

# Cumplimiento de la normativa de inclusión de advertencias publicitarias en envases de productos alimenticios en el Perú

ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD • JUNIO 2021

## Antecedentes

El 17 de mayo del 2013, el Perú aprobó la Ley N° 30021 de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes<sup>1</sup>, que exige la inclusión de advertencias publicitarias en productos alimenticios y bebidas no alcohólicas que superen los parámetros técnicos establecidos en el Reglamento de la Ley N° 30021<sup>2</sup> y en el Manual de Advertencias Publicitarias<sup>3</sup>.

El Manual de Advertencias Publicitarias, aprobado por el Decreto Supremo N° 012-2018-SA y sus respectivas normas modificatorias, especifica que las advertencias deben rotularse de forma indeleble en la etiqueta y que no podrán estar cubiertas de forma parcial o total por ningún otro elemento. Se exige también que dichas advertencias sean consignadas de manera clara, legible, destacada y comprensible en la cara frontal de la etiqueta del producto. Asimismo, se autorizó el uso provisional de adhesivos para la inclusión de las advertencias durante un período de seis meses después de su entrada en vigencia. El 15 de junio del 2019, mediante el Decreto Supremo N° 015-2019-SA, la autorización se extendió hasta los 12 meses y hasta el 31 de marzo del 2022 para las microempresas y las pequeñas empresas. Posteriormente, el 12 de junio del 2020, mediante el Decreto Supremo N° 021-2020-SA, se amplió el plazo inicial doce meses más hasta el 30 de junio del 2021.

En marzo del 2021, el Ministerio de Salud del Perú y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) decidieron llevar a cabo un estudio para analizar la inclusión de las advertencias publicitarias en los envases o etiquetas de productos según los requisitos de la normativa vigente.

El estudio analizó el cumplimiento de los numerales y los parámetros técnicos nutricionales establecidos en el Manual de Advertencias Publicitarias en relación con la inclusión de las advertencias y la aplicación del diseño gráfico definido por la normativa (figura 1). También se comparó el cumplimiento según la procedencia del producto, las características gráficas y los materiales usados en la inclusión de las advertencias.

Figura 1. Advertencias establecidas en el Manual de Advertencias Publicitarias<sup>3</sup>



1 República del Perú. Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. Perú: El Peruano; 2013. Disponible en <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30021.pdf>.  
 2 República del Perú. Decreto Supremo N° 017-2017-SA. Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. Perú: El Peruano; 2017. Disponible en [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/5289E04A2A160ABD052581A10070E6CE/%24FILE/2\\_decreto\\_supre\\_017\\_de\\_alimentacion.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/5289E04A2A160ABD052581A10070E6CE/%24FILE/2_decreto_supre_017_de_alimentacion.pdf).  
 3 República del Perú. Decreto Supremo N° 012-2018-SA. Aprueban Manual de Advertencias Publicitarias en el marco de lo establecido en la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 017-2017-AS. Perú: El Peruano; 2018. Disponible en [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/185531/93706\\_1.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/185531/93706_1.pdf).

---

## Métodos

En mayo del 2021 se adquirieron productos alimenticios y bebidas nacionales y de importación pertenecientes a distintas categorías, como galletas saladas, galletas dulces, productos de panificación (panes de molde, bizcochuelos con rellenos y otros), chocolate en barras o en diversas presentaciones, gaseosas y bebidas saborizadas, paquetes de caramelos duros y blandos, yogures bebibles, aperitivos a base de papas y de maíz, sopas instantáneas y deshidratadas, cereales para desayuno, salsas y aderezos, y productos para untar.

La compra de los productos se llevó a cabo en diferentes distritos de Lima Metropolitana (Perú), en establecimientos donde los consumidores adquieren de forma habitual productos nacionales e importados pertenecientes a las categorías definidas, entre otros, galerías de golosinas, *minimarkets* y supermercados.

En el estudio se analizaron 259 productos con el objetivo principal de verificar el cumplimiento del Decreto Supremo N° 012-2018-SA del Manual de Advertencias Publicitarias, en particular los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y el anexo 1 con su respectiva fe de erratas y normas modificatorias. El análisis también se basó en la Ley N° 29571 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (artículo 36) y en el Decreto Supremo 033-2016-SA, con respecto a la inclusión de las advertencias publicitarias sobre grasas trans y a la declaración de este nutriente en la información nutricional.

Se calcularon estadísticas descriptivas, en las que se incluyeron totales y proporciones, y se ajustó un modelo de regresión logística para investigar los factores que explican la mayor o menor probabilidad de que se cumpla la normativa.



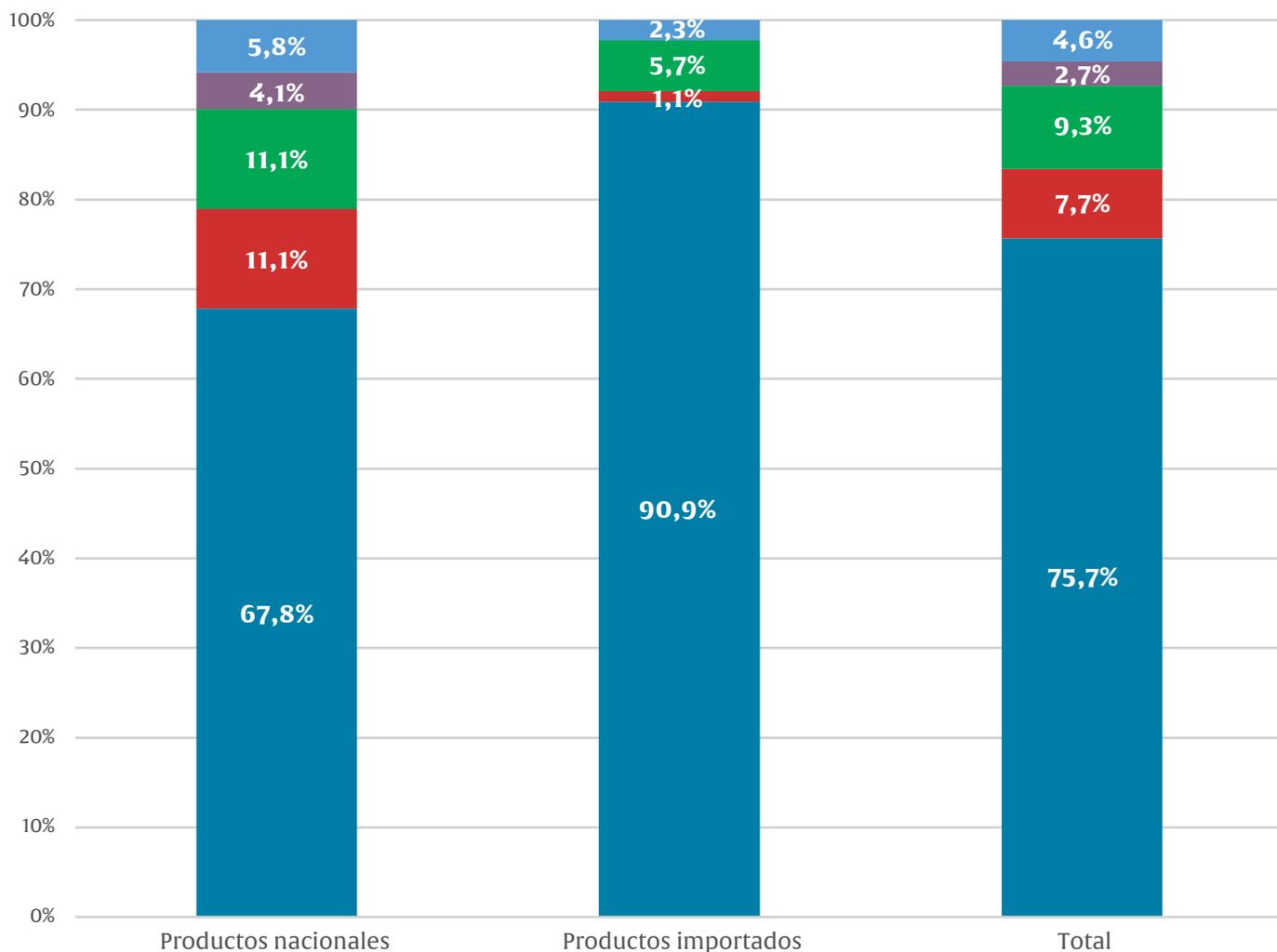
---

## Resultados

Del total de productos analizados, 171 son nacionales y 88, importados. La **figura 2** indica que 3 de cada 4 productos (75,7%) incluyen al menos una advertencia publicitaria (octógono). También se observó que 4,1% de los productos nacionales omiten la advertencia **“CONTIENE GRASAS TRANS”**, pese a que deberían llevarla conforme a la normativa vigente. Cerca de una quinta parte (17%) del total de los productos no incluye advertencias porque no está previsto en las normas, ya sea porque la superficie de la cara frontal o la cara principal de la etiqueta es inferior a 50 cm<sup>2</sup> o porque el contenido de nutrientes del producto no supera los parámetros técnicos vigentes en el momento de la realización del estudio según el Manual de Advertencias Publicitarias.

De los productos que incluyen advertencias publicitarias (octógono), prácticamente todos los productos nacionales (98,3%) y casi la mitad de los productos importados (45%) llevan las advertencias impresas de forma indeleble en la etiqueta o en el envase del producto (**figura 3**).

**Figura 2.** Proporción de productos que incluyen advertencias publicitarias

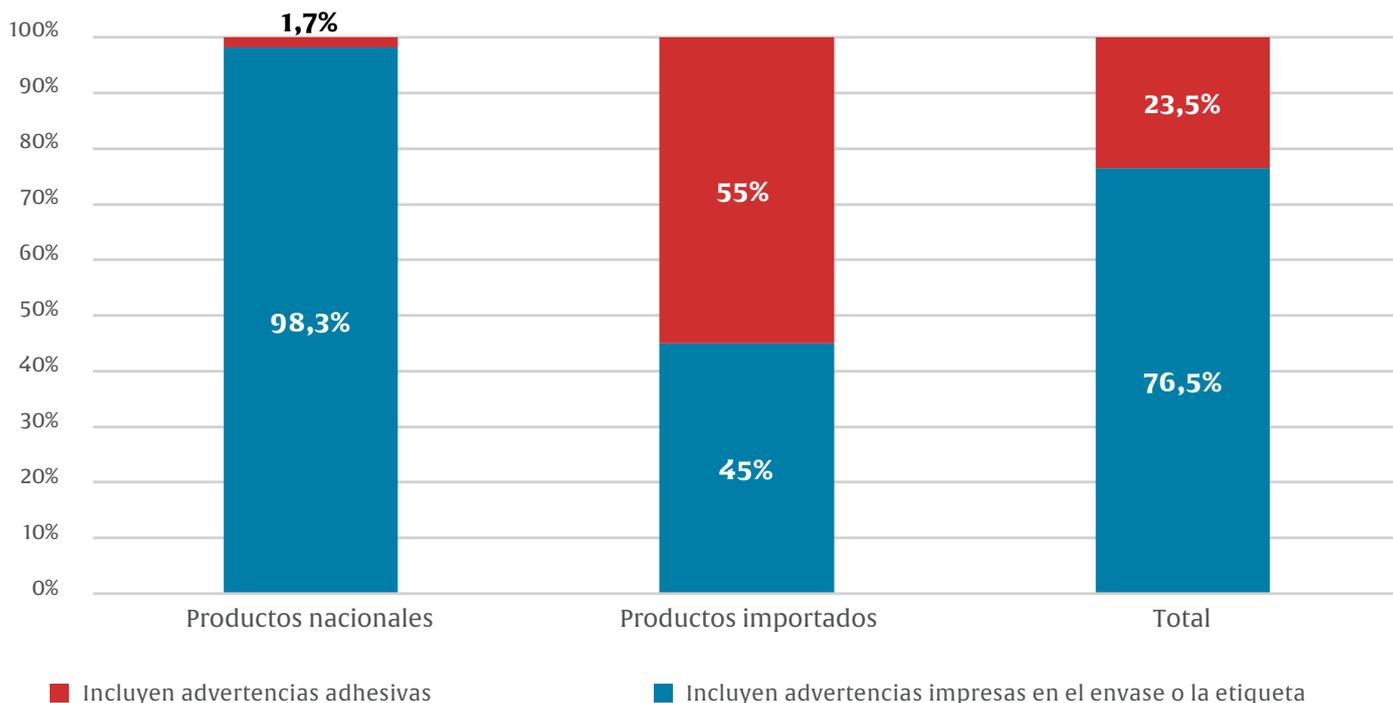


- No incluyen advertencias y no se pudo verificar si debería llevarlas debido a la ausencia de información en el etiquetado
- No incluyen advertencias aunque deberían llevar la advertencia "CONTIENE GRASAS TRANS"
- No incluyen advertencias porque no superan los umbrales de contenido de nutrientes
- No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

Al evaluar el cumplimiento, se determinó que cerca de 22% de todos los productos incumple la normativa. La proporción de incumplimiento es menor en los productos nacionales (12,3%) que en los importados (40,9%) (figura 5).

La razón por la que los productos importados cumplen en menor medida el Manual de Advertencias Publicitarias es la mayor utilización de advertencias adhesivas. La figura 5 corrobora que la proporción de productos que incumplen la normativa es superior (cerca de dos terceras partes) en los que utilizan advertencias de este tipo. El modelo de regresión logístico confirma que la probabilidad de que un producto contravenga la normativa es 18 veces mayor (razón de probabilidades: 18,1; intervalo de confianza de 95%: 5,8-66,8) cuando se incluyen las advertencias en forma de adhesivos, comparado con los casos en que se utilizan advertencias indelebles impresas en el envase o la etiqueta.

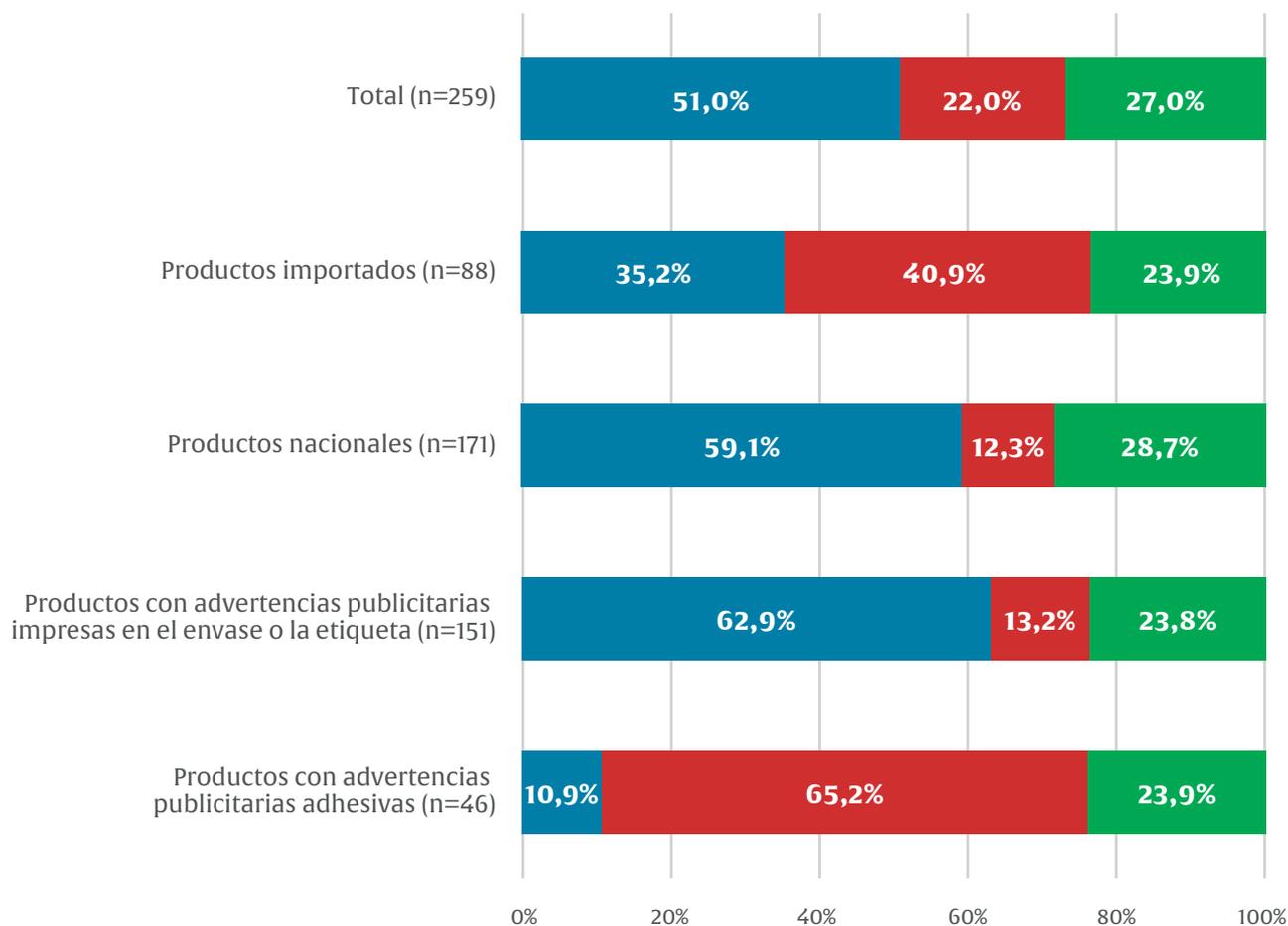
**Figura 3.** Proporción de productos que incluyen advertencias publicitarias, por tipo



**Figura 4.** Ejemplos de productos importados cuyas advertencias publicitarias se incluyen impresas de manera indeleble en el país de origen



**Figura 5.** Proporción de productos que cumplen los requisitos legales de inclusión de las advertencias publicitarias



- El producto CUMPLE todas las disposiciones legales analizadas
- El producto INCUMPLE una o más de las disposiciones legales analizadas
- No se pudo verificar uno o más elementos por ausencia de información en el etiquetado

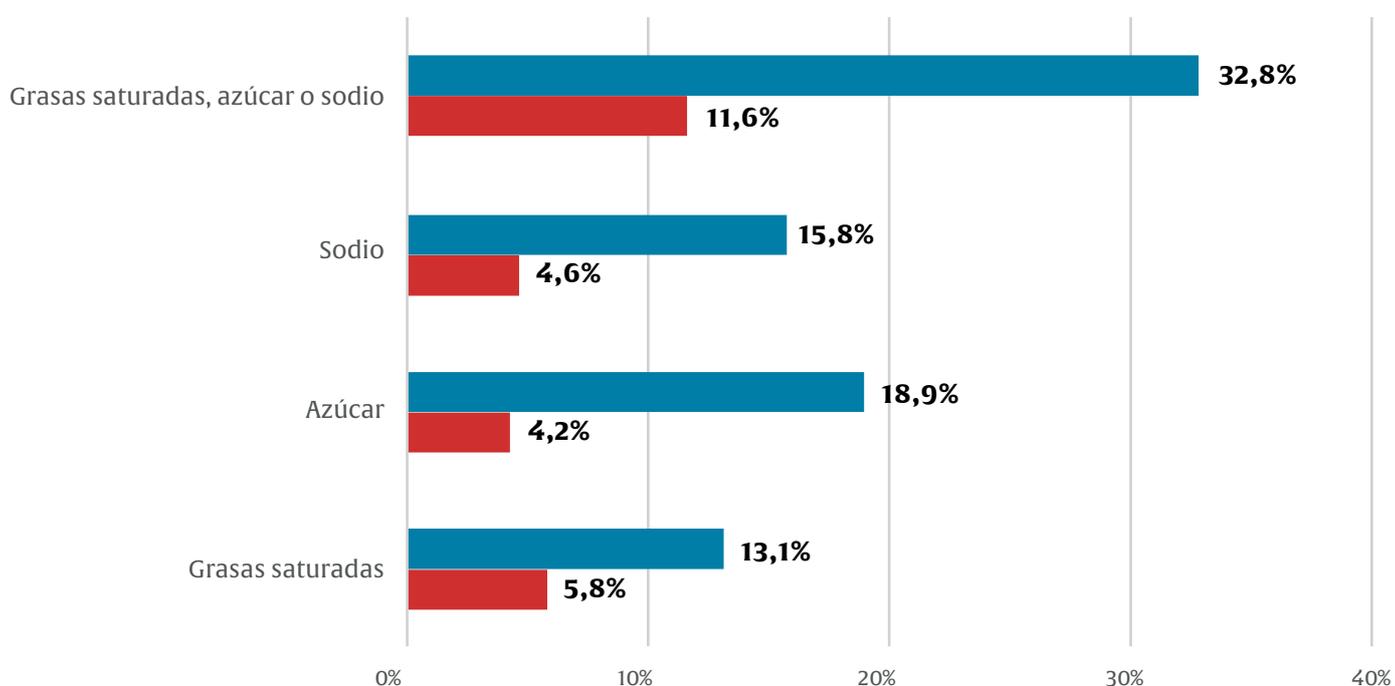
Dieciocho productos —del total de 259— contienen una cantidad de grasas trans superior a los cero gramos, si bien omitieron la advertencia **“CONTIENE GRASAS TRANS”**. De esos 18, 4 declaran en la etiqueta o el envase que consideran el contenido de grasas trans igual a cero de conformidad con la legislación de un país extranjero (a saber, la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos de América, FDA por su sigla en inglés). Los restantes 14 productos que contienen más de cero gramos de grasas trans no colocan la advertencia publicitaria octogonal para grasas trans ni indican en el etiquetado la razón por la cual la omiten, pese a que la exige la Ley N° 29571 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (artículo 36).

Del total de productos analizados, 56 incumplen la normativa. De estos, 35,7% (más de una tercera parte) tienen etiquetas de un tamaño igual o superior a 50 cm<sup>2</sup> y su contenido es **“ALTO EN” AZÚCAR o CONTIENEN GRASAS TRANS** (o ambos), pero omiten una o más de las advertencias sobre tales nutrientes; 44% no respeta el formato establecido para las advertencias; 14,3% no cumple los requisitos de ubicación de las advertencias; 24,7% no se ajusta a las especificaciones de tamaño de las advertencias, y 14,3% contraviene las disposiciones relacionadas con la proporción de las advertencias.

Del total de productos cuya cara frontal o principal de la etiqueta es inferior a 50 cm<sup>2</sup> (n = 41), cerca de una tercera parte (31,7%) supera los límites de **AZÚCAR** y cerca de una cuarta parte (24,4%) supera los límites de **GRASAS SATURADAS** definidos en los parámetros técnicos del primer plazo de entrada en vigencia de la normativa del Perú (a los seis meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias). Además, tres productos superan los límites de **SODIO** y un producto **CONTIENE GRASAS TRANS** de acuerdo con los parámetros técnicos para ese mismo plazo.

Por último, de los 259 productos, una tercera parte (32,8%) presenta una cantidad excesiva de grasas saturadas, azúcar y/o sodio según el modelo de perfil de nutrientes de la OPS<sup>4</sup>, pero no se incluyen en la categoría **"ALTO EN"** ni están sujetos al requisito de incluir las advertencias, de acuerdo con el primer plazo de vigencia de la normativa nacional. Asimismo, con la entrada en vigencia de la segunda etapa de los parámetros técnicos del Manual de Advertencias Publicitarias, 11,6% de productos con una cantidad excesiva de uno o más de esos nutrientes considerados críticos por la OPS seguirán sin incluirse en la categoría **"ALTO EN"** ni estarán sujetos a la obligación de incluir advertencias (**figura 6**).

**Figura 6.** Proporción de productos que contienen una cantidad excesiva de grasas saturadas, azúcar y sodio de acuerdo con los parámetros de la OPS, pero que no están obligados por la normativa de Perú a incluir advertencias publicitarias sobre esos nutrientes



- Productos con CANTIDADES EXCESIVAS de grasas saturadas, azúcares o sodio según la OPS que NO se incluyen en la categoría "ALTO EN" en el primer plazo de entrada en vigencia de la normativa
- Productos con CANTIDADES EXCESIVAS de grasas saturadas, azúcares o sodio según la OPS que NO se incluyen en la categoría "ALTO EN" del segundo plazo de entrada en vigencia de la normativa

<sup>4</sup> Organización Panamericana de la Salud. Modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud. Washington, D.C.: OPS, 2016. Disponible en <https://iris.paho.org/handle/10665.2/18622>.

---

## Conclusiones

Tres de cada 4 productos evaluados llevan una o más advertencias publicitarias. La inclusión de las advertencias se observa en su gran mayoría de manera impresa e indeleble en el envase o en la etiqueta del producto y no mediante adhesivos. Entre los productos importados, en casi la mitad de los productos evaluados que ingresaron al Perú figuran las advertencias publicitarias impresas en la etiqueta o en el envase desde el país de origen. También se constató que la inclusión de advertencias mediante el uso de adhesivos incrementa la probabilidad de incumplir uno o más de los numerales establecidos en el Manual de Advertencias Publicitarias del Perú.

Muchos productos omitieron la advertencia **“CONTIENE GRASAS TRANS”**. Este resultado indica la necesidad de reforzar los mecanismos de monitoreo, fiscalización y sanción, a fin de hacer cumplir la inclusión de la advertencia (octógono) establecida en la normativa.

Finalmente, cerca de una tercera parte de todos los productos cuyo contenido en azúcar, sodio y grasas saturadas se considera excesivo según la OPS no se incluyen en la categoría **“ALTO EN”** del primer plazo de entrada en vigencia de los parámetros técnicos establecidos por el Perú para tales nutrientes. La entrada en vigencia de la segunda etapa reducirá el número de productos que no advierten a la población sobre esa cantidad excesiva y, en consecuencia, habrá una mayor cantidad de productos en el mercado con advertencias publicitarias en la etiqueta o el envase. Por tanto, ese segundo plazo de entrada en vigencia es fundamental para mantener informada a la población y para proteger la salud pública. Además, en el futuro, deben incluirse en la normativa los productos que se excluyen en el segundo plazo pero que contienen una cantidad excesiva de acuerdo con las recomendaciones de la OPS.

## Agradecimientos

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) y el Ministerio de Salud del Perú agradecen las contribuciones realizadas por Roxana Lescano Panez, Beatriz Quispe Quille, Alexandro Saco Valdivia y Edita Vilcapoma Vilcapoma, del Ministerio de Salud del Perú; y por Vivian Pérez Jiménez y Fabio da Silva Gomes de la OPS.

Expresamos también nuestro agradecimiento a Resolve to Save Lives, una iniciativa de Vital Strategies, por el apoyo y el financiamiento prestados.

Cumplimiento de la normativa de inclusión de advertencias publicitarias en envases de productos alimenticios en el Perú

OPS/NMH/RF/21-0011

© Organización Panamericana de la Salud, 2021

Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible en virtud de la licencia Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales de Creative Commons (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.es>).

Con arreglo a las condiciones de la licencia, se permite copiar, redistribuir y adaptar la obra con fines no comerciales, siempre que se utilice la misma licencia o una licencia equivalente de Creative Commons y se cite correctamente, como se indica a continuación. En ningún uso que se haga de esta obra debe darse a entender que la Organización Panamericana de la Salud (OPS) respalda una organización, producto o servicio específicos. No está permitido utilizar el logotipo de la OPS.

La OPS ha adoptado todas las precauciones razonables para verificar la información que figura en la presente publicación. No obstante, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni explícita ni implícita. El lector es responsable de la interpretación y el uso que haga de ese material, y en ningún caso la OPS podrá ser considerada responsable de daño alguno causado por su utilización.