

**La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi
Lleva adelante 37 investigaciones por publicidad que infringiría
Ley de Alimentación Saludable**

- ✓ **Hasta la fecha, la institución inició, de oficio, tres procedimientos sancionadores.**
- ✓ **Empresas que incumplan con las normas pueden ser sancionadas hasta con 700 UIT.**

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (CCD) del Indecopi informó que, desde la entrada en vigencia de la Ley N° 30021 Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, ha iniciado 37 investigaciones preliminares por la publicidad de algunos productos, que posiblemente estén infringiendo el artículo 8 de la mencionada norma.

La CCD detalló, además, que luego de la evaluación de dichas investigaciones preliminares ha iniciado tres procedimientos sancionadores de oficio.

Abelardo Aramayo, Secretario Técnico de la CCD, explicó que el Indecopi permanentemente supervisa el cumplimiento de la ley y, en ese sentido, verifica los anuncios publicitarios a fin de determinar posibles infracciones cuyas “sanciones pueden llegar a las 700 UIT (unidades impositivas tributarias)”.

De otro lado, refirió que la CCD también cumple un rol promotor. Es por ello que, a inicios del presente año, ha enviado cartas informativas a más de 200 empresas del sector, con la finalidad de informar la entrada en vigencia de las normas sobre Alimentación Saludable.

Asimismo, el Secretario Técnico manifestó que, “desde el lado regulatorio, es importante que el Estado marque presencia para lograr una alimentación saludable, en especial para los niños, niñas y adolescentes, por lo que es determinante que las sanciones e investigaciones puedan ser informadas a la población”.

Esta información fue proporcionada durante el ‘Panel de expertos sobre la puesta en marcha de alimentación saludable’, organizado por el Instituto de Consumo de la Universidad de San Martín de Porres (USMP), que tiene como objetivo conocer el avance y cumplimiento de la referida ley, así como recibir los aportes de la sociedad civil. En la cita participaron la ministra de Salud, Silvia Pessah, y representantes de la Defensoría del Pueblo, de la Organización Panamericana para la Salud (OPS), Unicef, la FAO, entre otros organismos.

Finalmente, es importante destacar que la CCD tiene como labor la fiscalización del cumplimiento de las normas que reprimen la competencia desleal, así como la regulación sobre publicidad comercial.

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016

Glosario

Ley N° 30021: Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes

Artículo 8. Publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas

La publicidad que esté dirigida a niños, niñas y adolescentes menores de 16 años y que se difunda por cualquier soporte o medio de comunicación social debe estar acorde a las políticas de promoción de la salud, no debiendo:

- a. Incentivar el consumo inmoderado de alimentos y bebidas no alcohólicas, con grasas trans, alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas, conforme a lo establecido en la presente Ley.
- b. Mostrar porciones no apropiadas a la situación presentada ni a la edad del público al cual está dirigida.
- c. Usar argumentos o técnicas que exploten la ingenuidad de los niños, niñas y adolescentes, de manera tal que puedan confundirlos o inducirlos a error respecto de los beneficios nutricionales del producto anunciado.
- d. Generar expectativas referidas a que su ingesta proporcione sensación de superioridad o que su falta de ingesta se perciba como una situación de inferioridad.
- e. Indicar como beneficios de su ingesta la obtención de fuerza, ganancia o pérdida de peso, adquisición de estatus o popularidad.
- f. Representar estereotipos sociales o que originen prejuicios o cualquier tipo de discriminación, vinculados con su ingesta.
- g. Crear una sensación de urgencia o dependencia por adquirir el alimento o la bebida no alcohólica, ni generar un sentimiento de inmediatez o exclusividad.
- h. Sugerir que un padre o un adulto es más inteligente o más generoso por adquirir el alimento o bebida que el que no lo hace; tampoco hacer referencia a los sentimientos de afecto de los padres hacia sus hijos por la adquisición o no del producto.
- i. Promover la entrega de regalo, premio o cualquier otro beneficio destinado a fomentar la adquisición o el consumo de alimentos o bebidas no alcohólicas.
- j. Utilizar testimonios de personajes reales o ficticios conocidos o admirados por los niños y adolescentes para inducir a su consumo.
- k. Establecer sugerencias referidas a que se puede sustituir el régimen de alimentación o nutrición diaria de comidas principales, como el desayuno, el almuerzo o la cena.
- l. Alentar ni justificar el comer o beber de forma inmoderada, excesiva o compulsiva.
- m. Mostrar imágenes de productos naturales si estos no lo son.

Las afirmaciones y terminología referidas a la salud o a la nutrición deben estar sustentadas en evidencia científica y pueden ser requeridas en cualquier momento por la autoridad, de oficio o a pedido de cualquier ciudadano.

Lima, 27 de setiembre de 2018

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016