

## **Influencia De la Formulación Magistral en los productos milagro**

Ruiz, M<sup>a</sup>A., Gálvez, P., Clares, B., y Gallardo, V.

Dpto de Farmacia y Tecnología Farmacéutica. Facultad de Farmacia. Universidad de Granada

Desde al año 2005 se trabaja desde los colegios provinciales, organizados por el Consejo General de Colegios de Farmacéuticos, y por el Centro de Detección de Productos Milagro, sobre el control de la comercialización en las oficinas de farmacia de productos enmascarados bajo una publicidad llamativa y engañosa en la que se describen propiedades de alivio, curación y prevención que se alejan de un efecto real y se acercan al deseo del consumidor de conseguir una silueta perfecta, aliviar dolores, aumentar el crecimiento del pelo, rejuvenecer..

Encontramos numerosos productos “milagro” que se comercializan legalmente desde el punto de vista del registro sanitario, pero utilizando una publicidad errónea y engañosa. Se enmascaran bajo cinco tipos de productos: medicamento, cosmético, planta medicinal, suplemento alimenticio y productos sanitarios. Para ayudarnos a detectarlos desde la oficina de farmacia, planteamos la siguiente clasificación:

Grupo 1: **Falsos medicamentos**, productos que van destinados a aliviar y curar enfermedad, sin haber sido autorizados ni haber realizado los ensayos clínicos correspondientes y no poder avalar por tanto su eficacia, toxicidad y calidad. En la mayoría de los casos, en su composición no se contempla ningún activo que pueda justificar la actividad de reclamo.

Grupo 2: **Medicamentos máscara**, formulaciones que contienen ingredientes con actividad farmacológica, autorizados únicamente en medicamentos, se presentan en el mercado bajo otro registro ya sea cosmético, alimento o planta medicinal.

Grupo 3: **Fitoterapia de riesgo**, presentaciones de plantas medicinales simples o sus mezclas que no habiendo siendo registradas como medicamentos declaran poder tratar disfunciones sexuales, aliviar síntomas de enfermedades, control del peso.. En algunos casos se refugian en registros alimentarios, presentándose como suplementos nutricionales.

Grupo 4: **Cosmético irreal**: Tanto por presentar ingredientes no permitidos en su legislación propia, como por los eslogan engañosos que lo promocionan: adelgazan, antiedad, evitan la caída del cabello..

Grupo 5: **Adelgazantes**, la preocupación por el físico, ha llevado la puesta en el mercado de numerosos productos que nos prometen obtener la figura deseada. Se presenta bajo diversas formas: cosmético, plantas medicinales, suplementos nutricionales, incluso instrumentos de masaje que nos confunden y se alejan de una pérdida de peso segura, eficaz y permanente que debe ser controlada por el médico. Al ser el grupo más numeroso los podemos clasificar: diuréticos y laxantes, inhibidores de la absorción de grasas, inhibidores del apetito y precursores del gasto energético.

El objetivo de este trabajo es llamar la atención sobre la presencia, así como la influencia que ejerce y puede ejercer la formulación magistral en este campo.