

REGLAMENTO PARA LA AUTORIZACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS

(Acuerdo No. 00000040)

EL SEÑOR MINISTRO DE SALUD PÚBLICA

Considerando:

Que, la Constitución de la República del Ecuador manda:

"Art. 32.- La Salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir".

"Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características".

"Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore".

"Art. 361.- El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad sanitaria nacional, será responsable de formular la política nacional de salud, y normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector.";

Que, la Ley Orgánica de Salud ordena:

"Art. 6.- Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública:...

21. Regular y controlar toda forma de publicidad y promoción que atente contra la salud e induzcan comportamientos que la afecten negativamente".

"Art. 48.- La publicidad de bebidas alcohólicas por ningún motivo se vinculará a la salud, al éxito deportivo o a la imagen de la mujer como símbolo sexual. La autoridad sanitaria nacional vigilará y controlará el cumplimiento de esta disposición."

"Art. 143.- La publicidad y promoción de los productos sujetos a registro sanitario deberá ajustarse a su verdadera naturaleza, composición, calidad u origen, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios, lo cual será controlado por la autoridad sanitaria nacional";

Que, la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria en el Art. 28 inciso tercero establece que las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación;

Que, la Ley de Defensa al Consumidor en el Art. 6 prohíbe toda forma de publicidad engañosa o abusiva que induzca a error en la elección del bien de consumo afectando el derecho del consumidor; y,

En ejercicio de las atribuciones concedidas por los artículos 151 y 154 de la Constitución de la República del Ecuador y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

Acuerda:

Expedir el REGLAMENTO PARA LA AUTORIZACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS.

Título I OBJETIVO, ALCANCE Y DEFINICIONES

Capítulo I OBJETIVO Y ALCANCE

Art. 1.- (Reformado por el Art. 3 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).- El presente reglamento regula el control y la vigilancia de la publicidad y promoción de alimentos procesados para el consumo humano, para garantizar el derecho constitucional de las personas a la información precisa y no engañosa sobre el contenido y características de los alimentos procesados, que permita al consumidor la correcta elección para su adquisición y consumo.

Art. 2.- Las disposiciones establecidas en el presente reglamento rigen en todo el territorio nacional para la publicidad y promoción de alimentos procesados.

Capítulo II DEFINICIONES

Art. 3.- Para efectos de las disposiciones del presente reglamento se entenderá por:

Alimento dietético, es aquel que ha sufrido en su elaboración alguna modificación química, física o biológica, que lo hace apto para regímenes alimenticios especiales.

Alimento poco saludable, es el que tiene un alto contenido de grasa, azúcares o sal y bajo contenido de nutrientes esenciales.

Alimento enriquecido, es aquel alimento al cual se le han agregado aminoácidos esenciales, vitaminas, sales minerales, ácidos grasos indispensables u otras sustancias nutritivas en forma pura o como componentes de algún otro ingrediente con el propósito de aumentar o agregar su valor nutricional.

Alimentos para regímenes especiales, son aquellos elaborados o preparados especialmente para satisfacer necesidades particulares de nutrición determinadas por condiciones físicas, fisiológicas o metabólicas específicas. Su composición deberá ser sustancialmente diferente de la de los alimentos comunes de naturaleza análoga en caso de que tales alimentos existan.

Anunciante, es quien utiliza la publicidad para dar a conocer las características o beneficios de sus productos y servicios.

Publicidad o propaganda de alimentos, es una herramienta de la mercadotecnia que utiliza el proveedor de bienes de consumo, para dar a conocer o anunciar al consumidor, información precisa y no engañosa de un producto con relación a su composición y características, a fin de promover y fomentar la adquisición con conocimiento y libertad, mediante cualquier medio idóneo de comunicación para precautelar la seguridad personal y colectiva con criterios éticos de propaganda.

Publicidad prohibida, son todas las formas de publicidad engañosa o abusiva que subestima la presencia de ingredientes poco saludables y sobreestima la presencia de cantidades insignificantes de nutrientes, con el único propósito de mejorar sus ventas, induciendo a la elección errónea o al consumo indiscriminado del bien, sin responsabilidad sobre los efectos en la salud del consumidor.

Promoción de alimentos, es un plan integral de marketing con incentivos a corto plazo para apoyar a la publicidad y lograr el aumento de las ventas de alimentos que oferta.

Alimentos para lactantes, producto fabricado para satisfacer, por sí solo o de forma complementaria, las necesidades nutricionales de los lactantes, a partir de los seis meses de vida.

Lactante, por lactante se entiende los niños de 0 a 24 meses cumplidos.

Título II DE LA PUBLICIDAD O PROPAGANDA

Capítulo I DISPOSICIONES COMUNES

Art. 4.- La publicidad destinada a ser difundida en el territorio nacional, se ajustará a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Salud y este reglamento.

Art. 5.- La publicidad debe ser divulgada en idioma español, en términos claros y fácilmente comprensible para el público al que va dirigida.

Art. 6.- La publicidad de alimentos procesados no deberá desvirtuar ni contravenir las disposiciones que establezca el Ministerio de Salud Pública en materia de educación nutricional, higiene y salud.

Art. 7.- La publicidad estará fundamentada específicamente en las características o especificaciones del alimento aprobadas en el registro sanitario.

Art. 8.- La publicidad de los alimentos procesados sujetos a registro sanitario deberá ajustarse a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y cantidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios.

Art. 9.- (Derogado por el Art. 4 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).-

Art. 10.- No se utilizará en la publicidad designaciones de países, regiones, sociedades u organizaciones científicas, denominaciones comerciales acreditadas para distinguir productos similares de otro origen o naturaleza.

Art. 11.- En materia de publicidad de alimentos procesados se prohíbe:

- a) Inducir o promover hábitos de alimentación nocivos para la salud;
- b) Afirmar que el producto llena por sí solo los requerimientos nutricionales;
- c) Atribuir a los alimentos industrializados un valor nutritivo superior o distinto al que tengan;
- d) Realizar comparaciones en menoscabo de las propiedades de los alimentos naturales;
- e) Indicar o sugerir que el consumo de un alimento procesado es un factor que determina características físicas, intelectuales o sexuales de los individuos;
- f) Exagerar las características o propiedades de los alimentos procesados;
- g) Asociar, directa o indirectamente, el consumo de alimentos procesados con el consumo de bebidas alcohólicas;
- h) Declarar propiedades saludables que no puedan comprobarse o atribuir propiedades preventivas o acción terapéutica para aliviar, tratar o curar una enfermedad;
- i) Sugerir, explícita o implícitamente, que el producto cuenta con ingredientes o propiedades de las cuales carezca;
- j) Realizar comparaciones entre productos;
- k) La utilización de menores de edad en el material publicitario; y,
- l) La utilización de imágenes que idealicen el producto.

Art. 12.- No se podrá realizar publicidad que propicie atentar o poner en riesgo la seguridad, integridad física o mental y/o dignidad de las personas.

Art. 13.- La publicidad de alimentos procesados deberá incluir mensajes preventivos sobre la condición del producto, así como mensajes promotores de una alimentación equilibrada o de fomento de buenos hábitos higiénicos.

Art. 14.- Queda prohibida toda forma de publicidad engañosa o abusiva que tiene el propósito de inducir a error en la elección del alimento, afectando los intereses y derechos del consumidor.

Art. 15.- Es indispensable que en la publicidad de los alimentos procesados se incluyan indicaciones de manipulación correcta del producto, y se promueva la práctica de deportes y el consumo de alimentos naturales.

Art. 16.- La autoridad sanitaria aplicará restricciones a la publicidad de los alimentos procesados con altos niveles de

grasa, azúcar y sal, a fin de que no influya sobre los consumidores, en especial de los menores de edad.

Art. 17.- En la publicidad de bebidas energizantes u otros productos similares se controlará la inclusión de la advertencia descrita a continuación y que tiene incidencia directa sobre la salud de las personas por el consumo de los mismos:

"Producto no recomendado para diabéticos, menores de edad, mujeres embarazadas, personas sensibles a la cafeína, personas de edad avanzada, con enfermedades cardiovasculares y gastrointestinales":

Art. 18.- No podrán ser objeto de publicidad a menores de edad, en los establecimientos educativos, los alimentos calificados de alto contenido de nutrientes que son indicadores de exceso, de acuerdo al Reglamento de Bares Escolares.

Capítulo II

PUBLICIDAD DE ALIMENTOS PARA LACTANTES

Art. 19.- Está prohibida la publicidad, por cualquier medio de comunicación, de alimentos para lactantes menores de 6 meses de vida.

Art. 20.- (Reformado por el Art. 5 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).- Para realizar la publicidad de los alimentos para lactantes después de los seis meses de edad, se requiere cumplir con requisitos específicos determinados por la Autoridad Sanitaria Nacional.

Art. 21.- En la publicidad de alimentos para lactantes debe observarse lo siguiente:

- El fomento de la lactancia materna, con la inclusión obligatoria del siguiente mensaje: "La leche materna es el mejor alimento para la salud y nutrición de su lactante, por ser el único alimento completo, accesible e irremplazable. Este producto no debe ser la única fuente de alimentación para su lactante".

- Incluir información sobre el manejo correcto de los alimentos para lactantes, su preparación y los cuidados específicos antes de su consumo.

Art. 22.- (Reformado por el Art. 6 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).- El Ministerio de Salud Pública suspenderá la publicidad de alimentos para lactantes, cuando no se ajuste a los requisitos establecidos en este reglamento.

Art. 23.- Se prohíbe el auspicio de empresas privadas comercializadoras de alimentos para lactantes en eventos del sector público.

Capítulo III

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Art. 24.- En la publicidad de bebidas alcohólicas, por ningún motivo se vinculará a la salud, al éxito deportivo o a la imagen de la mujer como símbolo sexual. La autoridad sanitaria nacional vigilará y controlará el cumplimiento de esta disposición.

Art. 25.- La publicidad de las bebidas alcohólicas debe llevar la advertencia sobre su carácter nocivo para la salud.

Art. 26.- (Reformado por el Art. 7 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).- En la publicidad de bebidas alcohólicas se prohíbe que:

- Promueva un consumo excesivo.

- Asocie el consumo con actividades educativas, deportivas, del hogar o del trabajo.

- Asocie el consumo del producto a través de sorteos, concursos o coleccionables.

- Se utilice a deportistas reconocidos, o a otras personas con el fin de promocionar equipos, vestuarios o implementos deportivos u otros objetos.

- Asocie el consumo con celebraciones cívicas, religiosas o tradicionales.

- Atribuya al producto propiedades sedantes, estimulantes o desinhibidoras.

Art. 27.- Toda publicidad de bebidas alcohólicas debe incluir la frase: "Advertencia. El consumo excesivo de alcohol limita su capacidad de conducir y operar maquinarias, puede causar daños en su salud y perjudica a su familia. Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Venta prohibida a menores de 18 años".

Capítulo IV

REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD

(Derogado por el Art. 8 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).-

Título III DE LA PROMOCIÓN

Capítulo I DISPOSICIONES COMUNES

Art. 32.- Toda forma de promoción de alimentos procesados, debe ser previamente autorizada por la Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Dirección General de Salud, observando el cumplimiento de las condiciones y requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Salud y el presente reglamento.

Art. 33.- La base fundamental para la promoción de alimentos procesados es el registro sanitario del producto, así como su etiqueta aprobada.

Art. 34.- Esta prohibido incluir dentro del envase primario que contiene el alimento procesado, cualquier objeto o material que no forme parte de la composición del producto.

Art. 35.- Se prohíbe promocionar alimentos en cualquier presentación para lactantes menores a seis meses de vida.

Art. 36.- Se prohíbe la promoción de productos alimenticios para lactantes a través de la distribución o entrega gratuita de los mismos.

Art. 37.- Se prohíbe la promoción de productos alimenticios para lactantes a través de regalos o cualquier otro tipo de incentivo por la compra de estos alimentos.

Art. 38.- Se prohíbe la entrega a menores de edad, a título gratuito, de alimentos calificados de alto contenido de nutrientes que son indicadores de exceso, de acuerdo al Reglamento de Bares Escolares.

Capítulo II DE LA AUTORIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN

(Derogado por el Art. 9 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012).-

Título IV DE LA VIGILANCIA Y CONTROL, MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SANCIONES

Capítulo Único

Art. 42.- Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública controlar toda forma de publicidad y promoción que atente contra la salud e induzcan comportamientos que la afecten negativamente.

Art. 43.- La Dirección de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria podrá verificar en todo momento que la publicidad y promoción que se difunda en cualquier medio, corresponden a aquellas aprobadas por la Autoridad Sanitaria Nacional, sobre la base de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Salud y este reglamento.

Art. 44.- (Derogado por el Art. 3 de la Res. 00001709 publicada en el R.O. 807, 10-X-2012).-

Art. 45.- Las sanciones para las infracciones a las disposiciones del presente Reglamento serán las establecidas en la Ley Orgánica de Salud, y demás normativa aplicable.

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Corresponde a la Dirección General de Salud, a la Dirección de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria y a las direcciones provinciales de salud la vigilancia y el control del cumplimiento de este reglamento.

Segunda.- El Ministerio de Salud Pública coordinará con el Ministerio de Educación, a fin de que en las instituciones educativas se impartan conocimientos del valor nutritivo de los alimentos, incluyendo los alimentos ancestrales.

El presente acuerdo ministerial entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito, a 17 de enero del 2011.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS EN ACUERDOS REFORMATARIOS

(Agregado por Disposición Transitoria Segunda Acuerdo 00000259 R.O. 427, 14-IV-2011)

Primera.- (Reformado por el Art. 1 del Acdo. 0000000097, R.O. 484, 5-VII-2011).- El Ministro de Salud Pública

mediante acuerdo ministerial expedirá dentro del término de sesenta (60) días a partir de la vigencia del referido reglamento, el instructivo general para su aplicación.

Finalizado dicho término, se exigirá el cumplimiento obligatorio de las disposiciones contenidas en el Reglamento para la Autorización y Control de la Publicidad y Promoción de Alimentos Procesados y su Instructivo General de Aplicación.

FUENTES DE LA PRESENTE EDICIÓN DEL REGLAMENTO PARA LA AUTORIZACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS

- 1.- Acuerdo 00000040 (Registro Oficial 388, 18-II-2011)
- 2.- Acuerdo 00000259 (Registro Oficial 427, 14-IV-2011)
- 3.- Acuerdo 000000097 (Registro Oficial 484, 5-VII-2011).
- 4.- Acuerdo 00001709 (Registro Oficial 807, 10-X-2012).