



MARIA DEL CARMEN ALVA PRIETO
Congresista de la República



Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Los Congresistas de la República que suscriben, integrantes del Grupo Parlamentario Acción Popular, a iniciativa de la Congresista **MARIA DEL CARMEN ALVA PRIETO**, en uso de la facultad prevista en el numeral 1) del artículo 102° y del artículo 107° de la Constitución Política, y en literal c) del artículo 22°, y los artículos 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, ponen a consideración el siguiente:

PROYECTO DE LEY QUE REFUERZA LAS ADVERTENCIAS PUBLICITARIAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

Artículo 1°. Objeto de la ley

La presente ley tiene por objeto reforzar las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, elevando a rango de ley disposiciones que precisan su rotulado de forma indeleble y sin cubrir las parcial o totalmente y que permiten el uso de adhesivos de difícil remoción en productos importados y productos elaborados por las MYPE.

Artículo 2°. Modificación del artículo 10° de la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Modifícase el artículo 10°, de la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, en los términos siguientes:

Artículo 10. Advertencias publicitarias

En la publicidad, incluida la que se consigna en el producto, de los alimentos y bebidas no alcohólicas con grasas trans y alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas, se consigna en forma clara, legible, destacada y comprensible las siguientes frases, según el caso:

“Alto en (Sodio-azúcar-grasas saturadas): Evitar su consumo excesivo”

“Contiene grasas trans: Evitar su consumo”

Dichas advertencias publicitarias **son** aplicables a los alimentos y las bebidas no alcohólicas que superen los parámetros técnicos establecidos en el reglamento. **Deben rotularse de forma indeleble en la etiqueta y no deben estar cubiertas de forma parcial o total por ningún otro elemento.**

En productos importados, en caso dichas advertencias no se encuentren consignadas en la etiqueta original, se permite consignarlas mediante el uso de adhesivos de difícil remoción. Lo mismo se permite para productos elaborados por las MYPE.

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Control político

El Poder Ejecutivo, con la coordinación de la Presidencia del Consejo de Ministros y la participación del Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de la Producción y demás sectores involucrados y gobiernos regionales, presenta ante la Comisión de Salud y Población del Congreso de la República, la segunda semana de octubre de todos los años, un informe sobre los avances en la implementación de la Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niñas, niños y adolescentes, y sus modificatorias.

Segunda. Normas reglamentarias y complementarias

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Salud, el Ministerio de la Producción y los demás sectores involucrados, adecuan las normas reglamentarias y dictan las normas complementarias necesarias para dar cumplimiento a la presente ley.



Firmado digitalmente por:
MONTEZA FACHO Silvia
Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 09/01/2023 09:45:29-0500

Lima, 5 de enero de 2023



Firmado digitalmente por:
VERGARA MENDOZA Evis
Herman FAU 20161749126 soft
Motivo: Doy Vº Bº
Fecha: 06/01/2023 16:40:07-0500

María del Carmen Alva Prieto
Congresista de la República



Firmado digitalmente por:
PAREDES FONSECA Karol
Ivett FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 06/01/2023 13:32:14-0500



Firmado digitalmente por:
ALVA PRIETO Maria Del
Carmen FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06/01/2023 09:40:08-0500



Firmado digitalmente por:
ARAGON CARREÑO Luis Angel
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06/01/2023 11:28:04-0500



Firmado digitalmente por:
VERGARA MENDOZA Evis
Herman FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 06/01/2023 16:39:48-0500



Firmado digitalmente por:
ARRIOLA TUEROS Jose
Alberto FIR 25542661 hard
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 06/01/2023 15:32:34-0500



Firmado digitalmente por:
SOTO PALACIOS Wilson FAU
20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 06/01/2023 15:44:42-0500

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1.1 Antecedentes

--Importancia de la alimentación saludable

La OMS (2021) destaca que la mala nutrición es de las principales causas de mortalidad prematura y años de vida saludables perdidos. En tal sentido, ha enfatizado la importancia de mantener una dieta saludable durante toda la vida, no solo para prevenir la desnutrición, sino también para evitar la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles, como la Diabetes, la hipertensión arterial, enfermedades cardiovasculares y hasta algunos tipos de cáncer.

Lamentablemente, los niños, niñas y adolescentes, constituyen un grupo etario bastante vulnerable ante la falta de una alimentación saludable. Según la OPS/OMS, el Perú ocupa el octavo lugar en el ranking mundial de obesidad infantil, siendo los niños de 6 a 9 años los más afectados.

La Asociación Peruana de Estudio de la Obesidad y Aterosclerosis (APOA) señaló recientemente que el número de niños y adolescentes obesos se incrementó en algunas regiones del Perú, de 3% a 19% en los últimos 30 años y continúa en aumento, siendo Tacna, Moquegua y Lima Metropolitana, las de mayor incidencia.

A esto hay que sumar, como ya lo han señalado especialistas del INS, ESSALUD y del Colegio de Nutricionistas del Perú (2022), que el confinamiento y otras medidas adoptadas para contener el avance del Covid-19 aumentaron el sedentarismo y alteraron los hábitos alimenticios, generando exceso de sobrepeso en niños y adultos.

--Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes: herramientas reglamentarias efectivas que deben hacerse permanentes

Para abordar este problema, el Congreso de la República aprobó en el 2013 la Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. Esta ley, como su mismo texto señala, tiene por objeto promover y proteger efectivamente el derecho a la salud pública, el crecimiento y desarrollo adecuado de las personas, a través de acciones de educación, el fortalecimiento y fomento de la actividad física, la implementación de kioscos y comedores saludables en las instituciones de educación básica regular y la supervisión de la publicidad, la información y otras prácticas relacionadas con los alimentos y bebidas no alcohólicas dirigidas a los niños, niñas y adolescentes para reducir y eliminar las enfermedades vinculadas con el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades crónicas conocidas como no transmisibles.

Una de las principales herramientas de dicha ley es la exigencia de consignar advertencias publicitarias respecto al contenido de grasas trans y alto contenido de

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

azúcar, sodio y/o grasas saturadas en las etiquetas de los productos de alimentos procesados: los conocidos octógonos. Los detalles de su implementación se detallan en el Manual de Advertencias Publicitarias, aprobado por el Decreto Supremo N° 012-2018-SA.

Dicho manual dispuso, entre otros aspectos, que dichas advertencias debían rotularse de forma indeleble en la etiqueta y no estar cubiertas de forma parcial o total por ningún otro elemento.

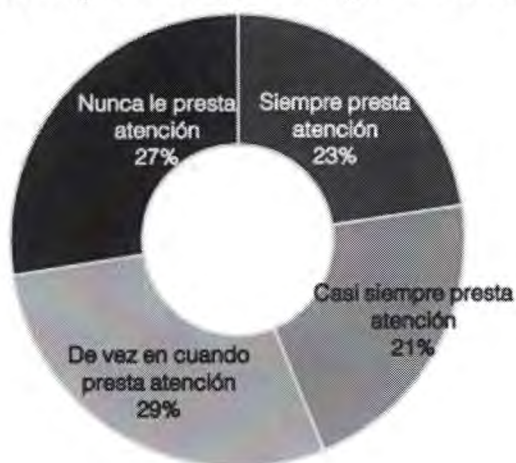
Además, dicho manual permite consignar dichas advertencias publicitarias a través del uso de adhesivos, para productos importados y, posteriormente, para productos elaborados por las MYPE. Estas últimas disposiciones se dispusieron por un plazo determinado y se han venido prorrogando vez tras vez, hasta la fecha, como puede observarse en el siguiente cuadro.

Norma	Disposición	Fin del plazo
DS 012-2018-SA	Da plazo de 6 meses para el uso de adhesivos con las advertencias publicitarias	Diciembre 2019
DS 015-2019-SA	Permite el uso de adhesivos por 1 año a partir de la entrada en vigencia del MAP	Junio 2020
	Permite a las MYPE el uso de adhesivos hasta el 31 de marzo de 2022	Marzo 2022
DS 021-2020-SA	Amplía hasta el 30 de junio de 2021 el plazo que permite el uso de adhesivos	Junio 2021
DS 018-2021-SA	Amplía hasta el 31 de marzo de 2022 el plazo que permite a los productos importados el uso de adhesivos	Marzo 2022
DS 005-2022-SA	Amplía hasta el 31 de diciembre de 2022 el plazo que permite a los productos importados el uso de adhesivos	Diciembre 2022
	Amplía hasta el 31 de diciembre de 2022 el plazo que permite a las MYPE el uso de adhesivos	
DS 022-2022-SA	Amplía hasta el 30 de junio de 2023 el plazo que permite a los productos importados el uso de adhesivos	Junio 2023
	Amplía hasta el 30 de junio de 2023 el plazo que permite a las MYPE el uso de adhesivos	

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Un estudio temprano en el ámbito nacional, urbano y rural, elaborado por CPI (2019), refleja la eficiencia de las advertencias publicitarias, que iniciaron, precisamente, con el uso de adhesivos. Efectivamente, según el estudio, el 73% de las personas encuestadas afirmaron que prestaron algún tipo de atención a los octógonos puestos en los productos.

Respecto a los octógonos en los productos y alimentos envasados



Además, de las personas que prestaron algún tipo de atención a los octógonos, el 47% dejaron de comprar dichos productos, mientras el 51% los compraron con menos frecuencia o en menor cantidad.

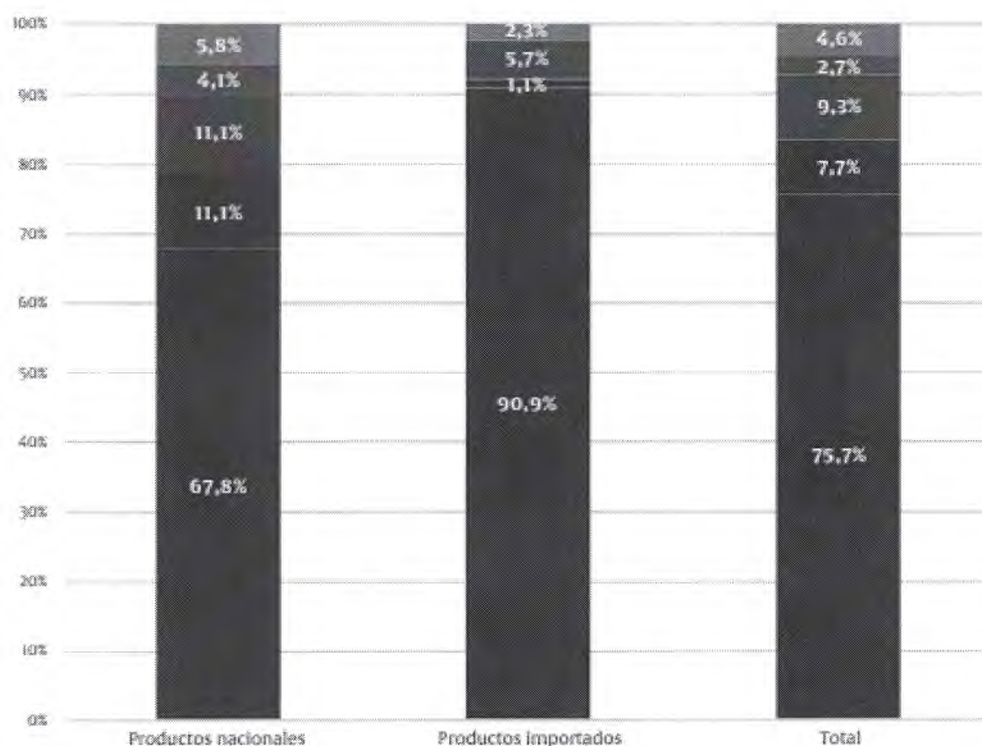
Respecto a los productos con algún octógono:



Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Un estudio posterior elaborado por el MINSA y la OPS/OMS (2021) en Lima Metropolitana, a través de la adquisición y análisis de 259 productos, arrojó que el 68% de productos nacionales y el 91% de productos importados cumplían con incluir una o más advertencias octogonales.

Figura 2. Proporción de productos que incluyen advertencias publicitarias



- No incluyen advertencias y no se pudo verificar si debería llevarlas debido a la ausencia de información en el etiquetado
- No incluyen advertencias aunque deberían llevar la advertencia "CONTIENE GRASAS TRANS"
- No incluyen advertencias porque no superan los umbrales de contenido de nutrientes
- No incluyen advertencias porque la cara frontal o principal de la etiqueta es inferior a 50 cm²
- Incluyen una o más advertencias octogonales

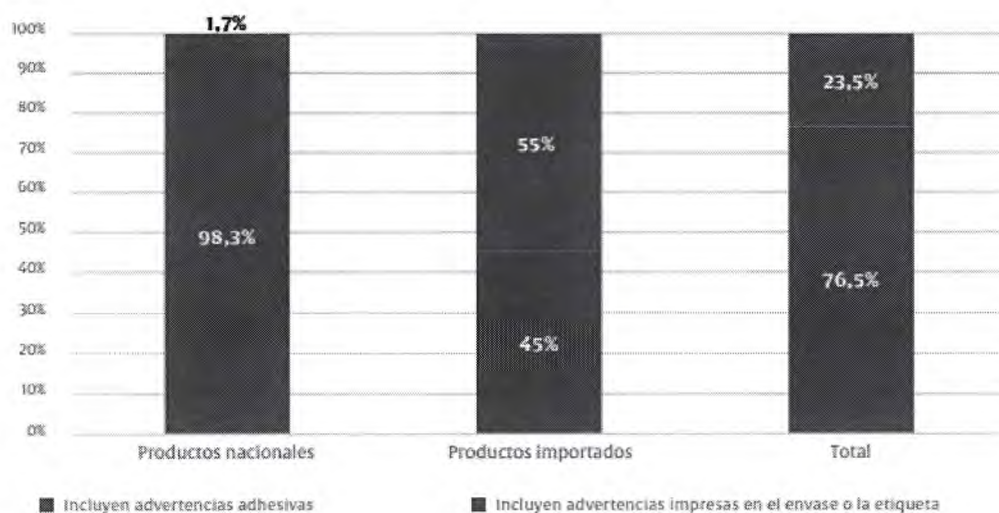
De dichos porcentajes que incluían alguna advertencia, el 93% de los productos nacionales incluían advertencias impresas en el envase o la etiqueta. En los productos importados, el mismo tipo de advertencia impresa alcanzaba el 45%, mientras los adhesivos fueron el 55%.

El estudio concluyó también que dentro de los productos que utilizaban advertencias adhesivas, por alguna razón, el 65% incumplía algún requisito legal,

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

como la omisión de una advertencia adicional (36%), el formato (44%), la ubicación (14%), el tamaño (25%) o la proporción (14%).

Figura 3. Proporción de productos que incluyen advertencias publicitarias, por tipo



1.2 Contenido de la Propuesta

La presente iniciativa busca reforzar las normas respecto a las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, dándole rango de ley y permanencia en el tiempo a disposiciones que los entes técnicos ya han dictado a nivel reglamentario y cuya vigencia se ha venido prorrogando reiteradamente.

En primer lugar, se precisa que el rotulado debe ser indeleble. Es decir, que no pueda ser borrado de la etiqueta. Y además, se precisa que dicho rotulado no debe estar cubierto de forma parcial o total por ningún otro elemento. Dicha precisión que está en el Manual de Advertencias Publicitarias se le da ahora, rango de ley.

En segundo lugar, se da permanencia a la opción de usar adhesivos para consignar las advertencias publicitarias en caso de productos importados y productos elaborados por las MYPE. Estas disposiciones también se encuentran en el Manual de Advertencias Publicitarias y su plazo se viene prorrogando 6 veces en el caso de productos importados y 3 veces en el caso de productos elaborados por las MYPE. Se está agregando que dichos adhesivos deben ser de "difícil remoción".

Por último, se agrega una disposición de control político, para que el Ejecutivo informe anualmente a la Comisión de Salud y Población respecto a los avances en

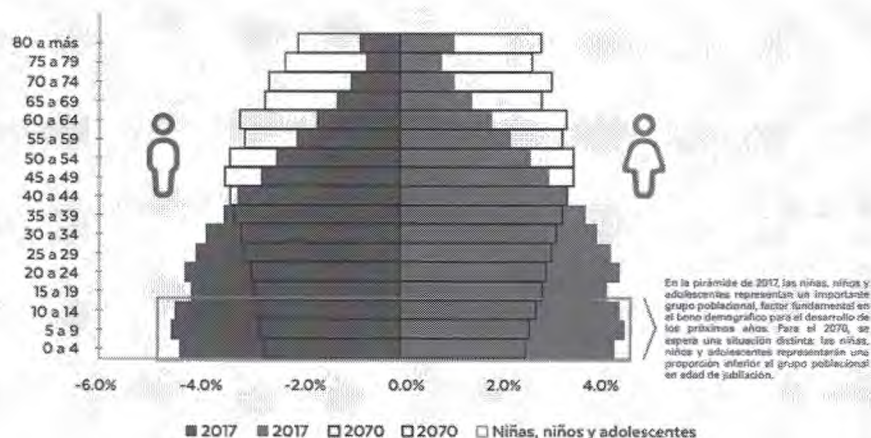
Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

la implementación de la Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños y adolescentes, así como de las modificatorias, como la que se propone. Se plantea que dicho informe se realice en la segunda semana de octubre de todos los años, de manera que coincida con el “Día Mundial de la Alimentación” previsto para el 16 de octubre por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

II. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

Si bien la presente iniciativa busca reforzar la promoción de la alimentación saludable en los más de 33 millones de peruanos, que son potenciales consumidores de productos que deben consignar advertencias publicitarias, consideramos que **esta propuesta incidirá positivamente, principalmente, en nuestros más de 10 millones de niñas, niños y adolescentes** (MCLP, 2019), que como señala UNICEF (2020), constituyen un importante grupo en la pirámide poblacional y factor fundamental en el bono demográfico para el desarrollo de los próximos años si logramos corregir o prevenir la mala alimentación y los males asociados al sobrepeso y a la obesidad que ya hemos referido anteriormente.

Gráfico 1: Pirámide poblacional del Perú, 2017 y 2070



Fuente: INEI (2017 y 2020).
Elaboración: UNICEF, 2020

Así, las medidas a las que se propone elevar a rango de ley y con permanencia en el tiempo, a la luz del estudio realizado por CPI en 2019, seguirán coadyuvando a que los consumidores tengan información suficiente para decidir si dejan de comprar dichos productos, si los compran con menos frecuencia o los compran en menor cantidad.

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Adicionalmente, consideramos que la iniciativa tendrá un impacto positivo en las MIPYMES, que han sido las más golpeadas por la crisis del Covid-19, la crisis económica global y los efectos de la crisis política reciente.

- Impactará positivamente en las MIPYMES importadoras de volúmenes pequeños y lotes parciales, que no tienen capacidad para exigir a sus proveedores extranjeros la impresión de octógonos solamente para el Perú, por lo que continuar, con la seguridad de su permanencia, con la consignación de advertencias publicitarias a través de adhesivos de difícil remoción sería una buena solución para ellas.
- Conforme a información del MINSA y PRODUCE (2022), impactaría positivamente en más de 32,500 MYPE dedicadas a la producción de alimentos y bebidas a nivel nacional.

En efecto, en la exposición de motivos del Decreto Supremo 005-2022-SA, MINSA explica que las MYPE, *por razones de escala, costos, rotación de productos (producción por temporada o intermitentes) o cambios en sus productos (pasar de producir un producto a otro) tienen poca flexibilidad para incorporar cambios en las envolturas o envases de sus productos, lo que conllevaría que 32,540 micro y pequeñas empresas incumplan la norma, generando problemas de permanencia en el mercado.* Nosotros agregaríamos que también y principalmente, de no permitir el uso de adhesivos de difícil remoción, se perjudicaría a los consumidores, niñas, niños y adolescentes, que podrían acceder a dichos productos sin consignar advertencias publicitarias y por tanto sin la información para decidir sobre su consumo.

MINSA refiere como ejemplo a la industria de productos de panadería que concentra el 59.8% del número total de empresas que producen alimentos procesados. *Según cifras del año 2019, en dicho rubro participaban 17,855 micro y pequeñas empresas.* Refiere que la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería afirmó que *las panaderías utilizan envases genéricos para los diferentes productos que elaboran, por lo que si los octógonos deben estar impresos en los empaques (envase para venta de tortas, envase para venta de pasteles, etc.), ello incrementaría significativamente los stocks de materiales de envase, generándose sobrecostos que le restarían competitividad.*

Conforme a esta información, dar rango de ley y permanencia al permiso para el uso de adhesivos de difícil remoción para las advertencias publicitarias, no solo resulta eficiente para informar a los consumidores, sino también razonable para los procesos a cargos de las MYPE que elaboran alimentos y bebidas.

Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

III. IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA

El presente proyecto de ley busca elevar a rango de ley y dar permanencia a normas técnicas ya contenidas en el Manual de Advertencias Publicitarias aprobado por Decreto Supremo N° 012-2018-SA y ampliadas o prorrogadas en diversas ocasiones:

- Se precisa que el rotulado debe ser indeleble, que no pueda ser borrado de la etiqueta.
- Se precisa que dicho rotulado no debe estar cubierto de forma parcial o total por ningún otro elemento.
- Se permite el uso de adhesivos para consignar advertencias publicitarias en productos importados y productos elaborados por las MYPE. Estas disposiciones se han prorrogado 6 veces en el caso de productos importados y 3 veces en el caso de productos elaborados por las MYPE. Se agrega que dichos adhesivos deben ser de "difícil remoción".

De otro lado, se agrega una disposición de control político, para que el Ejecutivo informe anualmente a la Comisión de Salud y Población del Congreso respecto a los avances en la implementación de la Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños y adolescentes, así como de las modificatorias, como la que se propone.

Finalmente, debemos hacer mención que la presente propuesta legislativa concuerda con las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En efecto, la exposición de motivos del Decreto Supremo 005-2022-SA refiere que en el marco del Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC de marzo de 2022, *la Unión Europea, Brasil y Colombia, apoyados por Costa Rica, Chile y Guatemala, presentaron sus preocupaciones comerciales específicas (PCE) sobre este tema. Al respecto, los miembros argumentaron que, si bien Perú ha informado acerca de la prórroga del plazo para la exigencia del etiquetado permanente, esto constituiría solo una solución provisional, argumentando además que existen otros medios para alcanzar el objetivo legítimo que persigue el MAP, como el uso de adhesivos, lo cual es ampliamente empleado en el comercio internacional y se basa en la Norma Codex CODEX STAN 1-1985.*

IV. ALINEAMIENTO CON LAS POLÍTICAS NACIONALES

El presente proyecto de ley se alinea con la 15° política de Estado del Acuerdo Nacional, referido a la promoción de la seguridad alimentaria y nutrición, así como con el punto 63 de la Agenda Legislativa para el período anual de sesiones 2022-2023 aprobada por Resolución Legislativa del Congreso 002-2022-2023-CR.