

PROYECTO DE LEY

Expediente 7072-D-2018**Sumario:** ETIQUETADO FRONTAL Y PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS DESTINADAS AL CONSUMO HUMANO. REGIMEN.**Fecha:** 09/11/2018[Texto completo](#)*El Senado y Cámara de Diputados...*

ETIQUETADO FRONTAL Y PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS DESTINADAS AL CONSUMO HUMANO

Capítulo I - Etiquetado informativo y visible

Artículo 1°. Objeto. Establézcase la obligatoriedad de rotular de forma clara y explícita la composición nutricional de los alimentos y bebidas destinadas al consumo humano en territorio argentino, acorde a un modelo de perfil de nutrientes basado en evidencia científica y alineado con las recomendaciones alimenticias de Argentina.

Artículo 2°. Alcance. La presente ley alcanza a todos los productos envasados en ausencia del consumidor final.

Artículo 3°. Objetivos. Son objetivos de la presente ley:

- a) Garantizar el acceso a una información clara, oportuna y veraz de los alimentos y bebidas envasadas destinadas al consumo humano;
- b) Fortalecer la libre elección como derecho de los consumidores;
- c) Fomentar el cuidado de la salud y el derecho a una alimentación saludable y responsable;
- d) Colaborar con la prevención de la malnutrición en la población y la reducción de enfermedades no transmisibles;
- e) Promover acciones educativas para la concientización sobre la importancia de una alimentación saludable y responsable;
- f) Impulsar la soberanía y la seguridad alimentaria.

Artículo 4°. Etiquetado. Será responsabilidad de los fabricantes, productores y distribuidores e importadores que la información suministrada, en los envases o en las etiquetas de sus productos, sea íntegra y veraz. La etiqueta o el envase, deberá:

- a) Incluir los ingredientes que el producto contiene, incluyendo la totalidad de los aditivos, expresados en orden decreciente de proporciones;
- b) Colocar en el frente del envase, con letra clara y legible si el alimento o bebida, por la composición especificada, son considerados "exceso de": grasas saturadas, sodio, azúcar,

calorías, según corresponda, y lo demás que la Autoridad de Aplicación determine;

c) Aclarar si contienen o están compuestos por organismos modificados genéticamente.

Artículo 5°. Prohibiciones de etiquetado. Los alimentos y/o bebidas que contengan al menos una de las clasificaciones consideradas como "exceso de" referidas en el inciso b) del artículo 4° de la presente ley no podrán contener declaraciones nutricionales complementarias que resalten cualidades positivas de los productos en cuestión.

Artículo 6°. Responsabilidad solidaria. Los fraccionadores y comercializadores serán responsables solidarios de las disposiciones de la presente ley.

Artículo 7°. Obligatoriedad de reportar contenido de azúcar. Modifíquese la sección 3.1 del Anexo II de la Resolución conjunta SPRyRS 149/2005 y SAGPyA 683/2005, del Capítulo V del Código Alimentario Argentino, Ley 18.284, la que quedará redactada de la siguiente manera:

"3.1. Será obligatorio declarar la siguiente información:

3.1.1 El contenido cuantitativo del valor energético y de los siguientes nutrientes:

- Carbohidratos
- Azúcares libres
- Proteínas
- Grasas totales
- Grasas saturadas
- Grasas trans
- Fibra alimentaria
- Sodio".

Artículo 8°. Lactancia materna. Los fabricantes y distribuidores de las preparaciones para lactantes deben velar porque se imprima en cada envase o en una etiqueta que no pueda despegarse fácilmente del mismo una inscripción clara, visible y de lectura y comprensión fácil que incluya todos los siguientes puntos:

- a) Las palabras "Aviso importante";
- b) Una afirmación de la superioridad de la lactancia natural;
- c) Una indicación en la que conste que el producto solo debe utilizarse si un agente de salud lo considera necesario y previo asesoramiento de este acerca del modo apropiado de empleo;
- d) Instrucciones para la preparación apropiada con indicación de los riesgos que una preparación inapropiada pueda acarrear para la salud.

Capítulo II- Promoción

Artículo 9°. Definiciones. A los efectos de la presente ley, se entiende por promoción toda clase de comunicación o mensaje comercial concebido para, o que tiene el efecto de, aumentare el reconocimiento, la atracción o el consumo de determinados productos y servicios. Comprende todo aquello que sirve para dar publicidad o promover un producto o servicio.

Artículo 10 °. Prohibiciones. Queda prohibido:

- a) La promoción de los alimentos o bebidas etiquetados como "exceso de azúcares", "exceso de sodio", "exceso de grasas", u otras enumeraciones que la Autoridad de Aplicación determine para los productos de bajo aporte nutricional. Esta prohibición incluye la utilización de productos licenciados o artilugios comerciales tales como juguetes, accesorios, figuritas, adhesivos, tazos, objetos coleccionables, sorteos, figuras o imágenes de deportistas, artistas, personajes animados o famosos, o cualquier otro incentivo similar.
- b) Incorporar mensajes que puedan inducir a equívocos, engaños o falsedades, o que generen una impresión errónea respecto a la naturaleza, composición o calidad del alimento o de la bebida;

Capítulo III- Autoridad de Aplicación

Artículo 11°. Autoridad de Aplicación. La Autoridad de Aplicación de la presente ley será la Secretaría de Salud de la Nación o el organismo que en un futuro la reemplace.

Artículo 12º. Funciones de la Autoridad de Aplicación. Son atribuciones y competencias de la Autoridad de Aplicación:

- a) Implementar un sistema de advertencias para el etiquetado frontal de alimentos y bebidas para el consumo humano, que adaptará la forma de octógonos nutrimentales, de color negro, que deberán ser ubicados de forma visible en el frente de rótulos, etiquetas, envoltorios y/o envases; cuyas leyendas y contenidos nutrimentales se disponen en la presente ley, y deberán ser de fácil lectura y comprensión para la población;
- b) Definir la adopción de un modelo de nutrientes basado en evidencia científica y alineado con las recomendaciones alimenticias para Argentina, en consideración de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). El mismo deberá ser revisado y actualizado, en caso de ser necesario, en un período no superior a los 5 años.
- c) Elaborar en conjunto con el Ministerio de Educación Nacional, con acuerdo con el Consejo Federal de Educación, actividades tendientes a la concientización educativa de los estudiantes para la correcta interpretación del etiquetado, la promoción de la alimentación saludable y la defensa del consumidor;
- d) Proponer el dictado de la reglamentación de la presente Ley e intervenir en su gradual instrumentación mediante el dictado de las resoluciones pertinentes;
- e) Recibir y dar curso a las inquietudes, sugerencias y denuncias de los consumidores;
- g) Monitorear y evaluar el cumplimiento de las disposiciones aquí establecidas, mediante la entrega de informes de implementación periódica al Poder Legislativo a través del Jefe de Gabinete de Ministros, al menos dos veces al año en el marco de sus visitas obligatorias. Dichos informes serán además de carácter público y elaborados conforme a los principios y procedimientos establecidos en la Ley Nacional Nº 27.275 de Acceso a la Información Pública.

Artículo 13 º. Multas y sanciones. Las sanciones por incumplimiento a las disposiciones de esta ley serán establecidos por la Autoridad de Aplicación.

Lo recaudado en razón de multas será destinado a programas, campañas y otras iniciativas que promuevan la educación alimentaria.

Capítulo IV-. Disposiciones generales

Artículo 14 º. Instituciones educativas. Los alimentos y/o bebidas referidos en el artículo 5º no podrán ser expendidos, comercializados, promocionados y/o publicitados dentro de las Instituciones Educativas comprendidas en la Ley 26.206 de Educación Nacional o la norma que en un futuro la reemplace.

Capítulo V- Disposiciones transitorias

Artículo 15 º. Gradualidad. Las disposiciones aquí establecidas empezarán a regir a partir de la sanción de la presente ley, debiéndose cumplir en un plazo no mayor a treinta y seis (36) meses de entrada en vigencia.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) podrán exceder el límite de implementación en un plazo no mayor a los sesenta (60) meses de entrada en vigencia.

Capítulo VI- Disposiciones Finales

Artículo 16 º. Financiamiento. Los gastos que demande el cumplimiento de las disposiciones del presente régimen serán atendidos con los recursos que destine, a tal efecto, la Ley de Presupuesto General de la Administración Pública.

Autorízase al Poder Ejecutivo Nacional a realizar las adecuaciones presupuestarias necesarias para el cumplimiento de la presente ley, durante el ejercicio de entrada en vigencia de la misma.

Artículo 17 º. El Poder Ejecutivo Nacional reglamentará la presente Ley en un plazo de noventa (90) días a contar desde su promulgación.

Artículo 18 º. Se invita a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir a la presente Ley y/o a adecuar sus normativas vigentes.

Artículo 19 °. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

En Argentina, a lo largo de los últimos años, se han llevado a cabo numerosos planes, campañas y programas orientados a la promoción de la salud y el control de enfermedades no transmisibles, como la obesidad. Pero el panorama no ha mejorado y los números son desalentadores.

Desde que asumí mi mandato como Diputada Nacional y luego de participar de numerosos y valiosos espacios de intercambio, formación y debate, presentamos y acompañamos varios proyectos relacionados con la problemática de la obesidad y la alimentación saludable.

Y en esta línea consideramos que nos debemos una revisión urgente sobre nuestras políticas de etiquetado y publicidad de alimentos. Necesitamos consumidores soberanos y autónomos, y esto solo se logra facilitando y acercando información veraz sobre la calidad de los productos que consumimos.

Esta iniciativa recupera esas propuestas e incorpora las observaciones de especialistas, principalmente aquellas presentadas en la “Jornada sobre derechos de los consumidores, etiquetado frontal de alimentos y salud” de agosto de 2018, organizada por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Organización Panamericana de la Salud/ Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) y la Dirección General de Diplomacia Parlamentaria, Cooperación Internacional y Culto de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación (HCDN). Con la supervisión y el apoyo del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), presentamos hoy este proyecto.

Obesidad, publicidad y medios de comunicación

La Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó recientemente que existen cerca de 42 millones de niños y niñas con sobrepeso, de los cuales más del 80% vive en países en desarrollo. Argentina no es ajena a este escenario global. De acuerdo a los datos oficiales de la ahora Secretaría de Salud de la Nación, más del 40% niños, niñas y adolescentes de nuestro país tienen sobrepeso u obesidad y esos números están creciendo.

De igual modo, un informe de investigación realizado por la Fundación Interamericana del Corazón en Argentina (2015) reveló que dos de cada diez publicidades corresponden a alimentos, de las cuales “la mayoría contienen alto contenido de azúcar, grasas y sal”. El informe también observó que las estrategias publicitarias de incluir personajes animados, o personas famosas son más utilizadas durante los programas dirigidos a audiencias infantiles que a aquellos de público general.

“No se ha identificado normativa en Argentina que regule la publicidad de alimentos de bajo contenido nutricional y bebidas azucaradas dirigidas a niños, niñas y adolescentes desde la perspectiva de la prevención de la obesidad infantil y la prevención de enfermedades crónicas. Si bien es cierto la normativa actual vigente brinda un marco adecuado que establece la protección de los niños y niñas de la publicidad engañosa y/o de productos nocivos, las regulaciones no están específicamente en la publicidad de alimentos ni enfocada en la prevención de la malnutrición y/o obesidad infantil” (Fundación Interamericana del Corazón Argentina, 2015).

A partir de este diagnóstico, habitual no solo en nuestro país, la OMS ha recomendado en diversas oportunidades, incluso a través de un informe (2015) elaborado por la Comisión para Erradicar la Obesidad Infantil, avanzar en políticas que tiendan a reducir la exposición de las niñas y los niños a las publicidades de alimentos no saludables, influencia mediática que puede fomentar ciertos hábitos en detrimento de otros.

UNICEF, en un reciente estudio titulado Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas (2015), asegura que “la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) relacionadas ya son epidémicas en toda América Latina, tanto en los adultos como en los niños y adolescentes” (2015, pág. 11). Para controlar y reducir la incidencia del sobrepeso y la obesidad, UNICEF recomienda el desarrollo de políticas y acciones que promuevan la alimentación saludable, mejoren la calidad de los suministros de alimentos y la adopción de regulaciones públicas e intervenciones del mercado.

Una de las estrategias de salud pública que este proyecto propone para resolver el vacío de información o la falta de precisiones nutricionales es el etiquetado frontal de alimentos, también conocido como octógonos nutrimentales o sistemas de advertencias. Este sistema busca ayudar a los consumidores en su elección de alimentos y bebidas industrializadas, con información oportuna y visible, escrita de forma clara y sencilla. Entendemos que el uso del etiquetado frontal aporta datos concretos que facilitan y agilizan el proceso de elección, y favorecerá la incorporación de alternativas más saludables, mejorando la alimentación de una población como la nuestra, con creciente sobrepeso y obesidad.

Derecho a la información

El derecho a la información en la relación de consumo está reconocido en el artículo 42 de nuestra Carta Magna. El citado artículo establece que: “Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno”.

La información como derecho, tal como dispone el texto constitucional, debe ser adecuada y veraz; así como también clara y accesible para toda la ciudadanía. Que sea posible reconocer y comprender la información de los productos, de los alimentos y las bebidas que consumimos, fortalece la propia autonomía para elegir con libertad.

Además del artículo constitucional citado, la ley 24.240 de Defensa del Consumidor, así como su decreto reglamentario 1789/94, complementan la normativa vigente. El objetivo de la normativa en cuestión consiste en la regulación de la relación de consumo entre el proveedor y el consumidor, a los fines de que el primero suministre obligatoriamente, en forma “cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización” (artículo 4º de la Ley 24.240).

Antecedentes normativos internacionales

En los últimos años, diversos países de América Latina han avanzado en la sanción de normativa y la implementación de políticas que buscan generar un cambio significativo en la cultura alimentaria, para favorecer hábitos y pautas de consumo más saludables, así como información más clara sobre los productos disponibles.

En esta línea, cabe destacar los esfuerzos de Brasil, Costa Rica, Uruguay y Ecuador para mejorar la alimentación en entornos escolares. El etiquetado frontal de alimentos envasados es obligatorio en Perú y, desde 2016, en Chile. Recientemente, el gobierno de Uruguay aprobó un proyecto de ley que establece el rotulado frontal, convirtiéndose entonces en el tercer país en la Región en establecer un sistema de advertencias sobre los altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas que pueden presentar los alimentos envasados.

Este proyecto se elaboró en sintonía con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), compromisos contraídos por Argentina y el resto de la comunidad internacional para cumplir y alcanzar plenamente los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); y específicamente el número dos, Hambre Cero, que busca terminar con todas las formas de hambre y desnutrición para 2030 y velar por el acceso de todas las personas, en especial de los niños y niñas, a una alimentación

suficiente y nutritiva durante todo el año, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible.

Actualmente, en el mundo, la nutrición deficiente provoca casi la mitad (45%) de las muertes de niños menores de 5 años: son 3,1 millones de niños al año (ONU, 2017). Incluso, uno de cada cuatro niños padece retraso del crecimiento, proporción que en países en desarrollo, como el nuestro, la proporción puede ascender a uno de cada tres.

Si queremos justamente alcanzar la meta para 2030 “de poner fin a todas las formas de malnutrición”, erradicar “el retraso al crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años” y “abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad” para 2025, necesitamos de manera urgente pensar y proponer políticas a largo plazo que busquen fortalecer la alimentación saludable, nutritiva y suficiente.

El proyecto aquí presentado busca un avance en ese sentido: mejorar la información suministrada a la población, completar la información nutricional que se difunde en los envases a partir de estrategias más accesibles y visibles así como también prohibir publicidades dirigidas a niños, niñas y adolescentes.

La experiencia internacional indica que los conflictos de interés son unas de las variables críticas en la implementación de políticas efectivas. Es por ello que consideramos que la Secretaría de Salud debe funcionar como Autoridad de Aplicación de la normativa que ponemos a consideración.

Legislación local

En cuanto a la normativa nacional, el Código Alimentario Argentino (Ley 18.284) y sus normas complementarias establecen en el capítulo V -Artículos 220 al 246- ciertas pautas para la rotulación y la publicidad de los alimentos. Estos lineamientos, sin embargo, consideramos que son insuficientes: para la declaración de los ingredientes, por ejemplo, no es obligatorio declarar la cantidad de azúcares o bien, este grupo puede incluirse como porcentaje total de los carbohidratos, sin desglosar la información. Específicamente, en el Código Alimentario se determina que: “La cantidad de azúcares, polialcoholes, almidón y otros carbohidratos podrá indicarse también como porcentaje del total de carbohidratos”, pauta que resulta sumamente confusa.

De igual modo, la normativa que protege el consumidor respecto a los organismos genéticamente modificados (OGM) en Argentina es mínima. Por definición, un OGM es aquella planta, animal, hongo o bacteria a la que se le ha agregado por ingeniería genética uno o unos pocos genes con el fin de producir proteínas de interés industrial o bien mejorar ciertos rasgos, como la resistencia a plagas, la calidad nutricional, entre otros. En otras palabras, son productos cuyo material genético fue modificado o alterado de un modo artificial. A diferencia de países de la Unión Europea, China, Japón, Suiza, Brasil, la normativa argentina vinculada al etiquetado de los alimentos tampoco permite distinguir una especie transgénica de una orgánica.

La información es un derecho ciudadano, amparado en primer lugar por nuestra Constitución y apoyado ampliamente por sucesivas disposiciones, acuerdos y compromisos. Es claro que una decisión fundada en información y conocimiento, permite una elección más autónoma. Este proyecto busca justamente fortalecer y alentar hábitos de alimentación saludable, a partir de garantizar el acceso a una información oportuna, accesible y veraz de los alimentos y bebidas destinadas al consumo humano. Incluso, el proyecto pretende fomentar el cuidado de la salud y el derecho a una alimentación saludable y responsable, promoviendo acciones educativas para la concientización de la importancia de generar este tipo de hábitos. Así también y prohibiendo la publicidad de alimentos no saludables dirigidas a niños y niñas, se espera colaborar con la prevención de la malnutrición y la reducción de enfermedades no transmisibles.

Estos temas nos atraviesan como ciudadanos, como consumidores. Argentina está en un problema y las cifras nos interpelan. Existen excelentes proyectos pero no han tenido el

acompañamiento para concretarse.

La prevención del sobrepeso y la obesidad es un tema de salud pública y un derecho humano profundamente relacionado con la protección de la niñez. Es por ello que solicito a mis pares acompañen la presentación de este proyecto de ley.

FIRMANTES		
Firmante	Distrito	Bloque
PITIOT, CARLA BETINA	CIUDAD de BUENOS AIRES	FEDERAL UNIDOS POR UNA NUEVA ARGENTINA
MASSETANI, VANESA LAURA	SANTA FE	FEDERAL UNIDOS POR UNA NUEVA ARGENTINA

GIRO A COMISIONES EN DIPUTADOS
Comisión
DEFENSA DEL CONSUMIDOR, DEL USUARIO Y DE LA COMPETENCIA (Primera Competencia)
ACCION SOCIAL Y SALUD PUBLICA
INDUSTRIA

Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina | Congreso de la Nación Argentina | Av. Rivadavia 1864 - Ciudad Autónoma de Bs. As. (C.P.C1033AAV) | + 54 11 6075-7100

Nota: La información contenida en este sitio es de dominio público y puede ser utilizada libremente. Se solicita citar la fuente.