

## Ley de Promoción de la Alimentación Saludable:

# ¿Cuáles son las responsabilidades de entidades y sectores involucrados en la cadena de comercialización de alimentos y bebidas alcohólicas?

# L A L E Y

## En 2021 se aprobó en Argentina la Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable.

Una de sus principales políticas es el **Etiquetado Frontal**: obligación de colocar sellos de advertencia negros y leyendas precautorias en la cara principal de los productos alimenticios y bebidas alcohólicas, que adviertan sobre:



### Su objetivo

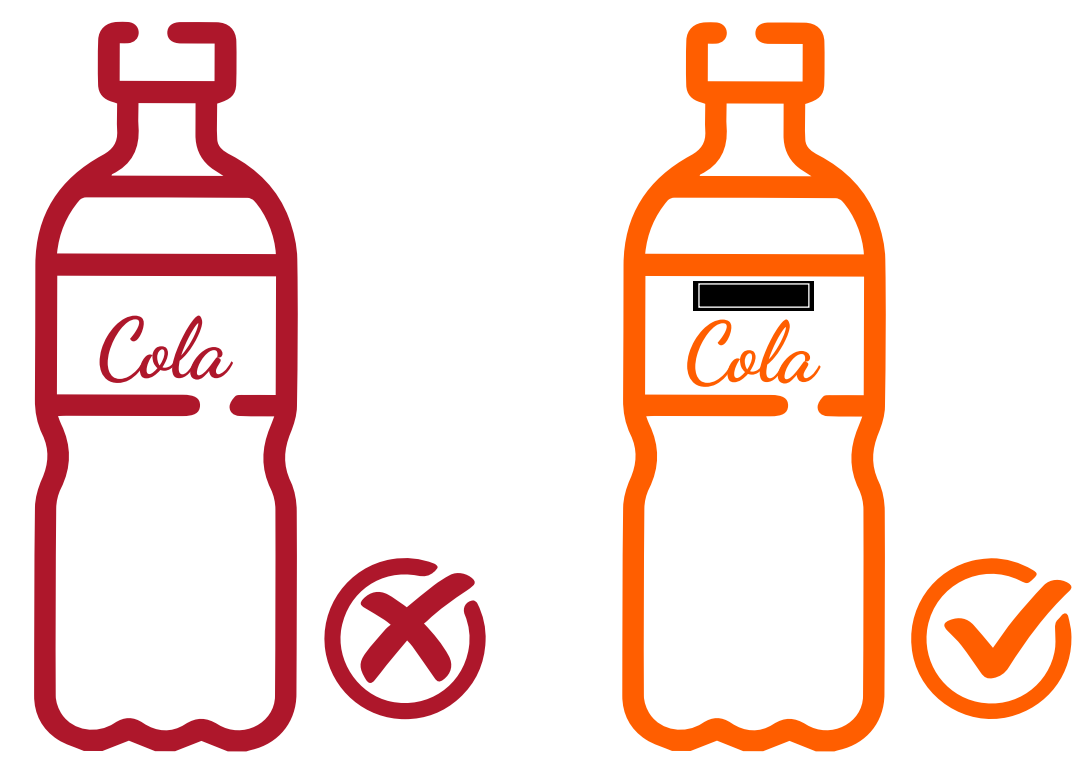
- **Brindar información clara y veraz** sobre el exceso de nutrientes críticos en los productos envasados y su impacto en la salud.
- Promover decisiones asertivas y activas, y **resguardar los derechos** de consumidores.
- Junto a otras medidas de la ley, busca la **prevención de la malnutrición y enfermedades crónicas no transmisibles** (diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares, ciertos tipos de cánceres, etc.).

## ¿QUIÉNES ESTÁN OBLIGADOS A CUMPLIR LAS DISPOSICIONES SOBRE ETIQUETADO FRONTAL?

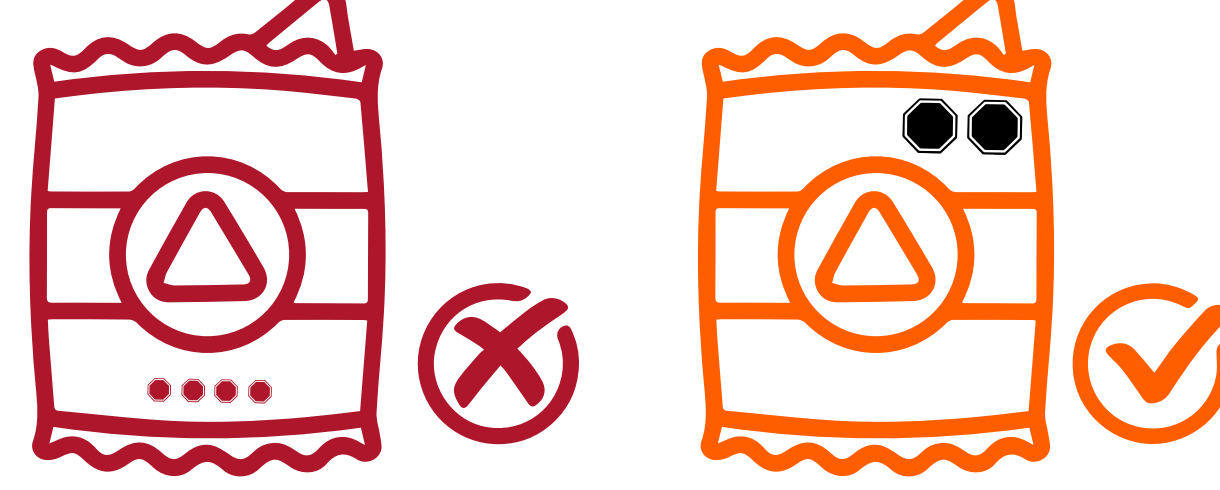
Además de las empresas que fabrican productos alimenticios, todos los sujetos que fraccionen, envasen, distribuyan, importen y comercialicen en el país.

## PRINCIPALES DISPOSICIONES A TENER EN CUENTA:

**1. Ubicación del producto en la góndola:** la cara con sello del producto debe encontrarse visible hacia el frente. Así la persona consumidora puede verlo claramente sin retirar el producto.



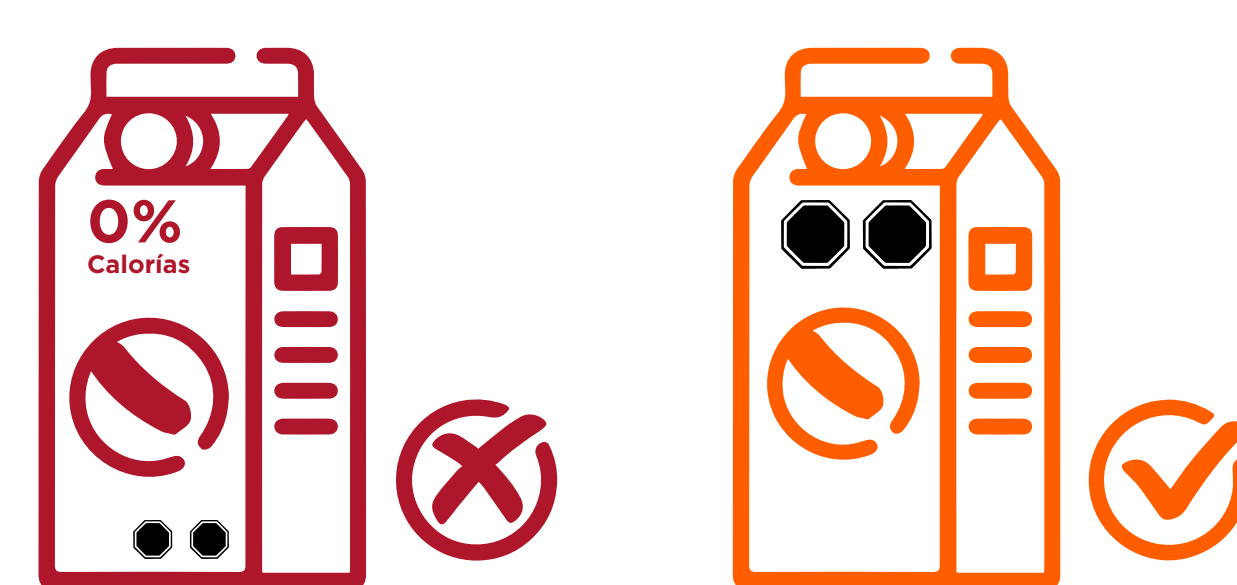
**2. Ubicación del sello en el producto:** debe colocarse en la cara principal (la que cuenta con el logo y el nombre). Si el producto tiene más de una cara principal, los sellos deben ir en ambas. Además, deben tener el tamaño y ubicación específicos según el envase.<sup>1</sup>



**3. Uso de personajes y ganchos de compra en envases:** en productos con al menos un sello la ley prohíbe incluir imágenes infantiles, personajes, mascotas, dibujos, premios, regalos o promesas de participación en concursos, eventos deportivos o similares.



**4. Uso de claims en los envases:** en productos con al menos un sello la ley prohíbe incorporar información nutricional complementaria - claims - (por ejemplo: "0% grasas trans", "Fuente de calcio") y avales de sociedades científicas o asociaciones civiles.



**5. Publicidad en locales comerciales:** además de las prohibiciones que alcanzan al envase, se establecen restricciones a la **publicidad, promoción y patrocinio** de los productos con al menos un sello que se realice en locales comerciales:

- La dirigida a las infancias está directamente prohibida.
- En el resto de los casos, existen:
  - ciertas prohibiciones a las estrategias de marketing: claims, personajes famosos, deportistas, juegos, etc. para fomentar el consumo de productos.
  - obligación de visualizar y/o enunciar en su totalidad los octógonos negros y/o leyendas precautorias cada vez que el envase sea expuesto.
  - prohibición de promoción o entrega a título gratuito de estos productos.

**6. Obligación de declarar el contenido de azúcares** totales y azúcares añadidos en la información nutricional (Artículo 8 del Decreto N°151/22 y artículo 225 del Código Alimentario Argentino).

<sup>1</sup> Normas gráficas contenidas en el Anexo II del Decreto Reglamentario 151/2022 de la ley. [Disponible acá.](#)

## ¿QUÉ DEBE HACER UN COMERCIO QUE IDENTIFICA INCUMPLIMIENTOS EN LOS PRODUCTOS?

### 1- Incumplimientos en el envase del producto:

- **Sacar de circulación; notificar** al proveedor, productor, distribuidor del incumplimiento identificado y **solicitar el cambio** de la mercadería a cargo del proveedor.
- **Denunciar las violaciones identificadas** ante las autoridades competentes nacionales, provinciales o municipales para que se inicien las acciones correspondientes.

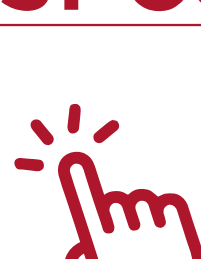
### 2- Incumplimiento en la declaración obligatoria de azúcares:

proceder del mismo modo que en el punto anterior.

**3- Incumplimientos sobre Publicidad, Promoción y Patrocinio dentro de locales comerciales:** evitar que se desarrollen acciones de marketing prohibidas por la ley y asegurar el cumplimiento de las demás disposiciones mencionadas. **Importante: dentro de los puntos de venta, la responsabilidad principal sobre este punto recae sobre el titular del establecimiento comercial.**

Es fundamental el compromiso de todo el sector de comercio para garantizar el cumplimiento de la Ley de Etiquetado y así proteger la salud de la población argentina.

Accedé a una versión extendida de este documento, en donde se explican los fundamentos de cada una de estas obligaciones y responsabilidades así como su importancia.



[www.fundeps.org](http://www.fundeps.org) | [info@fundeps.org](mailto:info@fundeps.org)