



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Firmado digitalmente por UBILLUS  
SORIANO Julio Martin FAU  
20133840533 hard  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 27.02.2023 11:20:28 -05:00

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

San Borja, 27 de Febrero del 2023

## OFICIO N° 000112-2023-GEG/INDECOPI

Señora

**CECILIA DEL PILAR GARCÍA DÍAZ**

Secretaria de Coordinación

Presidencia del Consejo de Ministros

Jr. Carabaya S/N

Lima. -

ASUNTO : OFICIO PO N° 214-2022-2023/CODECO-CR

De mi consideración:

Me dirijo a usted en atención al oficio de la referencia, mediante el cual la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República, solicita opinión con respecto al Proyecto de Ley N° 3933/2022-CR, Proyecto de Ley que refuerza las adversidades publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes.

Al respecto, sírvase encontrar adjunto al presente, el Informe N° 000110-2023-OAJ/INDECOPI, emitido por la Oficina de Asesoría Jurídica.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración.

Atentamente,

*firmado digitalmente por:*

**JULIO MARTIN UBILLUS SORIANO**  
Gerente General

Adj.: Informe N° 000110-2023-OAJ/INDECOPI.

C.c.: Congresista Elías Varas Meléndez, Presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República.  
Presidencia Ejecutiva del Indecopi.

**Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual**

Calle De la Prosa 104 - San Borja, Lima. Perú/ Central: (511) 224-7800

[www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://enlinea.indecopi.gob.pe/verificador/> e ingresando el siguiente código de verificación: **KNQPYXE**



"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

San Borja, 13 de Febrero del 2023

## INFORME N° 000110-2023-OAJ/INDECOPI

A : **JULIAN FERNANDO PALACIN GUTIERREZ**  
Presidente Ejecutivo

DE : **CARLOS RAUL JIMENEZ RODRIGUEZ**  
Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica (e)

ASUNTO : Opinión técnica legal sobre el Proyecto de Ley N° 3933/2022-CR,  
"Proyecto de Ley que refuerza las advertencias publicitarias para  
la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y  
adolescentes"

REFERENCIA: HOJA DE TRAMITE N° 000249-2023-OAJ/INDECOPI  
(17ENE2023)

### I. ANTECEDENTES

1. Mediante Oficio PO N° 214-2022-2023/CODECO-CR de fecha 11 de enero de 2023, la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República solicitó a la Presidencia Ejecutiva del Indecopi (en adelante, PRE) que emita opinión sobre el Proyecto de Ley N° 3933/2022-CR, Proyecto de Ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes (en adelante, el Proyecto de Ley).
2. En atención a dicho pedido, mediante Hoja de Trámite N° 000213-2023-PRE/INDECOPI de fecha 17 de enero de 2023, la PRE solicitó a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor (DPC), a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (CCD) y a la Oficina de Asesoría Jurídica (en adelante, OAJ), emitir una opinión técnica conjunta sobre el Proyecto de Ley.
3. Por correos electrónicos remitidos con fechas 06 de febrero y 08 de febrero de 2023, respectivamente, la DPC y la CCD remitieron sus comentarios sobre el Proyecto de Ley.



Firma Digital  
INDECOPÍ  
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por  
ARAMAYO BABELLA Abelardo Jose  
Carlos FAU 20133840533 soft  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 13.02.2023 09:38:15 -05:00

### II. ANÁLISIS



Firma Digital  
INDECOPÍ  
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por CABELLO  
LECCA Rosa Nelly FAU  
20133840533 soft  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 10.02.2023 19:46:06 -05:00

#### 2.1 Opinión técnica de la DPC

#### Opinión desde el ámbito de la protección del consumidor

- **Sobre la competencia del Indecopi respecto a las medidas propuestas en el Proyecto de Ley**
4. En relación a la propuesta contenida en el Proyecto de Ley, resulta oportuno señalar que la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (en adelante,



Firma Digital  
INDECOPÍ  
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por  
BIANCHINI A YESTA Aldo Renzo  
FAU 20133840533 hard  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 10.02.2023 17:14:39 -05:00

DPC), en el marco de sus funciones<sup>1</sup>, es la encargada de emitir opinión técnica y de articular las acciones necesarias que faciliten el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor (en adelante, el Sistema), el cual tiene como finalidad optimizar las actuaciones de la administración del Estado para garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor a nivel nacional, en el marco de las atribuciones y autonomía de cada uno de sus integrantes<sup>2</sup>.

5. De esta manera, respaldamos las iniciativas que buscan tener un impacto positivo en los consumidores, garantizando –como en el caso de la propuesta bajo análisis– el derecho a la información, el cual resulta fundamental para la toma de decisiones de consumo que se ajusten a sus intereses, así como para efectuar el uso adecuado de los productos o servicios que adquieran, facultad que se encuentra reconocida en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú<sup>3</sup> y tiene su correlato en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código)<sup>4</sup>.
6. En esa línea, resulta oportuno precisar que la información que se brinda a los consumidores, a través de los productos industrializados o envasados, como es el caso de los alimentos, puede darse a través de la publicidad o del etiquetado de dichos productos.
7. Bajo ese contexto, la Ley N° 30021, Ley de promoción de alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes (en adelante, la Ley de Alimentación Saludable), estableció, entre otras, la obligación de todas las personas naturales y jurídicas que comercialicen, importen, suministren y fabriquen alimentos procesados y del anunciante, de consignar en la publicidad –incluida la que se encuentra en el producto– advertencias publicitarias sobre el contenido de grasas trans y el alto contenido de sodio, azúcar y grasas saturadas en los alimentos y bebidas alcohólicas que superen parámetros técnicos establecidos en el reglamento de la citada ley<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> **RESOLUCION N° 000063-2021-PRE/INDECOPI, TEXTO INTEGRADO DEL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**  
**Artículo 100.- Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor**  
La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor es el órgano de línea responsable de coordinar y ejecutar las acciones que corresponden al INDECOPI en su calidad de ente rector del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, de conformidad con lo previsto en la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, en coordinación con las unidades de organización competentes en materia de protección al consumidor del INDECOPI.  
(...)

**Artículo 101.- Funciones de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor**  
Son funciones de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor las siguientes:  
a) Articular con entidades públicas y privadas las acciones necesarias y conjuntas que faciliten el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.  
(...)

<sup>2</sup> **LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**  
**Artículo 132.- Creación del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor**  
Créase el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor como el conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos destinados a armonizar las políticas públicas con el fin de optimizar las actuaciones de la administración del Estado para garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor en todo el país, en el marco de las atribuciones y autonomía de cada uno de sus integrantes.

<sup>3</sup> **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ**  
**Artículo 65.-** El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.

<sup>4</sup> **LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.**  
**Artículo 1°.- Derechos de los consumidores.**  
1.1. En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:  
(...)  
b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

<sup>5</sup> **LEY N° 30021, LEY DE PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES**  
**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"

8. Así pues, la Ley de Alimentación Saludable define la “Publicidad en producto” como toda aquella publicidad fijada en el empaque, en el envase o en el cuerpo del producto, señalando, respecto a la publicidad, que esta es toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, 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 competencia<sup>6</sup>.
9. Por ello, de acuerdo a lo previsto en el artículo 11 de la misma ley, la autoridad encargada de verificar el cumplimiento de la consignación de dichas advertencias publicitarias en los alimentos procesados es la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi, órgano resolutorio que cuenta con facultades para supervisar la publicidad comercial en el mercado<sup>7</sup>.
10. Por su parte, la información correspondiente al rotulado o etiquetado de alimentos es supervisada en el marco de la protección del consumidor, en tanto el traslado de información, a través de esta vía, es evaluada con el fin de garantizar el derecho a la información de los consumidores.
11. En ese contexto, de la revisión del Proyecto de Ley se advierte que la incorporación que se pretende establecer en el cuarto párrafo del artículo 10 de la Ley de Alimentación Saludable señala lo siguiente en relación a las advertencias publicitarias:

*“Deben rotularse de forma indeleble en la etiqueta y no deben estar cubiertas de forma parcial o total por ningún otro elemento”.*

*(subrayado agregado)*

12. Sobre el particular, sugerimos que, debido a que la redacción propuesta aborda aspectos relacionados a las advertencias publicitarias que, como se ha señalado previamente, constituyen -en estricto- publicidad y no etiquetado, no se haga mención dentro del texto a la palabra “rotular”, en la medida que dicho término podría generar confusión respecto a la naturaleza de la información que debe consignarse en los alimentos.

---

“Contiene grasas trans: Evitar su consumo”

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

<sup>6</sup> **LEY N° 30021, LEY DE PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES**

**Artículo 3. Glosario**

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

**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 competencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales.

**Publicidad en producto.** Toda publicidad fijada en el empaque, en el envase o en el cuerpo del producto.

<sup>7</sup> **DECRETO LEGISLATIVO N° 1044, DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

**Artículo 25.- La Comisión.-**

25.2.- Son atribuciones de la Comisión:

a) Ordenar a la Secretaría Técnica el inicio de un procedimiento sancionador de investigación y sanción de actos de competencia desleal;

b) Declarar la existencia de un acto de competencia desleal e imponer la sanción correspondiente;

(...)

13. Sin perjuicio del comentario antes mencionado y en atención a las competencias asignadas al Indecopi para supervisar la información que se brinda a los consumidores a través de la publicidad y del etiquetado, consideramos que la viabilidad de la misma debe ser evaluada por el Ministerio de Salud (MINSA)<sup>8</sup>, como ente rector en materia de salud, en tanto, como se refiere en la iniciativa, esta busca reforzar las advertencias publicitarias, materia cuya regulación ha sido impulsada por este sector.
  14. Por lo tanto, en aplicación del principio de legalidad<sup>10</sup>, en virtud del cual la Administración Pública debe ejercer sus competencias siempre dentro del marco del ordenamiento jurídico vigente, no corresponde a esta Dirección pronunciarse sobre la viabilidad de la propuesta normativa, en tanto del análisis efectuado, se advierte que la materia que se propone regular, las a no se encuentra vinculada a temas de su competencia.
- **Sobre el uso de adhesivos en las advertencias publicitarias**
15. Tal como se ha detallado previamente, las intervenciones estatales que se pretendan establecer en favor de la salud de las personas, como la contenida en el Proyecto de Ley, deben ser evaluadas por el MINSA, a fin de que esta entidad, en el marco de sus competencias y de acuerdo a su especialidad técnica determine su viabilidad.
  16. Sin perjuicio de lo indicado, resulta oportuno advertir que la propuesta normativa involucra, además de aspectos vinculados a la salud, información que será trasladada a los consumidores a través de la publicidad contenida en la etiqueta de los alimentos procesados. En ese sentido, considerando la relevancia que tiene la información para la toma de decisiones de consumo adecuadas y sin perjuicio del análisis que desarrolle la Autoridad de Salud, se realizan las siguientes precisiones.
  17. El objetivo de la norma es establecer que la obligación del rotulado de las advertencias publicitarias de forma indeleble en la etiqueta. Sin embargo, se exceptuará esta obligación para los productos importados, en caso de que dichas advertencias no se encuentren consignadas en la etiqueta original.
  18. Sobre el particular 16 de junio de 2018, el MINSA, mediante Decreto Supremo N° 012-2018-SA, aprobó el “Manual de Advertencias Publicitarias” (en adelante el Manual), estableciendo las especificaciones técnicas para consignar las advertencias publicitarias en los alimentos procesados que superen los parámetros técnicos establecidos y para el contenido de los mensajes publicitarios de alimentos procesados, sujetos a dichas advertencias, difundidos en los medios de comunicación.

---

<sup>8</sup> **DECRETO SUPREMO N° 008-2017-SA, DECRETO SUPREMO QUE APRUEBA EL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL MINISTERIO DE SALUD**

**Artículo 2.- Ámbito de competencia**

2.1. El Ministerio de Salud es competente en las siguientes materias:

a) Salud de las Personas;

(...)

**Artículo 77.- Funciones de la Dirección de Promoción de la Salud**

Son funciones de la Dirección de Promoción de la Salud las siguientes:

a) Identificar, promover y coordinar las intervenciones estratégicas de prevención, control y reducción de riesgos y daños vinculados a la salud familiar, salud escolar; alimentación y nutrición saludable; seguridad vial y cultura de tránsito; considerando las acciones de promoción de la salud, los determinantes sociales de la salud y los enfoques de derechos humanos, género e interculturalidad en salud en todas las etapas de vida, así como monitorear su desempeño en los diferentes niveles de gobierno.

(...)

19. El Manual entró en vigencia el 17 de junio de 2019<sup>9</sup>. En el numeral 8.3 del Manual se permitió a los proveedores el uso de adhesivos conteniendo las advertencias publicitarias por el plazo de un (1) año<sup>10</sup>, contado a partir de la entrada en vigencia del Manual. Dicho plazo ha venido siendo prorrogado, siendo la última ampliación aprobada por Decreto Supremo N° 022-2022-SA, solo a proveedores de productos importados hasta el 30 de junio de 2023<sup>11</sup>.
20. Cabe precisar que una de las razones por las que se realizó la última ampliación del plazo<sup>12</sup> es debido a que el MINSA considera necesario contar con mayor evidencia científica y técnica, así como data relevante para la toma de una decisión que permita evaluar si la medida del uso de adhesivos para los productos importados es la menos restrictiva al comercio que asegure cumplir con el objetivo legítimo de brindar información de acuerdo a la Ley de Alimentación Saludable, la cual no se generó antes del plazo dispuesto por el Decreto Supremo N° 005-2022-SA.
21. En ese sentido, consideramos que, el uso de adhesivos fue concebida inicialmente como una medida de carácter temporal y su finalidad fue promover el cumplimiento de la Ley de Alimentación saludable, por ello, resulta necesario que la evaluación que desarrolle el MINSA sea tomada en cuenta en el marco de la presente propuesta normativa, a fin de cautelar los derechos de los consumidores, y la seguridad y previsibilidad del comercio en favor de los agentes económicos y consumidores en el mercado nacional.

## 2.2 Opinión técnica de la CCD

### Comentarios al artículo 2 del Proyecto de Ley:

- <sup>9</sup> **DECRETO SUPREMO N° 012-2018-SA, QUE APRUEBA EL "MANUAL DE ADVERTENCIAS PUBLICITARIAS"**  
**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**  
**ÚNICA. - Vigencia**  
El Manual de Advertencias Publicitarias aprobado entra en vigencia a los doce (12) meses, contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, de conformidad con las disposiciones contenidas en el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como con lo establecido en la Decisión 562, Directrices para la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos en los Países Miembros de la Comunidad Andina y a nivel comunitario.
- <sup>10</sup> **DECRETO SUPREMO N° 012-2018-SA, 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-SA**  
**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**  
(...)  
8.3 Todos los alimentos y bebidas deben consignar las advertencias publicitarias, de corresponder. Se permite el uso de adhesivos con las advertencias publicitarias por un (1) año a partir de la entrada en vigencia del presente Manual.  
(...)
- <sup>11</sup> **DECRETO SUPREMO N° 022-2022-SA, QUE AMPLÍA EL PLAZO QUE PERMITE EL USO DE ADHESIVOS CON LAS ADVERTENCIAS PUBLICITARIAS PARA LOS PRODUCTOS IMPORTADOS Y PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DISPUESTO EN EL SUBNUMERAL 8.3 DEL NUMERAL 8 DEL DECRETO SUPREMO N° 012-2018-SA**  
**Artículo 1.- Objeto**  
Ampliése, hasta el 30 de junio de 2021, el plazo que permite el uso de adhesivos con las advertencias publicitarias dispuesto en el subnumeral 8.3 del numeral 8 del Decreto Supremo N° 012-2018-SA, Decreto Supremo que aprueba el 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-SA.
- <sup>12</sup> **DECRETO SUPREMO N° 022-2022-SA, QUE AMPLÍA EL PLAZO QUE PERMITE EL USO DE ADHESIVOS CON LAS ADVERTENCIAS PUBLICITARIAS PARA LOS PRODUCTOS IMPORTADOS Y PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DISPUESTO EN EL SUBNUMERAL 8.3 DEL NUMERAL 8 DEL DECRETO SUPREMO N° 012-2018-SA**  
(...)  
Que, de acuerdo con el artículo 2 del citado Decreto Supremo N° 005-2022-SA el Ministerio de Salud, con participación de los diversos sectores y entidades públicas, emite un informe sobre la evolución del cumplimiento del uso del rotulado en forma indeleble en la etiqueta con las advertencias publicitarias que correspondan de conformidad con lo dispuesto en el subnumeral 8.1 del numeral 8 del Manual de Advertencias Publicitarias aprobado por Decreto Supremo N° 012-2018-SA;  
  
Que, resulta necesario culminar con la evaluación relacionada a que el empleo de los adhesivos en las advertencias publicitarias cumple con el objetivo de brindar a los consumidores información clara, legible, destacada y comprensible en la misma medida que las advertencias publicitarias impresas, por consiguiente, se debe ampliar el plazo para el uso de adhesivos con las advertencias publicitarias dispuesto en los subnumerales 8.3. y 8.5 del numeral 8 del Manual de Advertencias Publicitarias aprobado por Decreto Supremo N° 012-2018-SA;

22. En la Ley N° 30021 - LPAS, se aprecia que en el artículo 11 se establece lo siguiente:

*“Artículo 11. Fiscalización y sanción*

*La autoridad encargada del cumplimiento de lo establecido en los artículos 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 desconcentrado sus funciones, aplicando para el efecto lo establecido en el Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.  
(...)”.*

23. Sin perjuicio de lo anterior, en el artículo 24° del Reglamento de Organización y Funciones del INDECOPI, aprobado por Decreto Supremo N° 104-2021-PCM, se delimita las competencias de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal se señala que son “(...) velar por el cumplimiento del Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal y de las leyes que, en general, prohíben y sancionan las prácticas contra la buena fe empresarial, incluyendo las normas de la publicidad, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores y las normas que específicamente le otorguen competencia”.

24. En ese sentido, en tanto la opinión técnica solicitada se refiere a aspectos relacionados a las políticas de salud a cargo del Ministerio de Salud, debemos precisar que la evaluación de la misma no se encuentra dentro de las competencias legalmente asignadas a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi y a su Secretaría Técnica, de acuerdo al artículo citado en el párrafo precedente.

25. De esta manera, al no contar con facultades normativas que permitan realizar una evaluación de las propuestas indicadas en el Proyecto de Ley, no corresponde que la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal ni su Secretaría Técnica emitan opinión técnica sobre la materia, siendo que dicha evaluación corresponde al Ministerio de Salud, como ente rector en el sector salud.

### **2.3 Opinión de la OAJ**

26. La OAJ comparte la opinión técnica formulada por la DPC y la CCD al Proyecto de Ley, no teniendo comentario alguno que agregar sobre el particular.

## **III. CONCLUSIONES Y/O RECOMENDACIONES**

En atención a las consideraciones expuestas en el presente Informe, se opina lo siguiente:

- (i) Desde el ámbito de la protección al consumidor, no corresponde al Indecopi pronunciarse sobre la viabilidad del Opinión sobre el Proyecto de Ley N° 3933/2022-CR, que propone el proyecto de ley que refuerza las advertencias publicitarias para la promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes en tanto la materia que se propone regular tiene como finalidad reforzar las advertencias publicitarias que se consignan en los alimentos procesados, materia que es regulada por el sector salud.
- (ii) Tratándose de medidas relacionadas a la salud de las personas, corresponde al Ministerio de Salud, como ente rector en materia de salud, pronunciarse sobre la pertinencia de la forma en la que se debe incluir las advertencias publicitarias de los productos alimentos y las bebidas no alcohólicas que superen los parámetros técnicos establecidos.

- (iii) Sin perjuicio de lo indicado, el uso de adhesivos para las advertencias publicitarias fue concebida inicialmente como una medida de carácter temporal y su finalidad fue promover el cumplimiento de la Ley N° 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, por lo cual resulta necesario que la evaluación que desarrolle el Ministerio de Salud sea tomada en cuenta en el marco de la propuesta normativa, a fin de cautelar los derechos de los consumidores, y la seguridad y previsibilidad del comercio en favor de los agentes económicos y consumidores en el mercado nacional.
- (iv) Desde el ámbito de la fiscalización de la competencia desleal, al no contar con facultades normativas que permitan realizar una evaluación de las propuestas indicadas en el Proyecto de Ley, no corresponde que la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal ni su Secretaría Técnica emitan opinión técnica sobre la materia, siendo que dicha evaluación corresponde al Ministerio de Salud, como ente rector en el sector salud.

Atentamente,

**CARLOS RAUL JIMENEZ RODRIGUEZ**

Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica(e)

**ABELARDO JOSÉ ARAMAYO BAELEA**

Secretario Técnico

Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal

**ROSA NELLY CABELLO LECCA**

Directora (e)

Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor

**Cc:** JULIO MARTIN UBILLUS SORIANO - Gerencia General

(CJR/aba)