Proyecto de Ley N°...8543/2024-CR

CONGRESO
REPÚBLICA

JOSÉ LEÓN LUNA GÁLVEZ

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y la conmemoración de la heroica batalla de Junín y Ayacucho "

Proyecto de Ley N°.....

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
05 AGO. 2024
RECIBIDO
Firma: Hora: 12:10

LEY QUE PROTEGE LA SALUD DE LOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS PROMOCIONADAS CON LA IMAGEN DE UNA FRUTA Y SANCIONA LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA

El grupo parlamentario Podemos Perú, a iniciativa del congresista de la República que suscribe, José León Luna Gálvez, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, propone el siguiente:

PROYECTO DE LEY

LEY QUE PROTEGE LA SALUD DE LOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS PROMOCIONADAS CON LA IMAGEN DE UNA FRUTA Y SANCIONA LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA

CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto de la ley

El objeto de esta ley es regular la composición de las bebidas que se promocionan utilizando la imagen de una fruta en su etiquetado, publicidad o presentación comercial, estableciendo que deben contener como mínimo el 50% de pulpa de la fruta que se promociona.

Artículo 2. Finalidad de la ley

La finalidad de la presente ley es salvaguardar la salud y los derechos de los consumidores, garantizando que la información proporcionada en las etiquetas y la publicidad de las bebidas sea veraz y precisa. En específico, se busca asegurar que las bebidas que se promocionan con la imagen de una fruta contengan una cantidad significativa de pulpa de dicha fruta, promoviendo así la transparencia en la información nutricional y la calidad de los productos alimenticios.

Artículo 3. Ámbito de aplicación

La presente ley es aplicable a todas las bebidas producidas, importadas, distribuidas y comercializadas en el territorio nacional que utilicen la imagen de una fruta en su etiquetado, publicidad o presentación comercial.

CAPÍTULO II
DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

Artículo 5.- Requisitos de composición

Las bebidas que se promocionen utilizando la imagen de una fruta en su etiquetado, publicidad o presentación comercial deberán contener como mínimo el 50% de pulpa de dicha fruta.

Artículo 6.- Obligación de declaración

Los productores, importadores, y distribuidores de las bebidas reguladas por esta ley deberán declarar en la etiqueta del producto el porcentaje de pulpa de fruta contenida, en un lugar visible y de fácil lectura.

Artículo 7.- Fiscalización y control

El Ministerio de Salud, a través de sus organismos competentes, así como, el Instituto Nacional de Calidad - INACAL y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, serán los encargados de la fiscalización y control del cumplimiento de la presente ley.

Podrá realizar inspecciones, análisis y pruebas de laboratorio para verificar el contenido de las bebidas.

CAPÍTULO III
SANCIONES

Artículo 8.- Sanciones

El incumplimiento de las disposiciones establecidas en la presente ley será sancionado de acuerdo con la normativa vigente, pudiendo incluir multas, retiro del producto del mercado y otras medidas administrativas pertinentes.

Congreso de la República
José Alberto Arriola Tuero
Congresista

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Reglamentación

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Salud, el INACAL y el Indecopi, emitirán las normas reglamentarias necesarias para la adecuada implementación y cumplimiento de la presente ley en un plazo no mayor de 90 días calendario a partir de su publicación.

Heidy Juárez Calle

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: LUNA GALVEZ Jose Leon FAU 20161749126 hard
Motivo: Soy el autor del documento

Firmado digitalmente por: LUNA GALVEZ Jose Leon FAU 20161749126 hard
Motivo: Soy el autor del documento

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **09** de **AGOSTO** de **2024**

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 8543/2024-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

1. **DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS, y**
2. **SALUD Y POBLACIÓN.**

GIOVANNI FORNO FLOREZ
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. ANTECEDENTES:

En el contexto peruano, el Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, regula las prácticas que constituyen competencia desleal, como la publicidad engañosa y comparativa. Además, el Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado por Ley N° 29571, contiene disposiciones específicas sobre la publicidad dirigida a los consumidores, estableciendo que debe ser veraz, clara y comprobable.

Ahora bien, respecto al etiquetado, se tiene el Reglamento de la Ley N° 30021 - Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, que establece disposiciones específicas para el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas que se venden en el mercado, con el objetivo de promover una alimentación saludable.

Además, el Decreto Supremo N° 017-2017-SA, reglamenta el etiquetado de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, obligando a incluir advertencias publicitarias cuando el producto exceda los límites establecidos de azúcar, sodio y grasas saturadas.

Aunado a ello, la Norma Técnica Peruana (NTP) 209.038:2007 - Etiquetado de Alimentos Envasados, establece los requisitos para el etiquetado de alimentos envasados, incluyendo información obligatoria como ingredientes, contenido neto, fecha de vencimiento, entre otros.

En ese sentido, las normas peruanas de publicidad y etiquetado tienen como objetivo principal garantizar la veracidad, claridad y transparencia en la información ofrecida a los consumidores. Sin embargo, estas regulaciones no abordan específicamente las bebidas promocionadas con la imagen de una fruta. Es decir, no hay una normativa explícita que regule el uso de imágenes de frutas en la promoción de bebidas, lo que podría llevar a malinterpretaciones por parte del consumidor sobre el contenido real de fruta en estos productos.

Existe un vacío normativo que deja un espacio donde las empresas pueden utilizar imágenes de frutas en sus promociones sin necesariamente incluir una cantidad significativa de fruta en el producto. Aunque las leyes y reglamentos mencionados buscan proteger a los consumidores de la publicidad engañosa en términos generales, no hay directrices claras que aborden este tipo específico de publicidad, lo que puede resultar en prácticas de marketing que no reflejan fielmente la composición del producto.

En tal sentido, es necesario contar con una norma que regule el uso de imágenes de frutas en la promoción de bebidas.

II. REALIDAD PROBLEMÁTICA:

La publicidad de bebidas en el mercado peruano frecuentemente utiliza imágenes de frutas para atraer a los consumidores, creando una percepción de frescura y salud en los

productos. Esta estrategia de marketing se basa en la asociación positiva que los consumidores tienen con las frutas, considerándolas como sinónimo de nutrición y bienestar. Las imágenes de frutas en el etiquetado y la publicidad sugieren que el producto contiene ingredientes frescos y naturales, lo que influye en la decisión de compra de los consumidores que buscan opciones más saludables.

No obstante, esta práctica puede ser engañosa, ya que muchas de estas bebidas contienen mínimas cantidades de pulpa de fruta o, en algunos casos, solo sabores artificiales sin contenido real de la fruta promocionada. La presencia de imágenes de frutas en el etiquetado no siempre corresponde a la realidad del producto, lo que lleva a una discrepancia significativa entre lo que se promociona y lo que realmente se ofrece. En muchos casos, las bebidas contienen altos niveles de azúcares añadidos, colorantes y saborizantes artificiales, y solo una pequeña fracción de pulpa o jugo de fruta real. Esta práctica no solo engaña a los consumidores, sino que también puede tener implicaciones negativas para la salud pública, dado que los consumidores pueden pensar que están ingiriendo un producto más saludable de lo que realmente es.

Esta discrepancia entre la imagen promocionada y la composición real del producto vulnera los derechos de los consumidores, quienes pueden ser inducidos a error respecto a las propiedades nutricionales y la calidad de los productos que adquieren. Los consumidores tienen el derecho a recibir información clara, precisa y veraz sobre los productos que compran, para tomar decisiones informadas que no perjudiquen su salud y bienestar. La falta de regulaciones específicas que controlen el uso de imágenes de frutas en la publicidad y el etiquetado permite que las empresas se beneficien a expensas de la confianza y la salud de los consumidores. Esta situación destaca la necesidad urgente de una ley que regule adecuadamente esta práctica, asegurando que la promoción de bebidas refleje de manera precisa su contenido real y proteja los derechos de los consumidores.

III. ANÁLISIS NORMATIVO:

La ley propone un marco regulatorio para garantizar que las bebidas que utilizan imágenes de frutas en su etiquetado, publicidad o presentación comercial contengan una cantidad significativa de pulpa de dicha fruta. A continuación, se presenta un análisis detallado de los principales artículos del proyecto de ley:

- **Objeto de la ley:** El objeto de esta ley es regular la composición de las bebidas que se promocionan utilizando la imagen de una fruta en su etiquetado, publicidad o presentación comercial, estableciendo que deben contener como mínimo el 50% de pulpa de la fruta que se promociona. Este artículo es fundamental para alinear la composición real del producto con las expectativas creadas por su promoción, reduciendo así la publicidad engañosa.

- **Finalidad de la ley:** Resalta la intención de proteger al consumidor y fomentar una información clara y precisa.

- **Ámbito de aplicación** La ley es aplicable a todas las bebidas producidas, importadas, distribuidas y comercializadas en el territorio nacional que utilicen la imagen de una fruta en su etiquetado, publicidad o presentación comercial. Este artículo define

claramente el alcance de la ley, asegurando que todas las bebidas relevantes en el mercado peruano estén sujetas a esta regulación.

- **Requisitos de composición**: Establece un estándar mínimo de calidad y composición, lo que garantiza que los consumidores reciban productos que cumplen con las expectativas creadas por la publicidad.

- **Obligación de declaración**: Asegura que los consumidores tengan acceso a información clara y precisa sobre el contenido del producto, permitiéndoles tomar decisiones informadas.

- **Fiscalización y control:** El Ministerio de Salud, a través de sus organismos competentes, así como, el INCAL y el Indecopi, serán los encargados de la fiscalización y control del cumplimiento de la presente ley. Podrán realizar inspecciones, análisis y pruebas de laboratorio para verificar el contenido de las bebidas. La eficacia de esta ley dependerá en gran medida de una fiscalización rigurosa y continua por parte de las autoridades competentes, lo que garantizará que las disposiciones se cumplan adecuadamente.

- **Sanciones:** Son esenciales para disuadir a las empresas de incumplir la ley y asegurar su cumplimiento, protegiendo así los derechos de los consumidores.

Por lo tanto, la ley aborda una problemática significativa en el mercado peruano de bebidas, donde la publicidad engañosa que utiliza imágenes de frutas puede inducir a error a los consumidores. Al establecer requisitos claros sobre la composición de las bebidas y obligaciones de declaración, la ley busca garantizar la veracidad y precisión de la información proporcionada a los consumidores. La efectividad de la ley dependerá de una adecuada fiscalización y la aplicación de sanciones estrictas para asegurar su cumplimiento. Esta regulación es esencial para proteger los derechos de los consumidores y promover la transparencia en el mercado de bebidas.

IV. EXPERIENCIA COMPARADA DE REGULACIÓN DE BEBIDAS PROMOCIONADAS CON LA IMAGEN DE UNA FRUTA

La regulación de bebidas que utilizan la imagen de frutas en su etiquetado y publicidad es una preocupación global. Diversos países han implementado normativas para proteger a los consumidores de prácticas engañosas en este ámbito. A continuación, se presenta una comparación de cómo diferentes jurisdicciones abordan esta cuestión:

1. Unión Europea:

Reglamento (CE) N° 1924/2006 sobre las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos:

• Este reglamento establece que cualquier declaración de propiedades saludables o nutricionales debe estar basada en evidencia científica y no debe ser engañosa. En el contexto de bebidas con imágenes de frutas, esto implica que las declaraciones sobre el contenido de fruta deben ser precisas y verificables.
• Las etiquetas deben incluir información detallada sobre los ingredientes y el contenido de nutrientes, asegurando que los consumidores no sean inducidos a error.

Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo:

• Establece que el etiquetado no debe inducir a error al consumidor sobre las características del alimento, incluidos su naturaleza, identidad, cualidades, composición y contenido de ingredientes.

2. Estados Unidos

Food and Drug Administration (FDA):

• La FDA regula el etiquetado de alimentos y bebidas bajo la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C Act).
• Según las regulaciones de la FDA, si una bebida promociona una imagen de una fruta, el etiquetado debe reflejar con precisión el contenido de la bebida. Por ejemplo, si una bebida utiliza la imagen de una naranja, debe especificar claramente si contiene jugo de naranja real o solo saborizantes artificiales.

Guidance for Industry: A Food Labeling Guide:

• Proporciona directrices sobre cómo deben etiquetarse los alimentos para evitar prácticas engañosas. Las bebidas que utilizan imágenes de frutas deben indicar si contienen jugo de fruta real y en qué proporción.

3. Canadá

Canadian Food Inspection Agency (CFIA):

• La CFIA regula el etiquetado y la publicidad de alimentos bajo la Ley de Alimentos y Medicamentos y el Reglamento de Alimentos y Medicamentos.
• Las regulaciones canadienses exigen que cualquier representación de fruta en el etiquetado o la publicidad sea precisa y no engañosa. Si una bebida utiliza imágenes de frutas, debe declarar el porcentaje real de jugo de fruta contenido en el producto.

Regulations Amending the Food and Drug Regulations (Nutrition Labelling, Other Labelling Provisions and Food Colours):

Incluyen requisitos para la declaración de ingredientes y contenido de nutrientes, asegurando que los consumidores reciban información veraz sobre el contenido real de los productos.

4. Australia y Nueva Zelanda

Food Standards Australia New Zealand (FSANZ):

• Regulan el etiquetado de alimentos y bebidas bajo el Código de Estándares Alimentarios de Australia y Nueva Zelanda.
• Las bebidas que utilizan imágenes de frutas deben cumplir con estrictos requisitos de etiquetado que aseguren que las declaraciones sobre el contenido de frutas sean precisas. La información sobre el contenido de jugo de fruta debe ser clara y verificable.

Standard 1.2.7 – Nutrition, Health and Related Claims:

• Establece que todas las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables deben estar respaldadas por evidencia científica y no ser engañosas.

5. **Chile**

La Ley 20.606, sobre la Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, conocida como la Ley de Etiquetado, tiene como objetivo regular la composición nutricional de los alimentos y su publicidad, incluyendo bebidas. Esta ley impone estrictos requisitos sobre el etiquetado y la promoción de productos alimenticios, conforme se indica a continuación:

• Etiquetado Nutricional: Los productos deben incluir etiquetas claras que indiquen la cantidad de nutrientes críticos, como azúcar, sodio y grasas saturadas.
• Publicidad: Se prohíbe la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a menores de 14 años. Además, cualquier imagen o símbolo en la publicidad debe ser fiel a la composición del producto.
• Advertencias: Los productos que excedan ciertos límites de contenido calórico o de nutrientes críticos deben llevar una advertencia visible.

En tal contexto, la Ley 20.606 de Chile es específica y restrictiva en cuanto a la publicidad y el etiquetado de alimentos y bebidas dado que garantiza que la información en el etiquetado y la publicidad sea veraz y no engañe al consumidor.

6. **Colombia**

Resolución 5109 de 2005 del Ministerio de la Protección Social de Colombia, establece los requisitos de etiquetado para alimentos y bebidas. Aunque esta resolución no aborda específicamente la promoción de bebidas con la imagen de una fruta, establece reglas generales sobre la veracidad de la información proporcionada en el etiquetado y la publicidad de productos alimenticios, conforme se detalla a continuación:

• **Veracidad de la Información:** La normativa exige que toda la información contenida en el etiquetado de los productos sea veraz y no induzca a error al consumidor.
• **Composición del Producto:** Si un producto utiliza la imagen de una fruta en su promoción, debe especificar claramente el contenido de la fruta real en el producto. Esto incluye la cantidad de jugo o pulpa presente.
• **Declaraciones Nutricionales:** Se requiere una declaración nutricional clara que informe al consumidor sobre el contenido exacto de nutrientes del producto. Cuando utilicen representaciones gráficas, figuras o ilustraciones que hagan alusión a ingredientes naturales que no contiene el mismo y cuyo sabor sea conferido por un saborizante artificial, en la etiqueta o rótulo del alimento junto al nombre del mismo debe aparecer, la expresión "sabor artificial".

Estas experiencias internacionales revelan que diversas jurisdicciones han implementado normativas robustas para regular el etiquetado y la publicidad de bebidas que utilizan imágenes de frutas. Estas regulaciones comparten objetivos comunes de proteger a los consumidores de prácticas engañosas y asegurar la veracidad y precisión de la información proporcionada. El proyecto de ley peruano, al alinearse con estas prácticas internacionales, puede fortalecer la protección de los consumidores y promover la transparencia en el mercado de bebidas.

V. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO

El análisis costo-beneficio de la presente ley tiene como objetivo evaluar las implicancias de esta propuesta legislativa, considerando tanto los costos como los beneficios que generaría su implementación. Este análisis abarca los impactos económicos y operativos para los productores, los requerimientos y gastos adicionales para el gobierno, así como los efectos directos e indirectos sobre los consumidores. A través de este examen detallado, se busca determinar la viabilidad y el valor de la propuesta, destacando su potencial para mejorar la transparencia en el mercado y proteger los derechos de los consumidores, mientras se promueve un consumo más saludable y se fortalece la confianza en la regulación gubernamental.

Así, se tiene que la ley garantiza que la información en las etiquetas y la publicidad de las bebidas sea veraz y precisa, permitiendo a los consumidores tomar decisiones informadas sobre los productos que compran. Además, al asegurar que las bebidas contengan una cantidad significativa de pulpa de fruta, los consumidores se beneficiarán de productos más saludables y nutritivos. La ley protege los derechos de los consumidores contra la publicidad engañosa, promoviendo la transparencia en el mercado.

Un aspecto crucial de la ley es el sinceramiento del contenido nutricional de las bebidas, lo que se traduce en un ajuste entre lo que los consumidores creen estar comprando y el valor real del producto. En muchos casos, los consumidores pagan un precio más alto bajo la creencia de que están adquiriendo jugo de fruta natural, cuando en realidad pueden estar consumiendo productos que contienen mínimas cantidades de fruta real o solo saborizantes artificiales. Este desajuste no solo genera una percepción errónea sobre el valor nutricional, sino que también constituye una práctica engañosa. Al exigir que las bebidas promocionadas con la imagen de una fruta contengan al menos un 50% de pulpa de dicha fruta, la ley asegura que el precio pagado por los consumidores corresponda a la calidad real del producto, protegiéndolos de prácticas comerciales desleales y garantizando que obtengan el valor nutricional por el que están pagando.

La implementación efectiva de la ley aumentará la confianza de los consumidores en la regulación gubernamental, mejorando la percepción pública de la efectividad del gobierno en la protección de los derechos del consumidor. Además, al promover el consumo de productos más saludables, la ley puede contribuir a la mejora de la salud pública a largo plazo, reduciendo potencialmente los costos relacionados con enfermedades asociadas a una mala alimentación.

Para el mercado, la ley crea un entorno de competencia más justo, donde todas las empresas deban cumplir con los mismos estándares de calidad y transparencia. Esto puede fomentar la innovación y la mejora de los productos, ya que las empresas se verán incentivadas a cumplir con los nuevos requisitos, beneficiando así a los consumidores y fortaleciendo la industria local.

Por lo tanto, la implementación de la ley implicará beneficios en términos de información veraz, mejora en la salud pública y promoción de la competencia leal. Además, contribuye a un mercado más transparente y a una población más saludable, alineándose con los objetivos de protección del consumidor y promoción de la salud pública.

VI. LOS EFECTOS DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente Ley "Ley que Regula las Bebidas Promocionadas con la Imagen de una Fruta", impactaría significativamente la legislación peruana existente en varias áreas clave. A continuación, se describe cómo esta nueva normativa complementaría las leyes nacionales actuales:

1. Ley de Protección al Consumidor (Ley N.° 29571): Refuerza el derecho de los consumidores a recibir información clara y precisa sobre los productos que adquieren. La obligatoriedad de declarar el porcentaje de pulpa de fruta en un lugar visible y de fácil lectura proporcionará a los consumidores información más detallada, reduciendo el riesgo de engaño y aumentando la transparencia en el mercado de bebidas.

2. Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes (Ley N.° 30021): Introduciría un requisito específico de que las bebidas que se promocionen con la imagen de una fruta deben contener al menos el 50% de pulpa de dicha fruta.

Por lo que, la implementación de la ley tendría un impacto profundo en la legislación peruana existente, complementando y fortaleciendo diversas áreas clave como la protección al consumidor, el etiquetado de alimentos, la publicidad responsable, la fiscalización y las sanciones administrativas. Al introducir requisitos específicos sobre la composición y etiquetado de bebidas, la nueva ley contribuirá a una mayor transparencia y veracidad en el mercado, protegiendo los derechos de los consumidores y promoviendo prácticas empresariales más responsables.

VII. VINCULACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL

El presente proyecto de ley tiene concordancia con la Política N.° 15 del Acuerdo Nacional, relacionada con la Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutrición, en específico con el literal k) asegurará el acceso de alimentos y una adecuada nutrición, especialmente a los niños menores de cinco años y lactantes, mujeres gestantes y niños en etapa escolar, pobres, pobres extremos y vulnerables, así como familias en situación de pobreza o riesgo, promoviendo una amplia participación, vigilancia y autogestión de la sociedad civil organizada y de las familias beneficiarias.

VIII. VINCULACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2030

El presente proyecto de ley tiene vinculación con los objetivos 2, 3, 8 y 12 de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) 2030, conforme se detalla a continuación:

ODS 2: Hambre cero:

Salvaguarda de derechos de los consumidores: La ley promueve la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición de los consumidores. Además, al regular la composición de las bebidas y garantizar que contengan una cantidad significativa de pulpa de fruta, se contribuye a una mejor nutrición y se apoya la disponibilidad de alimentos más saludables.

- **ODS 3 Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades:**

Salud y bienestar. - La ley busca garantizar que la información proporcionada en las etiquetas y la publicidad de las bebidas sea veraz y precisa, promoviendo así la

transparencia en la información nutricional y la calidad de los productos alimenticios. Al asegurar que las bebidas contengan al menos un 50% de pulpa de fruta, se fomenta el consumo de productos más saludables y nutritivos, contribuyendo a mejorar la salud y el bienestar de los consumidores.

- **ODS 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos**

Impulso a la Industria: Se impulsa a la industria de bebidas al fomentar la innovación y la mejora de productos para cumplir con los nuevos requisitos. Esto puede crear empleos y promover el crecimiento económico sostenible al asegurar que las empresas operen de manera transparente y responsable.

- **ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles**

Requisitos de Composición. - Se promueve la producción responsable y fomenta la transparencia en la industria alimentaria, asegurando que los productos cumplan con los estándares de calidad y veracidad en su composición.