



MEDIOS Y
SERVICIOS
INTEGRADOS

CIRCULAR EXTERNA 050 DE 2016

PARA: ANUNCIANTES, AGENCIAS DE PUBLICIDAD, CODIFICADORES, CENTRALES DE MEDIOS, CLIENTES EN GENERAL

DE: MEDIOS Y SERVICIOS INTEGRADOS MIS LTDA.

FECHA: 11 DE OCTUBRE DE 2016

ASUNTO: APROBACION PREVIA DE PUBLICIDAD DE INVIMA

Apreciados Clientes:

De conformidad con las disposiciones jurídicas vigentes, la publicidad de medicamentos, productos fitoterapéuticos y homeopáticos de venta sin prescripción facultativa o venta libre, suplementos dietarios y bebidas energizantes, requiere aprobación previa por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – **INVIMA** o de la entidad competente que haga sus veces.¹⁷

Partiendo de esta consideración y dando alcance a la **Circular Externa 022 de Agosto de 2012** de nuestra compañía, atentamente remitimos los Conceptos expedidos al respecto por el **INVIMA**, en virtud de los cuales, la publicidad aprobada por dicha entidad es única, y por lo tanto, las modificaciones de las escenas, diálogos, palabras, leyendas, textos, audio, duración o mensaje, se entienden como una pieza publicitaria diferente. En este caso, el anunciante tiene la obligación de presentar una nueva solicitud de autorización de publicidad, so pena de las sanciones a que haya lugar, ya que la norma no establece ningún tipo de excepción frente a los Story Boards.

¹⁷ **Medicamentos y Productos Fitoterapéuticos: Resolución 4320 de 2004.** "Artículo 5º. Solicitud de publicidad. La publicidad de medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre requiere autorización previa por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, de conformidad con lo establecido en el numeral 19 del artículo 4º del Decreto-ley 1290 de 1994, para lo cual el interesado deberá radicar la solicitud acompañada de los siguientes documentos: (...)."

Homeopáticos: Decreto 1861 de 2006. "Artículo 48. Información y Publicidad. (...) Parágrafo 3º. Los medicamentos homeopáticos simples o complejos, cuya condición de comercialización corresponda a la de venta libre podrán promocionarse y publicitarse en los términos establecidos en la normatividad vigente para los medicamentos con esta condición de venta y se ajustará en todo lo caso a lo establecido en la Resolución 4320 de 2004 o la reglamentación que la modifique, adicione o sustituya."

Suplementos Dietarios: Decreto 3863 de 2008 "Artículo 24.- Publicidad. La publicidad de los suplementos dietarios se ajustará a los beneficios atribuidos a cada uno de los ingredientes característicos de la composición y deberá ser aprobada previamente por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, de acuerdo a la reglamentación que para tal efecto expida el Ministerio de la Protección Social."

Bebidas Energizantes: Resolución 4150 de 2009 Ministerio de la Protección Social: "Artículo 13. Publicidad. Toda publicidad de bebidas energizantes requerirá autorización previa expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima."

En virtud de la facultad legal mencionada, el **INVIMA** adelanta un control sanitario posterior y permanente sobre la publicidad de los productos sujetos a su inspección y vigilancia, y en ocasiones, la entidad ha ordenado a los medios de comunicación la suspensión inmediata de la pauta publicitaria de algunos medicamentos, productos fitoterapéuticos y suplementos dietarios, debido a que no coinciden exactamente con el Story Board aprobado, por suprimir algunos fotogramas, o por modificar la duración del comercial o imágenes del mismo.

En consecuencia, les recordamos la importancia de verificar que cada comercial que anuncie productos cuya publicidad se encuentre sujeta a la autorización previa, sea exactamente igual al Story Board aprobado por el **INVIMA**, con el fin de evitar investigaciones y sanciones por parte de la entidad competente.

Cordialmente,



TATIANA BOLIVAR HERRERA
Directora Jurídica y de Codificación de Comerciales

Anexo: Comunicación VCM-601-2183-12 del 12 de agosto de 2012 de la Subdirección de Medicamentos y Productos Biológico del INVIMA. (3 folios).

Comunicación 400-1850-12 del 7 de septiembre de 2012 de la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas del INVIMA (1 folio).

Comunicación 801-3583-12 del 27 de agosto de 2012 de la Oficina Asesora Jurídica del INVIMA. (3 folios).

Circular Externa 022 de septiembre de 2012 de Medios y Servicios Integrados MIS Ltda. (1 folio).

Copia: Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA.

Bogotá D.C, Agosto de 2012.
VCM-601-2183-12

Doctora:
GUIOMAR SANÍN POSADA
Gerente General
Consortio Canales Nacionales Privados CCNP
Carrera 11ª 93B-51
Teléfono 6234323
Bogotá D.C.

ALIENTE CORRESPONDENCIA SALIENTE
Radicado: 12065476 Radicado: 12065476
Folios: 3 Clave: 770505
De: SUBDIRECCION MEDICAMENTOS Y PROC
Para: CONSORCIO CANALES NACIONALES P
Fecha: 11/20/09 16:58 ptrujllor

Asunto: Respuesta Radicado 12056641 del 12/07/2012, Consulta Aprobación Previa de Publicidad.

CCNP54227AUG14*12 9:56

CCNP54227AUG14*12 9:56

Respetada Doctora,

En atención a la consulta allegada a esta Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos con el radicado citado en el asunto me permito informar que:

La Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos cuenta con un Comité de Publicidad cuya función es realizar el estudio de las solicitudes de aprobación previa de publicidad radicada por los usuarios para los medicamentos, productos fitoterapéuticos y productos homeopáticos de venta sin fórmula facultativa o venta libre y suplementos dietarios establecidos en el marco legal sanitario vigente, objeto y competencia de Inspección, Vigilancia y Control por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA; en este sentido y frente a este tipo de productos cada publicidad aprobada por la Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos previamente evaluada y conceptuada es única, por lo tanto cualquier cambio cuyo contenido no coincida con lo aprobado se entenderá como una nueva publicidad y por lo tanto requiere autorización previa por parte del INVIMA.

La publicidad de los productos anteriormente mencionados requiere del máximo cuidado y cumplimiento de la norma por parte de los titulares de los correspondientes Registros Sanitarios de los productos, es por esto que para proteger la salud pública, la normatividad sanitaria se ocupó del tema de la siguiente manera:

El artículo 79 del Decreto 677 de 1995 "Por el cual se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, Productos de Aseo, Higiene y Limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones sobre la materia" establece lo concerniente a la información y publicidad de los medicamentos, prohibiendo de manera expresa cualquier actividad publicitaria que se realice sobre medicamentos de venta bajo fórmula médica al público en general, con la excepción de que ésta sea dirigida única y exclusivamente en publicaciones de naturaleza científica y técnica, al cuerpo médico y

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA
Carrera 68D 17-11/21 PBX: 2948700
Bogotá - Colombia
www.invima.gov.co



GP 202 - 1



SC 7341 - 1



CO-SC-7341-1

odontológico, previo cumplimiento de los requisitos legales y sopena de las sanciones a que haya lugar.

Tratándose de medicamentos de venta libre:

la Resolución No. 4320 de 2004 "Por la cual se reglamenta la publicidad de los medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre", en su artículo 5º exige que toda publicidad de medicamentos de venta libre deba ser previamente aprobada por el INVIMA: "...La publicidad de medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre requiere autorización previa por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima..."

Los medicamentos Homeopáticos de venta libre según el Decreto 1861 de 2006 "Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 3554 de 2004 y se dictan otras disposiciones", se ajustan a los criterios establecidos en la normatividad vigente para ser considerados como medicamentos de venta libre.

En cuanto a medicamentos Homeopáticos de venta bajo fórmula médica la normatividad sanitaria señala:

Decreto 3554 de 2004 "Por el cual se regula el régimen de registro sanitario, vigilancia y control sanitario de los medicamentos homeopáticos para uso humano y se dictan otras disposiciones":

Artículo 48. Información y publicidad. Toda información científica, promocional o publicitaria, debe ser fidedigna, exacta, verdadera, actualizada y susceptible de comprobación y debe estar de conformidad con la información aprobada en el registro sanitario, ajustada con los criterios éticos para la promoción de medicamentos y con las normas técnicas y legales vigentes.

Solamente podrá utilizarse a nivel del cuerpo médico, la información científica, promocional o publicitaria de estos productos que haya sido aprobada previamente por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, a solicitud de los titulares, registro sanitario de medicamentos homeopáticos o importadores de los mismos.

Artículo 49. Restricciones en la información y publicidad. Dada la naturaleza del medicamento homeopático, se prohíbe la publicidad y promoción de los mismos en la prensa, radiodifusión, televisión y en general en cualquier otro medio de comunicación y promoción masiva.

De igual forma, para Suplementos Dietarios:

El artículo 24 del Decreto 3249 de 2006 "Por el cual se reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA
Carrera 68D 17-11/21 PBX: 2948700
Bogotá - Colombia
www.invima.gov.co



GP 202 - 1



SC 7341 - 1



CO-SC-7341-1

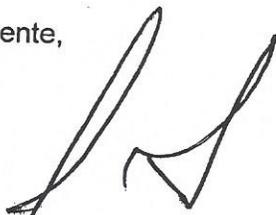
sanitario, de control de calidad, de vigilancia sanitaria y control sanitario de los suplementos dietarios, se dictan otras disposiciones y se deroga el Decreto 3636 de 2005" dispone lo relacionado con la publicidad de suplementos dietarios:

Artículo 24. Publicidad. La publicidad de los suplementos dietarios se ajustará a los beneficios atribuidos a cada uno de los ingredientes característicos de la composición y deberá ser aprobada previamente por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima.

Frente a los otros tipos de productos como lo son Bebidas Energizantes, Bebidas Alcohólicas, Dispositivos Médicos y Cosméticos, por no ser de objeto de la competencia de esta subdirección, su solicitud será remitida con la finalidad de que se dé respuesta a sus interrogantes.

Ahora bien, en cuanto a su segundo interrogante me permito informarle que en concordancia con la normatividad sanitaria vigente y en aquellos casos en los que la publicidad requiera aprobación por parte del INVIMA debe estarse sujeto a lo aprobado en la misma so pena de las sanciones a que haya lugar. La norma no establece ningún tipo de excepción frente a los Story Boards y por tanto la publicidad debe ceñirse a lo aprobado por el INVIMA en el Registro Sanitario y cualquier cambio cuyo contenido no coincida con lo aprobado se interpretara como una nueva publicidad y de este modo requiere autorización previa por parte del INVIMA.

Cordialmente,



FRANCISCO GONZALEZ BAENA
Subdirector de Medicamentos y Productos Biológicos
INVIMA

Proyectó: 601-29 NS
Revisó: Abg. Sayda Plata S

Archivo: Consulta Publicidad SMPB 2012

Bogotá D.C,
400-1850-12

Doctora:
GUIOMAR SANÍN POSADA
Gerente General
Consortio Canales Nacionales Privados CCNP
Carrera 11ª 93B-51
Teléfono 6234323
La ciudad.

**Prosperidad
para todos**

LIENTE CORRESPONDENCIA SALIENTE
Rad: 12074290 Radicado: 12074290
Folios: 1 Clave: 318585
SUBDIRECCIÓN ALIMENTOS Y BEBIDAS /
CONSORCIO CANALES NACIONALES I

CCNP54381SEP11*1211*15

CCNP54381SEP11*1211*15

Asunto: Respuesta Radicado 12056641, Consulta Aprobación Previa de Publicidad.

Respetada Doctora,

Por parte de la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas nos permitimos informar que actualmente y en concordancia con la reglamentación sanitaria vigente realizamos aprobación previa de la publicidad de bebidas energizantes, tal y como esta estipulado en la Resolución 4150 de 2009.

En cuanto a los demás productos de nuestra competencia, es importante aclarar que el Instituto hace inspección, vigilancia y control de la publicidad posterior a su emisión, y en caso de encontrar incumplimiento de la reglamentación sanitaria vigente para cada producto, se efectúan las acciones a que haya lugar.

Sobre el Story Board o "historia cuadro a cuadro", en la autorización de publicidad emitida por nosotros se debe aclarar el tiempo que dura la publicidad que se desea pautar, y sobre ésta el Invima entrega una copia con sellos (APROBADO y fecha en que se Aprobó) para evitar que sean cambiados los modelos que se entregaron inicialmente y que fueron aprobados. Si este Story Board es modificado de cualquier manera ya sea escena, dialogo, palabra, duración o mensaje, debe hacerse una nueva solicitud de autorización de publicidad so pena de las sanciones a que haya lugar.

Agradecemos a ustedes el interés en aclarar este tema y en caso de no estar seguros de la publicidad que desean pautar algunas empresas solicitamos se comuniquen con nosotros a fin de evitar cualquier confusión.

Cordialmente,


HARRY ALBERTO SILVA LLINAS

Subdirector de Alimentos y Bebidas Alcohólicas.

Proyectó: Gustavo Adolfo Fula Sotelo (29/08/2012)

Revisó: Maria del Pilar Santofimio.

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA
Carrera 68D 17-11/21 PBX: 2948700
Bogotá - Colombia
www.invima.gov.co



GP 202 - 1



SC 7341 - 1



CO-SC-7341-1

Bogotá D. C.
801-3585-12

Señores

CCNP

CONSORCIO CANALES NACIONALES PRIVADOS

Atn. Dr (a). Guiomar Sanín Posada

Gerente General

Carrera 11 A No. 93 B - 51

Ciudad

LIENTE CORRESPONDENCIA SALIENTE
Red: 12070390 Radicado: 12070390
Códigos: 3 Clave 408902
OFICINA ASESORA JURIDICA
Fecha: CONSORCIO CANALES NACIONALES F
12/08/27 17:20 bgonzalezf

CCNP54344SEP 4*1210=18

Respetado (a) Doctor (a) Sanín:

~~CCNP54344SEP 4*1210=18~~

En atención a su consulta me permito informarle lo siguiente:

De conformidad con lo establecido en el Decreto 1290 de 1994, le corresponde al INVIMA, en su calidad de autoridad sanitaria, ejercer el control y vigilancia sobre la fabricación, producción y comercialización de los productos de su competencia referenciados en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993.

Teniendo en cuenta que las actividades publicitarias de los mencionados productos hacen parte de la comercialización, le corresponde a este Instituto realizar el control sobre el material publicitario que se dirija a la población como potencial consumidor de los productos, bien de forma previa o posterior, de acuerdo a lo establecido en las normas reglamentarias.

Es así como en el Resolución 4320 de 2004, se indica que la publicidad de los medicamentos, los productos fitoterapéuticos y productos homeopáticos de venta libre, requiere de aprobación previa por parte del INVIMA. Exige la norma que para el trámite de aprobación se allegue al Instituto información relacionada con el producto, incluyendo el proyecto de la publicidad, con las leyendas, textos y la disposición de las imágenes, entre otros aspectos.

Resolución 4320 de 2004:

"Artículo 5º. Solicitud de publicidad. La publicidad de medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre requiere autorización previa por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, de conformidad con lo establecido en el numeral 19 del artículo 4º del Decreto-ley 1290 de 1994, para lo cual el interesado deberá radicar la solicitud acompañada de los siguientes documentos:

1. Formato de solicitud firmado por el titular del registro sanitario o su apoderado, debidamente acreditado para gestionar el trámite correspondiente.
2. Proyecto de publicidad en original y dos copias, el cual deberá contener, como mínimo, las siguientes leyendas:

- a) "Es un medicamento";
- b) "No exceder su consumo";

- c) "Número de registro sanitario";
- d) "Leer indicaciones y contraindicaciones";
- e) "Si los síntomas persisten, consultar al médico".

3. Recibo de consignación en el cual conste el pago de la tarifa correspondiente.

Parágrafo 1º. Cuando la solicitud no esté acompañada por los documentos exigidos se procederá de conformidad con lo establecido en el artículo 11 del Código Contencioso Administrativo.

Parágrafo 2º. Cuando se trate de publicidad emitida por radio se exigirán las leyendas contenidas en los literales a), b) y e) del numeral 2 del presente artículo.

(...)"

Por otra parte, el artículo 24 del Decreto 3249 de 2006, modificado por el Decreto 3863 de 2008 y el Decreto 272 de 2009, establece la obligatoriedad de contar con aprobación previa para poder publicitar los productos clasificados como suplementos dietarios resaltando el tipo de información que debe contener y las leyendas obligatorias que deben presentarse al público receptor.

"(...) PUBLICIDAD. La publicidad de los suplementos dietarios se ajustará a los beneficios atribuidos a cada uno de los ingredientes característicos de la composición y deberá ser aprobada previamente por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, de acuerdo a la reglamentación que para tal efecto expida el Ministerio de la Protección Social.

PARÁGRAFO. - En las etiquetas y rótulos de envases y empaques y en la publicidad de los suplementos dietarios no se deberá presentar información que confunda, exagere o engañe, en cuanto a su composición, origen, efectos u otras propiedades del producto, ni ostentar indicaciones preventivas, de rehabilitación o terapéuticas."

Para el caso de las bebidas energizantes, la normatividad prescribe como necesario, contar con previa autorización de la autoridad sanitaria, para publicitar dichos productos, indicándose lo siguiente:

Resolución 4150 de 2009:

"ARTÍCULO 13. PUBLICIDAD. Toda publicidad de bebidas energizantes requerirá autorización previa expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima.

PARÁGRAFO. Toda publicidad de bebidas energizantes debe corresponder a la información que sobre el producto fue presentada al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, para la obtención del correspondiente registro sanitario.

ARTÍCULO 14. LEYENDAS EXIGIBLES EN MEDIOS DE PUBLICIDAD. En cualquier medio de publicidad, las bebidas energizantes deben incluir las siguientes leyendas con la información que a continuación se determina: 1. Contenido elevado en cafeína. Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml. 2. La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas. 3. No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas. 4. Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años. 5. Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína.



PARÁGRAFO. Salvo los medios publicitarios exclusivamente auditivos, las leyendas aquí mencionadas deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.

ARTÍCULO 15. PROHIBICIONES DE LA PUBLICIDAD. Toda publicidad de bebidas energizantes debe observar las siguientes reglas: 1. En el mensaje, su consumo no debe vincularse con imágenes de contenido sexual de las personas, ni asociarse como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el reemplazo de líquidos y electrolitos. 2. En el mensaje no deben participar, en imágenes o sonidos, menores de catorce (14) años de edad."

De lo referenciado se concluye que la norma obliga a la autoridad sanitaria a estudiar la información que se le presenta al público como potencial consumidor de los productos que tienen ingerencia en la salud pública. En el proceso de autorización el INVIMA analiza que la información corresponda a lo aprobado en el registro sanitario y que las bondades que se le asocian al producto sean fidedignas y reales. Se requiere entonces, no sólo que se aporte los textos y leyendas, sino también las imágenes y demás elementos que componen la pieza publicitaria.

El concepto de aprobado o no, se realiza sobre el material completo, incluyendo la disposición de las imágenes, leyendas y la información general, razón por la cual no puede ser objeto de modificación alguna. La autoridad sanitaria requerirá estudiar nuevamente el material si se decide realizar un cambio.

Para efectos de tramitar la aprobación de las publicidades de los productos referenciados, se cuenta al interior de la entidad, con un formato que deben diligenciar los usuarios, indicándose además los anexos que deben aportar para el efecto.

Por otro lado, revisada la base de datos de los procesos sancionatorios que se adelantan en la Oficina Asesora Jurídica, se le informa que no existe registro de investigaciones iniciadas por presuntas infracciones relacionadas con publicidades del producto JG B Tarrito Rojo, de conformidad con lo aprobado con el oficio 2011016901 del 9 de septiembre de 2011, sin embargo se oficiará a la Subdirección misional competente para que se inicien las actividades de control y vigilancia a las que haya lugar por los hechos mencionados.

Cordialmente,



RUTH PATRICIA DIAZ VEGA

Asesora de la Dirección con asignación de funciones de Jefe de la Oficina Asesora Jurídica

Proyectó: Martha Amador M.
Patricia Gaitán M.

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA
Carrera 68D 17-11/21 PBX: 2948700
Bogotá - Colombia





**MEDIOS Y
SERVICIOS
INTEGRADOS**

CIRCULAR EXTERNA 022

PARA: ANUNCIANTES, AGENCIAS DE PUBLICIDAD, CODIFICADORES, CENTRALES DE MEDIOS, CLIENTES EN GENERAL

DE: MEDIOS Y SERVICIOS INTEGRADOS MIS LTDA.

FECHA: AGOSTO DE 2012

ASUNTO: PUBLICIDAD. APROBACION PREVIA DE INVIMA.

Apreciados Clientes:

Como es de su conocimiento, **MEDIOS Y SERVICIOS INTEGRADOS MIS LTDA.** efectúa la revisión formal de la publicidad antes de ser emitida al aire en los canales **CARACOL TELEVISION** y **RCN TELEVISION**, revisión que implica la inspección de documentos y autorizaciones que deben acompañar a cada comercial, de acuerdo con su naturaleza, así como los créditos o leyendas que deben encontrarse en cada pieza publicitaria, de conformidad con la legislación vigente sobre el bien, producto o servicio anunciado.

De conformidad con las respectivas disposiciones jurídicas vigentes, la publicidad de medicamentos, productos fitoterapéuticos y homeopáticos de venta sin prescripción facultativa o venta libre, suplementos dietarios y bebidas energizantes, requiere aprobación previa por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA o de la entidad competente que haga sus veces.

En virtud de lo anterior, y como resultado de la consulta efectuada al INVIMA, respecto al alcance y vinculación de los Story Boards aprobados por la entidad para la publicidad de aquellos productos que requieren autorización previa, atentamente nos permitimos remitirles el concepto orientador emitido por la Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos del Instituto sobre el particular.

Del mencionado concepto destacamos los siguientes apartes: "(...) cada publicidad aprobada por la Subdirección de Medicamentos y Productos Biológicos previamente evaluada y conceptuada es única, por lo tanto cualquier cambio cuyo contenido no coincida con lo aprobado se entenderá como una nueva publicidad y por lo tanto requiere autorización previa del INVIMA. (...) La norma no establece ningún tipo de excepción frente a los Story Boards y por tanto la publicidad debe ceñirse a lo aprobado por el INVIMA en el Registro Sanitario y cualquier cambio cuyo contenido no coincida con lo aprobado se interpreta como una nueva publicidad y de este modo requiere autorización previa."

Finalmente, esperamos que esta información sea de su utilidad en aras de dar cumplimiento a la normatividad vigente sobre la materia.

Cordialmente,


GUIOMAR SANÍN POSADA
Gerente General

Anexos: Comunicación VCM-601-2183-12 del 12 de agosto de 2012 del INVIMA. (3 folios).