/Carey

Julio de 2023

PUBLICAN REGLAMENTO QUE MODIFICA LA LEY N°19.925 SOBRE EXPENDIO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

El viernes 7 de julio, mediante el Decreto N°98 de 2023, se publicaron en el Diario Oficial las normas reglamentarias requeridas por la Ley N°21.363 (el " **Reglamento** "), publicada el 6 de agosto de 2021, que establece normas en materia de comercialización y publicidad de bebidas alcohólicas, con el objeto de introducir modificaciones a la Ley N°19.925 en temas relacionados al etiquetado y publicidad, quedando pendiente la dictación de los reglamentos para ejecutar estas modificaciones.

Dentro de sus principales contenidos, el Reglamento establece las características gráficas de las advertencias sobre consumo nocivo que deben incluirse en los empaques de bebidas alcohólicas, así como la manera en que deben incorporarse dichas advertencias en la publicidad de estos productos. Asimismo, regula la forma en que debe realizarse la declaración del contenido de calorías de los productos.

Rotulación advertencias

El Reglamento establece que toda bebida con una graduación alcohólica igual o mayor a 0,5° que esté destinada para su comercialización en Chile, debe incluir la siguiente advertencia:





Esta advertencia deberá incorporarse en la cara o etiqueta posterior del envase o empaque. Cualquiera de las dos versiones podrá utilizarse de forma indistinta (fondo negro o blanco). El tamaño

Esta alerta legal es proporcionada por Carey y Cía. Ltda. con fines educativos e informativos únicamente y no pretende ni debe interpretarse como asesoría legal.

Carey y Cía. Ltda.
Isidora Goyenechea 2800, Piso 43.
Las Condes, Santiago, Chile.
www.carey.cl

mínimo de la advertencia no podrá abarcar menos del 15% de la superficie de la cara o etiqueta posterior del respectivo envase, caja o embalaje. En el evento que el envase, caja o embalaje, según corresponda, no posea una etiqueta posterior, el valor antes indicado se considerará respecto de la etiqueta frontal. Con todo, la advertencia completa no podrá tener una dimensión inferior a 6,2 cms de ancho y 3,5 cms de alto; y cada uno de los símbolos octagonales, no podrán tener una dimensión inferior a 1,7 cms de alto y 1,7 cms de ancho. La advertencia en total no deberá ocupar más de un 30% del empaque.

El responsable de la adhesión de la advertencia será el productor o fabricante en el caso de los productos nacionales, y el importador cuando las bebidas sean importadas.

Rotulación contenido calorías

La etiqueta de toda bebida con graduación alcohólica igual o mayor a 0.5° deberá incluir el valor energético o energía del producto expresado en calorías, cuya unidad de medida deberá ser expresada en kilocalorías. El valor energético deberá expresarse por cada 100 mililitros del producto.

Esta información sobre el valor energético deberá incluirse en la cara posterior del respectivo envase, caja o embalaje, mediante un rectángulo de bordes color negro y con fondo de color blanco, que deberá incluir las menciones señaladas en el Reglamento.

Publicidad

• Advertencias:

En toda acción gráfica o publicitaria que sea difundida a través de medios de comunicación escrita o carteles o avisos publicitarios de todo tipo, sean ellos físicos o virtuales, incluyendo los dispuestos en los puntos de venta, deberá incorporarse un recuadro que contenga la palabra “ADVERTENCIA”, e incorporar una de las frases que establece el Reglamento.Este recuadro deberá abarcar al menos el 15% de la superficie total de la acción gráfica o publicitaria, poseer un fondo de color negro y letras blancas, en mayúsculas e incluir el logo del Ministerio de Salud. El recuadro deberá exhibirse en la esquina superior derecha de las acciones gráficas o publicitarias.La advertencia también deberá incorporarse en la publicidad audiovisual y radial, de la forma establecida en el Reglamento.

• Restricciones:

Asimismo, se prohíbe cualquier forma de publicidad, comercial o no comercial, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas por cualquier medio que se realice, tales como envases de productos, medios informáticos y no informáticos, o cualquier actividad o publicación, destinada exclusivamente a menores de edad.De igual forma, se establece una prohibición de inducir el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad y valerse de medios que se aprovechen de su credulidad. Para estos efectos, el Reglamento establece que se entenderá que se induce a menores de edad o se aprovecha de su credulidad, cuando se utilizan, entre otros elementos, personajes y figuras infantiles o juveniles, animaciones, dibujos animados, juguetes o música infantil. Asimismo, se entenderá especialmente que se induce a menores de edad o se aprovecha de su credulidad, cuando se emplea la presencia de personas o personajes, reales o ficticios, que atraigan el interés de este grupo, tales como deportistas nacionales o internacionales reconocidos en su disciplina o personajes de películas o series destinadas al público infantil, o de personas que influyan en menores de edad por tener presencia en medios de comunicación escritos o digitales destinadas a ese grupo; o si la publicidad contiene declaraciones o argumentos fantásticos, voces infantiles, lenguaje o expresiones propias de menores de edad en general, o si presenta situaciones que representen la vida cotidiana de estos, como son, entre otras, la escuela, el recreo, los juegos, pasatiempos infantiles o adolescentes, fiestas o reuniones sociales, familiares o de pares infantiles, adolescentes o de menores de edad en general.Se prohíbe cualquier forma de publicidad comercial o no comercial, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en actividades deportivas, exceptuándose únicamente los “mega eventos deportivos” que deberán ser calificados por el Ministerio del Deporte.

Los artículos deportivos destinados a ser distribuidos masivamente, tales como camisetas y uniformes o afiches y aquellos objetos promocionales vinculados a toda clase de actividades deportivas, no podrán contener nombres, logotipos o imágenes de marcas de bebidas alcohólicas, incluido todo signo o alusión a sus marcas o productos.

La publicidad de bebidas alcohólicas en televisión sólo podrá realizarse entre las 22:00 y las 06:00 horas, y se prohíbe la publicidad,

directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en radios, entre las 16:00 y las 18:00 horas.

Entrada en vigencia

Finalmente, con el propósito de implementar el Reglamento, se ha dispuesto de un plazo para la entrada en vigencia de sus disposiciones, de acuerdo a lo siguiente:

• **Un año desde su publicación (7 de julio de 2024)** , para la entrada en vigencia de las disposiciones relacionadas con mensajes y gráficas de advertencia (incluyendo su incorporación a la publicidad) y valor energético; y
• **36 meses desde su publicación (7 de julio de 2026)** , a la entrada en vigencia de las normas que regulan las restricciones a la publicidad (Título III del Reglamento).

Autores: Ignacio Gillmore; Cristina Busquets