

CONGRESO DE LA REPUBLICA
Dpto. de Redacción, Agenda y Actas
DOCUMENTO RECIBIDO EN SALA
02 MAYO 2013
RECIBIDO
Hora: 17:59h.
Firma:

TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN
RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR
CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL
CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION
DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA
NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

CONGRESO DE LA REPUBLICA
AREA DE TRAMITE DOCUMENTARIO
02 MAYO 2013
RECIBIDO
Firma: Hora: 18:10 pm

**Comisión de Defensa del Consumidor y
Organismos Reguladores de los Servicios Públicos.**

TEXTO SUSTITUTORIO
(02 de Mayo 2013)

**LEY DE PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE
PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES**

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto la promoción y protección efectiva del derecho a la salud pública, al crecimiento y desarrollo adecuado de las personas, a través de las acciones de educación, fortalecimiento y fomento de la actividad física, implementación de kioscos y comedores saludables en las instituciones de educación básica regular y la supervisión de la publicidad, 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 y obesidad y enfermedades crónicas conocidas como no transmisibles.

Artículo 2. Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en la presente Ley, son de aplicación a todas las personas naturales y jurídicas que comercialicen, importen, suministren y fabriquen alimentos procesados, así como al anunciante de dichos productos.

Están excluidos de la misma, los alimentos y bebidas no alcohólicas en estado natural, no sometidas a proceso de industrialización.

Artículo 3. Glosario

Para la aplicación de la presente Ley, se entiende por:

Alimentación Saludable. Es una alimentación variada, **preferentemente en estado natural o con procesamiento mínimo**, que aporta energía y todos los nutrientes esenciales que cada persona necesita para mantenerse sana, permitiéndole una mejor calidad de vida en todas las edades.

Bonificación, regalo o premio. Todo bien, producto, servicio o beneficio ofrecido de forma gratuita u onerosa, por adquirir el alimento o bebida **no alcohólica**.

S/M
En debate
2/05/2013
F: 56
C: 38
A: 3
APROBADO
por votación
EXONERACIÓN
de VOTACIÓN
F: 57
C: 40
A: 1
APROBADO

TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN
RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR
CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL
CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION
DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA
NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

Promoción de ventas. Toda aquella acción destinada a incentivar la transacción de bienes o servicios en condiciones de oferta excepcionales y temporales, que aparecen como más ventajosas respecto de las condiciones de la oferta ordinaria o estándar. Puede consistir en la reducción de precios, incremento de cantidad, concursos, sorteos, canjes u otros similares.

Publicidad. Toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de concurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales.

Publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes: Es aquella, que por su contenido, argumentos, gráficos, música, personajes, símbolos y tipo de programa en el que se difunde sean atractivos y están dirigidos preferentemente a menores de 16 años.

Anunciante. Persona, natural o jurídica, que desarrolla actos cuyo efecto o finalidad directa o indirecta sea concurrir en el mercado y que, por medio de la difusión de publicidad, se propone: i) ilustrar al público, entre otros, acerca de la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituye el objeto de su actividad; o, ii) motivar transacciones para satisfacer sus intereses empresariales.

Publicidad testimonial. Toda publicidad que puede ser percibida por el consumidor como una manifestación de las opiniones, creencias, descubrimientos o experiencias de un testigo, a causa de que se identifique el nombre de la persona que realiza el testimonial o ésta sea identificable por su fama o notoriedad pública.

Publicidad en Producto. A toda publicidad fijada en el empaque, en el envase o en el cuerpo del producto.

Artículo 4. Promoción de la educación nutricional

4.1 El Ministerio de Educación promueve la enseñanza de la alimentación saludable, incorpora en el diseño curricular nacional de la educación básica regular y los no escolarizados, programas de promoción de hábitos alimentarios que contribuyan a mejorar los niveles de nutrición.

4.2 El Ministerio de Salud en coordinación con el Ministerio de Educación realizan campañas y charlas informativas para promover la alimentación saludable y mejorar los hábitos alimentarios de la población, dirigida especialmente a los alumnos y padres de familia.


TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN
RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR
CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL
CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION
DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA
NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

4.3 El Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud difunden y promocionan, a nivel nacional, las ventajas de la alimentación saludable en los medios de comunicación masiva y el consumo de alimentos naturales con alto contenido nutricional.

Artículo 5. Observatorio de Nutrición y de Estudio del Sobrepeso y Obesidad.

5.1 Declárese de interés la creación del *Observatorio de Nutrición y de Estudio del Sobrepeso y Obesidad*, a cargo del Ministerio de Salud, como herramienta de monitoreo, que permita suministrar información y hacer el análisis periódico de la situación nutricional de la población infantil, de la evolución de la tasa de sobrepeso y obesidad en los niños, niñas y adolescentes y la cuantificación de sus efectos.

5.2 El Observatorio de Nutrición y de Estudio del Sobrepeso y Obesidad, tiene las siguientes funciones:

- 
- a) Recaba información sobre el ambiente obesogénico, los hábitos alimentarios y la actividad física considerando el género y los diversos grupos socioeconómicos a nivel nacional.
 - b) Suministra información a todas las entidades que lo soliciten de la incidencia y prevalencia de sobrepeso y obesidad y sus factores determinantes.
 - c) Realiza el seguimiento y la evaluación de la efectividad e impacto en la salud pública, de las medidas adoptadas e implementadas en las políticas públicas para mejorar los niveles de nutrición y promover la actividad física.
 - d) Elabora un informe anual sobre el seguimiento y evaluación de las estrategias adoptadas como políticas públicas, que remite en el primer trimestre del año siguiente a la Comisión de Salud y Población y a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República.
 - e) **Difunde un resumen del informe anual a través de los medios de comunicación masiva a nivel nacional.**

Artículo 6. Los ambientes y la promoción de una alimentación saludable

6.1 Las instituciones de educación básica regular pública y privada en todos sus niveles y en todo el territorio nacional, promueven los “**kioscos y comedores escolares saludables**”, conforme a las normas que, para este efecto, dicta el Ministerio de Educación en coordinación con el Ministerio de Salud, el Ministerio de Agricultura, los gobiernos locales y los gobiernos regionales.

6.2 Los kioscos y los comedores escolares brindan **exclusivamente** alimentos y bebidas saludables, conforme a los estándares que establece el Ministerio de Salud, a través de un listado de alimentos adecuados para cada edad, **basado en el reglamento.**

TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.


6.3 Los establecimientos de salud públicos y privados promueven “kioscos y comedores saludables.”

Artículo 7. La promoción del deporte y la actividad física

- 7.1 Las instituciones de educación básica regular en todos sus niveles promueven la práctica de la actividad física de los alumnos en la cantidad mínima diaria establecida para cada edad.
- 7.2 Los gobiernos locales en el marco de sus competencias fomentan la implementación de juegos infantiles en parques y espacios públicos.

Artículo 8. Publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas

La publicidad que esté dirigida a los 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 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 pueda 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 bebida no alcohólica, ni generar un sentimiento de inmediatez o exclusividad.
 - h) Sugerir que un padre o adulto por adquirir el alimento o bebida es más inteligente o más generoso que el que no lo hace, tampoco deben 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

TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

- 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 éstos no lo contienen.**

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

Artículo 9. Principio de veracidad publicitaria.

Los mensajes publicitarios deben ser claros, objetivos y pertinentes, teniendo en cuenta que el público infantil y adolescente no tiene la capacidad ni experiencia suficiente para valorar o interpretar debidamente la naturaleza de dichos mensajes.

Las imágenes, diálogos y sonidos que se utilicen en la publicidad de los alimentos y bebidas, deben ser precisos en cuanto a **las** características del producto y cualquier atributo que se pretenda destacar, así como su sabor, color, tamaño, contenido, peso, propiedades nutricionales, de salud u otros.

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 debe consignar 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”

Dicha advertencia publicitaria será aplicable a los alimentos y bebidas no alcohólicas que superen los parámetros técnicos establecidos en el reglamento.

Artículo 11. Fiscalización y sanción

La autoridad encargada del cumplimiento de lo establecido **en el artículo 8 y 10 de la presente ley**, en cuanto a publicidad es la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) y las respectivas Comisiones de las oficinas regionales, en las que se hubieran

TEXTO SUSTITUTORIO DEL DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 774/2011-CR, 775/2011-CR, Y 1038/2011-CR CON UN TEXTO SUSTITUTORIO MEDIANTE EL CUAL SE PROPONE LA LEY DE PROMOCION DE LA ALIMENTACION SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

desconcentrado sus funciones, aplicando para el efecto lo establecido en el Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

La autoridad encargada de fiscalizar el cumplimiento de las normas de promoción de la educación en alimentación saludable, ambientes escolares libres de alimentos no saludables y la promoción del deporte y la actividad física en los centros educativos en el país es el Ministerio de Educación, los gobiernos regionales y las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL) en sus respectivas jurisdicciones. El Ministerio de Educación emite las normas específicas para el cumplimiento de la fiscalización a cargo de los órganos regionalizados, con la participación de los gobiernos locales.

DISPOSICION COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

Primera.- Sobre la reglamentación de los parámetros técnicos


Los parámetros técnicos sobre los alimentos y bebidas no alcohólicas referentes al alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas, serán elaboradas por el Ministerio de Salud vía reglamento en un plazo no mayor a 60 días calendarios a partir de la vigencia de la presente ley y estarán basados en el conjunto de recomendaciones emitidas por el organismo intergubernamental en salud: Organización Mundial de la Salud – Organización Panamericana de la Salud OMS - OPS.

En cuanto a los alimentos con contenido de grasas trans el reglamento establecerá un proceso gradual de reducción hasta su eliminación, conforme a los parámetros técnicos y plazos que establezca.

Segunda: Plazo de Implementación

Los proveedores, propietarios o administradores de kioscos y comedores escolares, así como las empresas de alimentos se adecuan a lo dispuesto en la presente Ley en un plazo no mayor de 60 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la entrada en vigencia del reglamento. **Con excepción de los artículo 8 inc. a) y 10 que entran en vigencia a los 120 días calendarios, contados a partir de la vigencia del reglamento.**




AGUSTÍN MOLINA MARTÍNEZ
PRESIDENTE
Comisión de Defensa del Consumidor y
Organismos Reguladores de los Servicios Públicos