la publicidad dice que es excelente y que tiene una muy buen calidad, usted como consumidor se ha hecho la

⁹⁴ Según la vocal del Colegio Oficial de Farmacéuticos de León, en una entrevista publicada en el Diario de León:16 de septiembre de 2010, "... la realidad es que la farmacia es un establecimiento sanitario de interés público, aunque sea de propiedad privada y como tal se encuentra en condiciones óptimas para detectar la presencia de productos milagro que pretendan comercializarse aprovechando el prestigio que aporta la asociación con la farmacia o con los profesionales que en ella trabajan para hacer creer que determinados productos tienen una fiabilidad que no existe, o al menos no demostrada, por el hecho de que se pretenda distribuir en la farmacia".

En el año 2005 se creó el Centro de Detección de Productos Milagro del Consejo General de Farmacéuticos con el objeto de articular una secuencia de pasos que protocolizasen las denuncias y las alertas de presuntos "productos milagro" en el mercado. El sistema canaliza las denuncias formuladas desde la oficina de farmacia, hasta el Colegio provincial correspondiente, y desde éste hasta el Consejo General, que estudiará la información recibida y, en el caso de existir sospecha fundada y razonada, denunciará ante las autoridades sanitarias para que dictaminen al respecto, concretamente a la Agencia Española del Medicamento.

pregunta ¿Por qué no los recomiendan los doctores o un especialista de la enfermedad o síntoma?, Si el producto que sea ha anunciado por mucho tiempo en los medios de publicidad decide evolucionar otorgando nuevas propiedades novedosas, que estas sustancias activas están registradas en sanidad que han enseñado aliviar los síntomas de los malestares; que las personas famosas o artistas en el mundo de la fama, anuncian estos productos que ellos posiblemente les alivio o curo alguna enfermedad, los anuncian con voz fuerte tratando de llamar atención del televidente o vestido con ropa llamativa, la persona que anuncia el producto, casi siempre ofreciendo u otro producto que viene con el producto original, y en algunas veces diciendo frases pegajosas, ya que ellos, reciben dadas por anunciar ciertos productos. Que no te confíes en la frase que “si no te hace daño pues el consumidor, del producto la sigue consumiendo, sin saber las consecuencias que a la larga pudiera tener.

Antes de consumir un producto que le prometa muchos beneficios en un solo empaque, tome en cuenta los siguientes puntos propuestos por la COFEPRIS:

1.- ¿El producto es demasiado bueno para ser verdad? Desconfíe de los productos que prometen mucho, de aquellos que dicen combatir enfermedades graves (obesidad, diabetes, cáncer y alzheimer) o mejorar diferentes funciones corporales en un lapso breve (perder peso, reducir el colesterol, regenerar el hígado, entre otros).

2.- No todo sirve para todos. Para el tratamiento de cualquier enfermedad, eliminar los síntomas o incluso para llevar el control de la alimentación es necesario definir un plan personalizado para cada individuo. No todas las personas reaccionan de la misma manera

ante un producto. Si usted padece una enfermedad, debe acudir con un profesional de la salud y seguir un tratamiento diseñado a su medida, así como darle seguimiento a su progreso.

3.- “Natural” no es igual a seguro. Las leyendas como “producto 100% natural”, de origen natural, elaborado con base en una sustancia de origen natural, entre otras, no significan que el producto no provocará ningún efecto secundario. Existen un gran número de ingredientes de origen vegetal que pueden resultar tóxicas.

No confíe en la frase “si no sirve cuando menos no me hará daño”.

4.- Sólo los medicamentos, pueden publicitarse o venderse con el fin de prevenir, tratar o curar enfermedades. Reflexione: Si el producto es tan bueno como dice su publicidad ¿por qué no lo recetan los médicos?

5.- ¿Tiene tiempo en el mercado o sólo está de moda? Cuando en la publicidad aparecen declaraciones como el más reciente descubrimiento científico, seguramente se trata de exageraciones, reinterpretaciones de notas de prensa sobre algún avance científico o de información publicada a la ligera. La realidad es que las sustancias que, después de investigaciones científicas, han demostrado ser efectivas o tener alguna propiedad para la salud, continúan utilizándose por mucho tiempo en la elaboración de productos, con la debida autorización sanitaria.

6.- Cuidado con los personajes de la publicidad. El fin de todo lo que se comunica en la publicidad, es generar una sensación de confianza en el consumidor. En la publicidad, abundan actores y personas que

reciben una remuneración por seguir un guión creado por un publicista.⁹⁵

Como ya habíamos comentado de regular la comercialización de esos productos milagro se encarga la cofepris, y que, hay otras dependencias del gobierno federal como la Secretaría de Salud y la PROFECO, por que están involucradas en la página de la COFEPRIS, viene la clasificación de los productos milagro que a continuación se desglosan para el mejor en rendimiento; en la primera parte se clasifica por suplementos alimenticios, que estos contienen varias sustancias e ingredientes que pueden tener en su contenido, que se puedan presentar en forma farmacéutica y cuya finalidad de uso, sea incrementar la ingesta dietética total (son los nutrientes que absorbe el cuerpo humano por medio de los alimentos y los transforma en energía para poder moverse y desarrollarse como ser humano), complementarla o suplir algún componente, la herbolaria es la que esta elaborar productos a través de las hiervas o plantas medicinales ya que esta la regula el Reglamento de Control Sanitario de Productos y servicios que controla las sustancias que son nocivas para el ser humano que pueden provocar enfermedades o incluso la muerte.

La contaminación biológica se da en la elaboración y producción de los productos que puede haber ciertas bacterias que pueden afectar la salud de los seres humanos en particular, todo lo verde que viene de los campos y sembradíos, condiciones físicas liposolubles, que es consumir vitaminas que se disuelven fácilmente en la grasa y en aceite se acumulan en tejidos grasos y en el hígado, por lo que, una cantidad excesiva se convierte en una toxina para el organismo. Por ejemplo, el exceso de vitamina A puede producir alteraciones óseas o hemorragias en tejidos y el exceso de vitamina E produce trastornos metabólicos. Asimismo, se sabe que la

⁹⁵<http://www.cofepris.gob.mx/Paginas/Suplementos%20Alimenticios/Antes-de-comprar-un-suplemento-.aspx>

hipervitaminosis. Que es la concentración excesiva de una o de varias vitaminas en el organismo.

El control sanitario de esos productos incide en el ámbito de competencia de la Cofepris; sin embargo, hay otras dependencias y organismos del Gobierno Federal que tienen que ver de alguna forma, con este tema, tales como la Secretaría de Gobernación a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios (Radio, Televisión y Cinematografía) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

Su clasificación en la cofepris:

Suplementos alimenticios: Pueden estar constituidos por carbohidratos, proteínas, aminoácidos, ácidos grasos, metabolitos, plantas, hierbas, algas y alimentos tradicionales deshidratados, adicionados o no de vitaminas y minerales. Dada la gran variedad de sustancias e ingredientes utilizados en su formulación, pueden existir los siguientes riesgos.

Farmacológico: Algunas de las sustancias utilizadas, por ejemplo plantas o hierbas, es posible contengan principios activos con acción farmacológica. El artículo 169 del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, señala que los suplementos alimenticios no deben contener sustancias como procaína, efedrina, yohimbina, germanio, hormonas animales o humanas y tampoco utilizar plantas no permitidas para infusiones como el alcanfor o la árnica.

Contaminación biológica: En los procesos de producción y manejo de los ingredientes utilizados y otras materias primas, pueden existir microorganismos patógenos, de manera particular en las plantas o

hierbas que no han sido sujetas a un proceso eficiente de desinfectación.

Condiciones físicas alteradas: El riesgo en este rubro, puede presentarse por abuso o exceso de vitaminas liposolubles, específicamente A y B.⁹⁶

Los productos milagro se venden en todo el país sin un control de sus ventas ofreciendo curas milagrosas y mentirosas que causan malestares, enfermedades a los consumidores mexicanos, que buscan de una forma sencilla y barata de bajar de peso, tener un el físico adecuado, que estos productos milagro tienen sustancias nocivas para medio ambiente que nos rodea, los que elaboran esos productos milagro se hacen de artimañas para comercializarlos entre la sociedad que incluso la cofepris no ha podido hacer nada para erradicarlos por que cambian de nombre o dejan de ser anunciados por un cierto tiempo y después los vuelven anunciar.

4.4. OPINIÓN DE TRATADISTAS EN MATERIA DE SALUD RESPECTO A ESTA PROBLEMÁTICA

La población que busca una solución para tener una apariencia mejor por medio de los productos milagro, que acuden a doctores que para bajar de peso y tener una apariencia mejor en cuerpo y cara; ya sea por accidentes o por alguna enfermedad que haya dejado una cicatriz en el cuerpo físicamente, algunos doctores les prescriben en su receta médica los medicamentos sin ver las consecuencias que pueden generar a largo de su vida las sustancias de que están compuestos estos medicamentos.

La diputada federal Dora María Talamante Lemas del partido de Nueva alianza, comenta de los productos milagro que se presentan sin receta médica, y que, es un

⁹⁶ [Http: www.cofepris.com.mx](http://www.cofepris.com.mx)

gran riesgo para la salud mas, cuando se comprometen aliviar, sin que tener un documento que los avale que si curan o están diseñados para cierto fin, y que, no está registrado ante la COFEPRIS, que se refuercen la vigilancia de los productos milagro que prometen bajar de peso, que se les debe de castigar con forme a la ley sanitaria a esos productores que venden sus productos para tratar enfermedades como la obesidad y el sobre el peso, y enfermedades graves.

Además, nos menciona que la población mexicana al consumir estos productos milagro pueden traer en consecuencia enfermedades, y que, las instituciones de salud deben prevenir y aliviar esas enfermedades originarias por este tipo de productos milagros, que pueden dañar nuestros órganos importantes, por lo cual nos provocan la muerte, ya que, falsamente estos están fabricados con ingredientes orgánicos que contienen sustancias toxicas para el ser humano y no solo para el ser humano si no también los animales y la vegetación, ella comenta que hay que informar a los consumidores que adquieren estos productos milagro, primero consultar con un medico o especialista de la materia y que se pongan a pensar sobre las consecuencias que uno como consumidor adquiere, sin saber las sustancias de que están hechos los productos milagro, que pueden ser económicos, psicológicos, físicos, mismo que el gobierno debe desanimar comprar esos productos e invertir más dinero para prevenir y informar sobre estos productos falsos.

MORELIA, Mich., 3 de agosto de 2015.-Consumir medicamentos sin prescripción médica representa un gran riesgo para la salud, sobre todo cuando se trata de productos que prometen curas sin tener una certificación o estar avalados por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), señaló la diputada federal Dora María Talamante Lemas.

Por ello, la legisladora de Nueva Alianza afirmó que es necesario que las autoridades sanitarias refuercen el monitoreo de la publicidad de los productos que prometen bajar de peso de manera milagrosa, ya que representan un peligro para la salud de los mexicanos.

Además, subrayó que se debe endurecer el castigo a estas empresas que lucran con la salud, al no tener una autorización oficial o la recomendación médica para tratar enfermedades como la obesidad y el sobrepeso, poniendo en riesgo la vida de quienes consumen este tipo de productos.

En este sentido, la diputada por Sonora refirió que durante el 2013 y 2014 la Cofepris incautó 1 millón 333 mil unidades de estas unidades de productos milagro, los cuales prometen curar de manera rápida enfermedades tales como la diabetes, cáncer, hipertensión, artritis y disfunción eréctil.

Sin embargo, hizo énfasis en que su consumo puede dañar órganos como el riñón, páncreas, hígado, entre otros, convirtiéndose en un problema que afecta tanto el gasto de los consumidores y el de las instituciones de salud que deben contrarrestar los daños.

Al respecto, planteó la necesidad de informar a los derechohabientes sobre las consecuencias de consumir este tipo de productos, sin consultar con el médico.

“No debemos tomar a la ligera el consumo de productos para adelgazar o para curar padecimientos sin un profesional que lo recomiende. Muchas ocasiones trae consecuencias fatales o graves para la salud”, reiteró la diputada.

Finalmente, Talamante Lemas insistió en que un producto supuestamente “natural” puede traer consecuencias negativas para la salud, pues un gran número de ingredientes de origen vegetal pueden resultar tóxicos para el ser humano.

Debemos concientizar a la población sobre los perjuicios que genera el consumir productos sin conocer sus componentes, los cuales pueden ser físicos, psicológicos y económicos. Por ello, el gobierno debe desalentar la compra de estos y evitar así también más gasto público al tener que atender la consecuencias de algo que se puede evitar con información y prevención”, puntualizó⁹⁷

En una entrevista que se le hizo al Director de Bariartria Doctor David Montalvo que es presidente del colegio mexicano de bariartria dice en su entrevista para el canal once de televisión, que mucha gente busca los caminos fáciles para bajar de peso y que uno de esos caminos son los productos milagro, que las personas consideran que la forma más fácil de bajar peso y tener cuerpo escultural, que no se esfuerza por bajar de peso, que en vez de bajar de peso lo que va a provocar es que se enfermen y eso va ocasionar efectos de salud.

En la entrevista que se le hizo al doctor Medico bariartra David Montalvo que es el Presidente del Colegio Mexicano de Bariartria por la entrevistadora de canal once noticias.

Comenta el Doctor bariartra que desafortunadamente esa no es solución la gente busca un camino sin esfuerzo sin mayor complicación que generalmente provocan más problemas que beneficios algunos de ellos inclusivamente tienen efectos tóxicos,

para el cuerpo humano pueden provocar taquicardias, diarreas arritmias, vómitos, deshidratación intoxicación completa y eso complica los problemas de la salud de algunas personas⁹⁸

El director de Comunicación y Ciencia de la Asociación Mexicana de Industria de Investigación Farmacéuticas A.C (AMIIF) no acepta que los productos milagro son medicamentos para bajar de peso, comenta que en este conjunto de productos que hay pócimas que están elaborados de plantas medicinales y hiervas, aditivos alimenticios y artículos de cosmetología, que la forma de anunciar son novedosos, cumplen con sus expectativas con lo que el consumidor desea que haga en un corto tiempo, que son accesibles, que no son caros a sus bolsillos, y que el consumidor no sienta que es un medicamento.

La forma de promocionar estos anuncios es por medio de disfraces que utilizan estas personas vistiendo se como especializadas, que tratan de ciertas enfermedades, pero no es cierto, si no es un fraude, y que, sus productos no cumplen lo que prometen decir, en sus envolturas o empaques que cumplen, y que si cumplen lo que prometen en lo que anuncian poniendo riesgo la salud de los consumidores, causando enfermedades y padecimientos, ya que suelen comentar los fabricantes de los productos milagro que bajan de peso en unos días.

Los consumidores de estos productos milagro son engañados ya que les hacen creen que es un medicamento, que encuentra registrado como medicamento en la dependencia correspondiente y regulado con los requisitos sanitarios para su venta, las empresas de estas mercancías para bajar de peso ponen imágenes de un antes y después de las personas a las que supuestamente si les funcionaron los productos, en realidad, es otra por que tratan de mandar mensajes subliminales para que

⁹⁸ https://www.youtube.com/watch?v=TGZP_1TVijc/ Once Noticias-Ningún "producto milagro" sirve para bajar de peso: expertos /14 oct. 2011

vendan mas sus productos, ya que no estos productos no tienen una certeza científica, también de que se escabullen ante las leyes y reglamentos ya sea atravez de suplementos alimenticios por qué no se requieren de una receta médica para poder adquirir este tipo de suplementos alimenticios entre la población.

Además, comenta que el doctor que en estos productos milagro no hay una veracidad científica y ni un documento que los avale de que las sustancias que utilizan no son toxicas, su producción sea de conforme a normas sanitarias y que no cumplirán lo que prometen para lo están hechos, que el doctor Gustavo Hernández cree que cambian su nombre del producto, cuando ya han sido multadas por las autoridades sanitarias pagando sus multas, se venden en pocas cantidades los productos milagro y así subsisten estas empresa que elaboran productos milagro.

El director de la comunicación y ciencia de la Asociación Mexicana de Industria de Investigación Farmacéuticas(AMMIIF) puntualiza que no cualquier persona física o moral puede elaborar en cualquier lugar ya sea en una cocina domestica, que hay leyes para su elaboración, distribuir es otro método, que casi las droguerías o farmacias donde se elaboran los productos milagro y en donde lleven el nombre de la farmacia no son tales compañías que distribuyen el producto, ya que lo compran a terceras empresas o empresas extranjeras y no hay ninguna norma jurídica que las regule este tipo de acto.

También la mayoría de estos productos milagro vine la leyenda **“Este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo consume”**. Nos menciona el Doctor Gustavo Hernández que deberían de tener cuidado en lo que menciona la empresa que elabora los productos milagro por que este tipo de frases están entreteniendo a la gente, que la empresa debe de responsabilizarse en sus productos, también en que tiene consecuencias negativas en que la COFEPRIS en dar luz verde en que se comercialice este tipo de productos que no produce efectos

negativos en la salud, y que no es dañino, menciona que lo primero que deben de hacer estudios químicos y analizar si es verdad son esas sustancias activas, que efectos ocasiona al consumidor, y no dejar que el producto se comercialice en la sociedad trayendo como consecuencia que millones de personas lo consuman y después comente que no ha sabido de alguna muerte o algún daño, que si una persona resulta afectada por usar estos productos, si el que elabora esos productos no se hace responsable. Que para resolver algún medicamento que sea equivalente tenemos que ver al servicio de fármaco vigilancia, que cuando un medicamento esta en el mercado se vigila se anota o registra en donde se produjo y que empresa lo elaboro y seres registra en un organismo, que es internacional en donde se describe que si ha afectado si tiene efectos secundarios, se ha utilizado para el tratamiento de otra enfermedad, que no se sabe si hay investigaciones o estudios de estos medicamentos, que no se deben de comercializarse los medicamentos sin un estudio minucioso y para finalizar el médico recomienda no quererse ser médico y tomarse los medicamentos para aliviarse de una molestia o enfermedad, que los doctores o especialistas que no estén involucrados con las empresas que se dedican a la fabricación de medicinas y productos milagro que mejor ante todo acudir ante un medico bariatra.

Explica el doctor Gustavo Hernández, director de Comunicación y Ciencia de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C. (AMIIF): El doctor Hernández rechaza que los "productos milagro" para bajar de peso sean medicinas: "En este grupo de productos hay remedios herbolarios, suplementos alimenticios y artículos cosméticos; en su publicidad intentan dar la impresión, sin que lo digan abiertamente, de que son medicamentos, pues suelen anunciarlos personas que visten bata, aparentando ser médicos, pero ninguno de estos productos es milagroso y todos utilizan la publicidad engañosa al prometer cosas que no pueden

cumplir, y que si en el mejor de los casos las cumplieran, implicarían un riesgo para la salud, como es el hecho de pretender que alguien baje dos kilos en dos días.

"Es un engaño al consumidor porque se le hace creer que es un medicamento, y por lo tanto la Secretaría de Salud ya lo autorizó y por ende, cuenta con investigación clínica detrás de él. Los anuncios de televisión muestran fotografías de personas antes y después de supuestamente haber bajado de peso, pero ¿cómo sabemos si el procedimiento no fue inverso, y primero fotografiaron a la persona delgada y después la pusieron a engordar? Es un truco de Hollywood, no hay evidencia científica".

Añade: "La mayoría de estos productos se encuentran registrados como suplementos alimenticios, así que no tienen que estar sujetos a la rígida normatividad de los medicamentos, pues inclusive aquellos que no requieren receta médica, es decir, las medicinas de libre venta, pasan por un estricto control de las autoridades. Los productos milagro evaden la legislación, por lo que pueden anunciarse como quieran, sin mostrar a la comunidad científica pruebas de su eficacia y seguridad".

El médico señala que los "productos milagro" no cuentan con ninguna investigación científica que los avale y que sea accesible al público y a la industria farmacéutica en general: "Lo único que sabemos de ellos es que se anuncian en televisión y que prometen revivir muertos, pero en general se desconoce su origen y procedimiento de elaboración.

"Yo creo que tomaron desprevenido a todo el mundo, saltaron a la televisión, crearon un negocio millonario engañando al público consumidor, y cuando la Secretaría de Salud reaccionó, emitió una lista de 40 productos que iban a salir del mercado, pero estas empresas han modificado su publicidad. Antes cometían determinadas infracciones al reglamento, ahora cometen otras, pagan su multa, que comparada con sus ventas es irrisoria, y así se la llevan".

El directivo de la AMIIF aclara que "no cualquiera puede producir un medicamento en la cocina de su casa, hay una norma, pero la comercialización es otra cosa. Algunas empresas que fabrican los 'productos milagro', aunque en su nombre lleven la palabra laboratorio, no son tales, son empresas comercializadoras. Compran los productos a terceras empresas en México y/o el extranjero, y los venden. No hay norma para la comercialización".

La mayoría de los "artículos milagro" ostentan la leyenda "Este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo consume", pero para el doctor Hernández hay más responsables: "Ese tipo de leyendas intentan jugar con la gente. En todos los casos el fabricante tiene que ser el responsable de lo que vende. A pesar de esa frase, está muy claro que la empresa que lo produce es la que debe hacerse cargo de su propio artículo".

Por otra parte, Gustavo Hernández considera "desafortunada" la afirmación de Cofepris en el sentido de que estos productos no constituyen un riesgo para la salud y no son tóxicos: "Yo creo que están equivocados; para llevar un producto al mercado, antes de que

se venda al público, debe demostrarse que es seguro y efectivo, y no esperar que el producto ya esté en el mercado y lo consuman millones de personas, y después digamos 'bueno, no hemos sabido de nadie que se muera'. Y es que, ¿a quién se le va a dar el aviso de que alguien tuvo un efecto adverso por usar estos productos si el fabricante anuncia en sus productos que no se hace responsable? ¿Cómo vamos a tener el equivalente de lo que en los medicamentos se llama servicio de fármaco-vigilancia?

"Cuando un medicamento está a la venta, sigue siendo vigilado y estudiado por el laboratorio que lo fabricó, se recolectan los efectos adversos que reportan los médicos, se integran a una base de datos mundial y de esta manera se sabe si un medicamento tiene efectos que se desconocían, si actualmente se contraindica con un nuevo medicamento que antes no existía, etcétera.

"Sin embargo, con los 'productos milagro', ¿cómo vamos a saber si tienen contraindicaciones al tomarse con un determinado medicamento O con algún alimento? No sabemos nada al respecto, no sabemos si sirven o no sirven porque no hay resultados de investigación, y ante eso, no deberían comercializarse".

El doctor Hernández hace una recomendación final para las personas con obesidad: "Nunca auto medicarse, deben acudir con un médico profesional que no tenga conflictos de interés al trabajar para alguno de los laboratorios fabricantes o alguna farmacia; el especialista determinará la causa del sobrepeso y sólo entonces, de ser necesario, se puede recurrir a alguno de los medicamentos serios, mismos que pueden ser útiles".⁹⁹

⁹⁹ Revista del consumidor "Productos para adelgazar edición especial" México, 2011. P. 18

Menciona el Instituto de Mexicano del Seguro Social que la principal causa son los medicamentos para bajar de peso, que los órganos internos del cuerpo humano que afecta estos medicamentos son el páncreas, los riñones y el hígado, y que, para la COFEPRIS no los suspenda o los sancione se venden como productos naturales que contienen toxinas que dañan al estos órganos, se afecta el sistema nerviosos del cuerpo, que esto lo que va a provocar que tenga síntomas de ansiedad y que estos productos para bajar de peso no dejar absorber los nutrientes necesarios para el correcto funcionamiento del cuerpo humano, lo que va a provocar graves consecuencias en el cuerpo por que va a provocar que haya poca glucosa (azucres) en la sangre como consecuencia teniendo los siguientes síntomas de hambre, temblor, mareos, confusión, dificultad para hablar, sensación para hablar o debilidad.

La nutrióloga Marbella Arellano que trabaja en el Hospital General Regional No. 1 del IMSS de Querétaro, comenta aunque son pocas las personas que deciden bajar de peso con los procedimientos de los suplementos alimenticios y que con ello ocasionara problemas en salud como afectando los riñones por no consumir líquidos ricos en vitaminas, y causando grandes problemas en todo el cuerpo. También la COFEPRIS nos menciona que en los últimos años se han de han detectado, y se ha puesto de moda una gran cantidad de productos milagro principalmente en el Estado de Guerrero, Estado de México, Jalisco, Puebla, Guanajuato y Distrito Federal, también que varios productos como los suplementos alimenticios, productos de cosméticos, cremas para quitar las manchas de la cara, productos que ofrecen repara las articulaciones, productos que sirven para eliminar la depresión, incrementar la protección del cuerpo humano, defendiéndose de palabras que llamen la atención del consumidor, y utilizando mensajes subliminales que el mismo consumidor crea que le va resolver rápidamente la necesidad aliviar quitar el malestar que le viene que afectando en su organismo así lo buscara atra vez del producto milagro, los compra sin saber los daños que se pueden causar de manera involuntaria o accidental a partir de que consuman esos productos milagro.

De acuerdo al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), los órganos más afectados por ingerir pastillas para bajar de peso son el páncreas, los riñones y el hígado, ya que a pesar de que se venden como productos naturales están procesados con químicos que afectan al organismo. El sistema nervioso también se daña pues, en algunos casos, quien la toma presenta síntomas de ansiedad. Además, dichos productos promueven el gasto de energía y falta de aporte calórico hacia el cerebro, lo que deriva en hipoglucemia, dolores de cabeza y cambios bruscos de humor.

"Aunque son pocos los casos que se presentan, la mayoría de los pacientes no acceden al tratamiento porque ellos desean seguir bajando de peso. Sin embargo, a la larga llegan con trastornos críticos, como insuficiencia renal debido a la falta de líquidos y la carga excesiva de productos dañinos", señaló la nutrióloga Marbella Arellano del Hospital General Regional No. 1 del IMSS de Querétaro.

En un comunicado, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) de la Secretaría de Salud informó que, por poner riesgo la salud de los mexicanos, en los últimos dos años se han asegurado 1 millón 215 mil piezas de "productos milagro". En operativos de vigilancia sanitaria realizados en estados como Guerrero, Estado de México, Jalisco, Puebla, Guanajuato y Distrito Federal, se decomisaron 769 mil unidades de dichos productos.

En la lista de productos incautados están: "El Ángel de la Salud", "Nutry Central", "Biocaps", "Farmaverde", "Tonic Life, SRL", "Natural Health", "Naturismo Jaguar", "Rejuvital", "Xiomega 3", "Demogress", "Jugo de Aloe Vera", "Force-C", "Hierbas Suecas", "Alcachofa Diet", "Stress Care", entre otras.

Todos estos productos ofrecen de acuerdo con su publicidad quemar grasa, ayudar en la movilidad de articulaciones, reducir el colesterol, bajar rápido de peso, aliviar los niveles de estrógeno de las mujeres, combatir la depresión, aumentar las defensas del organismo, esgrimiendo discursos sumamente atractivos para el público objetivo que, por el afán de obtener resultados rápidos y "milagrosos", los consumen sin reparar en los posibles daños colaterales.¹⁰⁰

El experto en tratamientos de peso que es un bariatra reprocha las dietas que dicen que bajara de peso, que no van de acuerdo con lo que consume una persona, varias de ellas consumen un solo alimento por un corto tiempo, algunas no dejan que se nutra el cuerpo adecuadamente para que tenga defensas y tenga energía como que de sagradamente que estas tipo de restricciones de alimentos se pierden varias vitaminas nutritivas para el cuerpo humano, ya que sin ésta, el organismo humano no puede funcionar adecuadamente, que los individuos que sufren de la enfermedad de diabetes están más propensos a sufrir una decaída, y que, para una adecuada alimentación se necesitan cereales, semillas y fruta, que es lo más adecuado para sentirse satisfecho y que así las células del cuerpo humano podrán regenerarse.

El bariatra Armando Dávalos Ibáñez, experto en tratamientos de control de peso, criticó aquellas dietas que prometen que la persona bajará de peso milagrosamente, pues resultan ser muy restrictivas y desequilibradas. Muchas de ellas, dijo, toman como centro de la dieta el consumo de un solo alimento, por un periodo determinado; otras no permiten combinación de nutrientes como grasas, carbohidratos y proteínas. Lamentablemente, dijo, al someterse a regímenes muy

¹⁰⁰ MÁRQUEZ Córdova José Raúl Director General de Editorial e imagen Legislativa Revista Cámara de Legislar en Salud , Cámara, año 2, número 23

restrictivos no sólo se pierde grasa, sino masa muscular y agua, lo que reduce la capacidad del organismo para quemar calorías. Los regímenes alimenticios que limitan el consumo de algunos alimentos descompensan una buena nutrición y resulta más grave para quienes padecen diabetes. Una alimentación adecuada consta de desayuno, comida y cena, además entre cada una puede tomarse una colación de fruta, yogurt light, galleta sin azúcar o integral, nueces (que tienen poco aporte de hidratos de carbono que pueden elevar el azúcar en sangre) por mencionar algunos, lo que ayudará a sentir saciedad y a no dejar desnutridas a las células del cuerpo.¹⁰¹

En este siglo XXI que estamos transcurriendo, los productos milagro se han desarrollado para la venta en la televisión en el internet usando técnicas para persuadir a los consumidores o televidentes; estos productos milagro tienen sustancias tóxicas o dañinas, que pueden afectar al que las consume, perjudican el medio ambiente que nos rodea, por que a través de empresas que ocupan tercero intermediario en distribuir el producto, sin que, ninguna ley pueda hacer nada para impedirselos, cambian de nombre del producto cuando los multa la Cofepris, para que sigan vendiendo el producto milagro con nuevo nombre que se da a conocer en la publicidad, la mayor venta de productos milagro son aquellos productos para bajar de peso en México y aquellos que prometen dar una apariencia física adecuada, aquellos dicen curar enfermedades, y que tienen propiedades benéficas como suplementos alimenticios dando beneficios milagrosos.

¹⁰¹ <http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n3787237.htm>

4.5 PROPONER QUE SE SANCIONE PENALMENTE A EMPRESAS Y A PARTICULARES QUE COMERCIALIZEN POR CUALQUIER MEDIO DE COMUNICACIÓN PRODUCTOS QUE SE COMPRUEBE QUE PROVOCAN ALTERACIONES A LA SALUD O INCLUSO LA MUERTE.

En el mercado mexicano, hay muchos productos milagro que la COFEPRIS no se da abasto para poder mandar a estudios rigurosos de las sustancias activas y que muchos consumidores son afectados por estos productos milagro que buscan la manera más sencilla y económica de adquirir estos es productos sin darse cuenta sobre las consecuencias que traen al consumirlos en corto tiempo o en largos periodos de tiempo.

**CAPÍTULO SEXTO
DELITOS
LEY GENERAL DE SALUD.**

Artículo 465.- Al profesional, técnico o auxiliar de las disciplinas para la salud y, en general, a toda persona relacionada con la práctica médica que realice actos de investigación clínica en seres humanos, sin sujetarse a lo previsto en el Título Quinto de esta Ley, se le impondrá prisión de uno a ocho años, suspensión en el ejercicio profesional de uno a tres años y multa por el equivalente de cien a dos mil días de salario mínimo general vigente en la zona económica de que se trate.

Si la conducta se lleva a cabo con menores, incapaces, ancianos, sujetos privados de libertad o, en general, con personas que por

cualquier circunstancia no pudieran resistirse, la pena que fija el párrafo anterior se aumentará hasta en un tanto más.¹⁰²

Ahora bien, mi propuesta quedaría integrada en esta ley, en dicionando un artículo cuyo número sería 465 Bis, el cual quedaría de la siguiente manera: engaño, daño, lucro.

Artículo 465 Bis. A la empresa que comercialice productos que se ofrezcan un resultado inmediato en la estética de las personas sin que tengan la autorización respectiva de la sanitaria y que además se compruebe que estos causaron alteraciones a la salud o incluso la muerte se impondrán las siguientes penas:

Fracción I Si causa daños a la salud sin provocar la muerte se le impondrá de uno a ocho años de prisión al dueño de la empresa.

Fracción II si causare la muerte del producto del consumidor; se le impondrá de 8 a 15 años de prisión al dueño de la empresa.

En ambos casos además de la pena de prisión al dueño de la empresa, se impondrá multa de 100 a 200 días de salario y la reparación del daño.

Tratándose de empresas que se comercialicen este tipo de productos se impondrán las siguientes penalidades y sanciones

-Suspensión o privación de derechos.

-Notificación a la autoridad administrativa para la revocación de la licencia de funcionamiento.

-Amonestación que es en la advertencia que el juez dirige al acusado, haciéndole ver las consecuencias del delito que cometió, excitándolo

¹⁰² Diario oficial de la federación "Ley General de Salud"

a la enmienda y conminándolo con que se le impondrá una sanción mayor si reincidiere.

A las empresas que comercialicen productos que satisfagan a lo que el consumidor necesita de forma rápida y sencilla, en que tendrá una mejor apariencia física de los consumidores, debiendo tener una autorización sanitaria, y que si en la investigación se aportan las pruebas necesarias de que estos productos causaran la muerte y perjudicaran la salud, se les pondrá las siguientes penalidades:

Primero: Si al consumir esos productos perjudica a la salud de los seres humanos se hará acreedor a una pena privativa de libertad que va de uno a ocho años de prisión
Segunda: Al que elabore el producto milagro y como consecuencia provoque la muerte del consumidor, se le impondrán de ocho a quince años de prisión.

Si el producto afectara o perjudicara ya sea dejando daños a la salud y que el consumidor no pudiera desempeñarse como ser humano dentro de la sociedad o que causare su muerte, ya sea, empresas que se dediquen a la producción de los productos milagro se harán cargo las siguientes penalidades de que un tiempo no van a poder fabricar ni comercializar, dándoles de baja ante los sindicatos que se encargan de las empresas que elaboran productos y servicios también la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios

CONCLUSIONES

PRIMERA.- En la antigua Inglaterra se ponían placas enfrente de las casas que necesitaban los productos los vendedores pasaban y les vendían los que necesitaba las familias, hubo muchas empresas de periódicos que crecieron que el mismo gobierno de Londres decidió poner impuestos, con la llegada de la imprenta se crearon folletos que principalmente empezaron anunciar productos milagro en la

medicina, no desaparecerán los periódicos y anuncios si que servirán para informar a los colonos de su lucha y que estaba pasando en la guerra de independencia de los Estados Unidos de América.

SEGUNDO.-Que más tarde a principios del siglo XX se dieron cuenta los empresarios que unos productos ya sea para tener mejor apariencia física y para adquirir energías que sobre pesan en la hora del trabajo ya sea en el ámbito que dentro de la sociedad elaboraron los productos milagro que la demás sociedad envidiarían en un corto tiempo de que adquieran los beneficios de estos productos milagro

TERCERO.-Se habla de la clasificación de salud, que salud es aquel que no tiene ningún daño que se encuentra bien, y salubridad que es lo bueno para nuestra salud, además, se habla de el concepto de paciente que es la persona que tiene síntomas de una enfermedad o accidente, concepto de medicamentos que son sustancias que quitan, calman los malestares, del cuerpo humano.

CUARTO.-Significados de lesiones alteración de la salud ocasionada por un agente externo, concepto de homicidio que es cuando un individuo priva de la vida a otro, la publicidad es dar a conocer las características de los productos por medio de las diversas fuentes de comunicación, que concepto de Derecho Penal son normas jurídicas que crea el Estado que si no son cumplidas se castigan para que haya una sociedad equilibrada.

QUINTO.-Que la COFEPRIS es una institución desconcentrado que se va encargar de vigilar y controlar poner multas y sus pensiones a alimentos, medicinas, a los fabricantes de la medicina, alimentación y de aseo personal, dentro de la COFEPRIS se encuentra el servicio de vigilancia de los medicamentos que estos se encargar el

correcto funcionamiento de los medicamentos, que cuando una de los medicamentos causa reacciones contrarias a la salud lo suspenden.

SEXTO.-La Secretaria de Salud es una dependencia la cual se va encargar de administrar, aplicar la sanidad de todos los mexicanos tengan una salubridad adecuada y que se desarrollen adecuadamente una vida plena también verifica y checa el correcto funcionamiento de los demás instituciones como IMMS, ISSSTE, PEMEX, y además elabora las normas oficiales mexicanas que son reglas que regulan un correcto desempeño dentro del ramo de la salud.

SEPTIMO.-Los productos milagro se comercializan en medios de comunicación a través de mensajes subliminales acaparando la atención de la población, estos productos milagro engañan, aprovechando el error, se hacen ilícitamente de algún producto milagro diciendo que van a curar una enfermedad, síntomas ocasionadas por enfermedades, accidentes, y para bajar de peso.

OCTAVO.-Además son grandes empresas que comercializan varios productos milagro a nivel internacional se asocian, hacen convenios con la televisora, para poder comercializar estos productos, se anuncian con leyendas como “Este producto no es un medicamento y es responsabilidad de quien lo recomienda y lo consume” estos productos son sancionados y deja de salir sus anuncios en los medios de comunicación por un tiempo ya que después vuelven a promover sus productos en los medios de comunicación y que las sustancias de que están hechos productos milagro mucha gente no sabe que también afecta a la naturaleza y a los seres vivos que convivimos estos productos milagro.

PROPUESTA

Por toda la problemática anteriormente expuesta, es necesario que se legisle al respecto, y para ello, considero que la Ley General de Salud, sería la que contemplaría la siguiente propuesta, que a la letra diría lo siguiente:

Artículo 465 Bis Al particular que comercialice productos que se ofrezcan un resultado inmediato en la estética de las personas sin que tengan la autorización respectiva de la autoridad sanitaria y que, además se compruebe que estos causaron alteraciones a la salud o incluso la muerte se impondrán las siguientes penas:

I.- Fracción I Si causa daños a la salud sin provocar la muerte se le impondrá de uno a ocho años de prisión al dueño de la empresa.

II.- Fracción II si causare la muerte del producto del consumidor; se le impondrá de 8 a 15 años de prisión al dueño de la empresa.

En ambos casos además de la pena de prisión al dueño de la empresa, se impondrá multa de 100 a 200 días de salario y la reparación del daño.

Tratándose de empresas que se comercialicen este tipo de productos se impondrán las siguientes penalidades.

-Suspensión o privación de derechos.

-Notificación a la autoridad administrativa para la revocación de la licencia de funcionamiento.

-Amonestación.

Esta es mi propuesta, y con ello, concluyo la elaboración de la presente investigación con la cual apporto una posible solución a la problemática ya planteada.

FUENTES DE INFORMACIÓN

A) Bibliográficas

SECO López Cristiano. "Historia de la Publicidad". Editorial Net biblo S.L, 1era Edición en Español, España 2007.

TREJO Delarbre "Engaño y Espejismo. Productos Milagro en Televisión", participación dentro del ciclo Los retos de la salud en México, Facultad de Medicina, UNAM, 19 de enero De 2011.

THOMPSON, Denys (1943): "Voice of Civilization". An Enquiry of Advertising. London: Frederick Muller Ltd.

-Del libro: Publicidad, de O'Guinn Tomas, Allen Chris y Semenik Richard, International Thomson Editores.

-O'Barr William "Una Breve Historia de la Publicidad en Estados Unidos", México, 2015.

-SÁNCHEZ Guzmán, J. R. "Breve Historia de la Publicidad". Madrid: Forja, 1982.

-EGUIZÁBAL Maza, R. "Historia de la Publicidad". Madrid: Eresma & Celeste, 1998.

Medina, A. "Apuntes para una cambio de siglo Publicitario". Madrid: Cinca, 2004.

-Secretaría de Salud (SSA). Programa Nacional de Salud 2001-2006. 1era. México D.F. 2000.

-Programa de Organización y Gestión de Sistemas y Servicios de Salud División de Desarrollo de Sistemas y Servicios de Salud ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD perfil del sistema de servicios de salud, México, 1era edición, octubre 1998 (2da edición, abril 2002)

López M. Juan. "La Regulación Sanitaria en México y el Tratado del Libre Comercio, Salud Pública". México.

SAINZ Cantero, José A., "Lecciones de Derecho Penal, Parte general.

RODRÍGUEZ Muñoz, José Arturo, "Tratado de derecho penal" Vol. 1.

CASTELLANOS Fernando, "lineamientos elementales del Derecho Penal". 1era parte general 16ª edición, Porrúa. S.A México 1992.

CARRANCA y Trujillo, Raúl, Carranca y Rivas, Raúl, "Derecho penal Mexicano" Parte General.

FAIREN, Manuel (1965). "Historia de la Publicidad en Francia". En Publicidad, n° 1, abril-junio de 1965.

MORILLAS Cueva, Lorenzo, Curso de Derecho penal (parte General), Madrid, Marcial Pons, 1996.

LUZÓN Pena, Diego Manuel, "Curso de Derecho penal (Parte General)". Madrid Universitas , 1996, t I.

COBA García Luis "Homicidio de Casación" España. 1998

SÁNCHEZ-ARCILLA, José. "El homicidio", José Sánchez-Arcilla y Emma Montanos, "Estudios de Historia del Derecho Criminal". Madrid, Dykinson, 1990.

COBA García Luis "Homicidio de jurisprudencia de casación". Porrúa, México 1996.

TORTOSA López José Manuel, Crespo Alonso Santiago. "Conceptos básicos de Patología Forense". Palibrio . Impreso en Estados Unidos de América, 2011.

DE Aguilar Merlo Ramón "El concepto de médico legal de la lesión". Porrúa, México, 1998

NOVO Salvador , "Apuntes para Historia , en la Ciudad de México", Novaro, 1968.

RAMÍREZ López José Alejandro, "Derecho a la Salud", Porrúa; México, año 1980.

A. Bowling, La medida de la Salud, S.G Masson, Barcelona 1994.

L. Feito, "La Definición de la Salud", Diálogo Filosófico 34 (1996).

E Laín Entralgo, "La espera y la esperanza. Historia y teoría del esperanza humana". Alianza, Madrid 1984.

Asociación Médica Mundial. "Declaración de Lisboa de la Asociación Médica Mundial". Bol Oficina Sanit Panam 1990.

LÓPEZ-de-la-Peña XA. "Actitud médica y conocimientos legales de algunos derechos del paciente". Rev Invest Clin 1995.

RUSESELL J. Thomas , Lane W. Ronald, White Hill King Karen, Publicidad 16a Edición, Pearson Educación de México, México, 2004

ALONSO Yolanda, "Departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamientos Psicológicos", Universidad de Almería, España, 2008

GALENO, "Tratados filosóficos y autobiográficos", Traducción al castellano de Teresa Martínez Manzano, España, Gredos, 2002.

LLUCH Coromer A, García García M.D, Montero Baldosa M.C, González Baldoso J.M, "Conocimientos Básicos del medicamento y su Utilización". Impresos en México. Mendosa Patiño Nicardo Farmacología Médica, Panamericana, UNAM, Facultad Medicina 2008.

RUIZ Ocampo Alejandro. "Consejo Nacional de la Publicidad". 1era Agosto de 1999 Plaza y Valdez, S.A de C.V., México.

GARCÍA Martínez J.A Anaut Norberto, "Breve Historia de la Publicidad" claridad Estados Unidos de América,1990.

BOORRINI Alberto. "Publicidad, diseño y empresa", 1era, Buenos a Aires infinito, impresos en Argentina, 2006.

VÁZQUEZ María de Luz "Historia de México".Limusa, 2 impresión México, 2004.

PÉREZ Ruiz, M. A. "La publicidad en España" Anunciantes, agencias y medios, 1950-1980. Madrid: Fragua, 2002.

B) Hemerográficas

MEDINA, A. "Apuntes para una cambio de siglo publicitario". Madrid: Cinca, 2004.

MÁRQUEZ Córdova José Raúl Director General de Editorial e imagen Legislativa "Revista Cámara de Legislar en Salud", Cámara, año 2, número 23,2005

AGUILAR Armando José "Revista del consumidor productos para adelgazar" edicion especial, México, 2005.

Según la vocal del Colegio Oficial de Farmacéuticos de León, en una entrevista publicada en el Diario de León.es el 16 de septiembre de 2010.

FERNÁNDEZ Esteban, J. M^a: “Productos Milagro”, en Instituto de Salud Carlos III:

<http://www.isciii.es>

Periódico “El semanario” México, 2000

Revista del consumidor 28 agosto, 2009 México

Periódico “El pulso” Diario de San Luis México

Periódico. “En vanguardia”. Publicado lunes 25 de mayo de 2015, México.

Periódico “La policiaca” México publicado 24 de octubre 2014

C) Informáticas

<http://www.kate.com/detrasde-antecedentespublicidadamoderna.htm>

<http://dle.rae.es/?w=salubridad/?w=salubre>

<http://ww.Encicloperiajuridica.biz.14.com>

<http://www.cofepris.gob.mx/TyS/Paginas/Formatos.aspx>

<http://www.cofepris.gob.mx/AS/Paginas/Publicidad/AutorizacionPublicitaria.aspx>

<http://www.cofepris.gob.mx/SFS/Paginas/Introduccion.aspx>

<http://www.cofepris.gob.mx/SFS/Paginas/Organizacion.aspx>

<http://www.cofepris.gob.mx/AZ/Paginas/Farmacovigilancia/Farmacovigilancia.aspx>

<http://www.semarnat.gob.mx/leyes-y-normas/normas-oficiales-mexicanas>

<http://www.profeco.gob.mx/prensa/prensa13/agosto13/bol148.asp>

<http://www.genommalab.mx/genoprazol>

<http://www.cofepris.gob.mx/Paginas/Suplementos%20Alimenticios/Antes-de-comprar-un-suplemento-.aspx>

<http://www.cofepris.com.mx>

http://www.youtube.com/watch?v=TGZP_1TVijc

<http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n3787237.htm>

[Http://ww.Encicloperiajuridica.biz.14.com](http://ww.Encicloperiajuridica.biz.14.com)

D) Legislativas

Diario Oficial de la Federación “Ley General de Salud”, México

Diario oficial de la Federación. “ley general de la salud”. Del 30 de abril de 2003

Diario Oficial de la Federación. Reglamento de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios el 13 de abril de 2004

Diario Oficial de la Federación. “Manual de organización general de la Secretaría de Salud Contenido”. Enero del 2006

Diario Oficial de la Federación, Constitución de los Estados Unidos Mexicanos 8 de octubre de 2013