

Normativa en materia de alimentos en Chile: Los desafíos que vienen

"...El 2018 trae aparejados nuevos e importantes desafíos para el mercado de alimentos en nuestro país, por lo que resulta cada vez más relevante que las empresas estén en constante revisión de la formulación, rotulación y publicidad de sus productos, de manera de estar al tanto y anticipar adecuadamente todos los cambios y adaptaciones..."

Lunes, 18 de junio de 2018 a las 10:22



Ignacio Guillmore y Cristina Busquets

A casi ya dos años desde el comienzo de la aplicación del Decreto N°13, que permitió la entrada en vigencia efectiva de la Ley N° 20.606 sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, este 2018 trae aparejados una serie de hitos en materia de regulación de alimentos en nuestro país, en particular en lo que dice relación con su publicidad, lo que significarán importantes nuevos desafíos para la industria.

En este contexto, la entrada en vigencia de una serie de nuevas disposiciones (además de una nueva etapa en la aplicación escalonada de los límites de concentraciones máximas de los denominados nutrientes críticos establecida por el mencionado Decreto 13) implicará que la industria deberá tomar nuevas medidas para adaptarse al frenético avance

que ha tenido la regulación en materia de productos alimenticios en Chile durante los últimos años.

Así, en primer lugar, en enero de este año entró en vigencia la Resolución N° 860/2017 del Ministerio de Salud, que aprueba la **Norma Técnica N° 191 que establece las directrices para el uso de declaraciones de propiedades saludables**. Dentro de las novedades más importantes introducidas por esta Resolución (que reemplaza la Resolución N° 764/2009 que regulaba esta materia hasta el 26 de enero de 2018), se encuentra la incorporación de nuevas prohibiciones para el uso de este tipo de declaraciones en asociación con ciertas categorías de alimentos, dentro de las que destacan: los suplementos alimentarios y alimentos que se comercialicen en presentaciones propias de los medicamentos (tales como, cápsulas, polvos, granulados, entre otras) y aquellos alimentos que califiquen como "Altos en" alguno de los nutrientes críticos: calorías, azúcares totales, grasas saturadas y sodio, según lo establecido en la Tabla N°1 del artículo 120 bis del Reglamento Sanitario de los Alimentos ("RSA"). De esta manera, se incorpora una nueva restricción para la publicidad de los alimentos denominados "Altos en", dado que no podrán utilizar declaraciones que los asocien a una condición relacionada con la salud (por ejemplo: "ayuda a reducir el colesterol" o "ayuda a mejorar la flora intestinal").

Por otra parte, a finales de junio de 2018 comenzará a regir la denominada "**Fase 2**" de la **implementación de la Ley 20.606**. Esta nueva fase corresponde a una segunda etapa en la aplicación de esta normativa, en la que se reducirán los límites máximos de la Tabla N°1 del artículo 120 bis del RSA, tanto para alimentos sólidos como para alimentos líquidos. Así, a partir de su entrada en rigor, alimentos que hasta hoy podían estar libres de la obligación de rotular los "sellos de advertencia" y de las prohibiciones de venta y publicidad asociadas a los alimentos "Altos en", podrán ver esta condición modificada, debiendo someterse a todas las obligaciones y restricciones de la Ley 20.606 y su reglamento. Así, resulta de la mayor relevancia que las empresas del rubro revisen su portafolio de productos, de manera de determinar cuáles de ellos se verán afectados por este cambio. Cabe señalar que esta reducción progresiva de los límites máximos para calificar a un alimento como "Alto en" culminará el próximo año, con la entrada en vigencia de la tercera y última etapa de la Ley 20.606.

En tercer lugar, el día 11 de junio de 2018, entró en vigencia el Decreto N°1/2017 que determina las características del mensaje que promueve hábitos de vida saludable contenido en la publicidad de los alimentos que califiquen como "Alto en" uno o más nutrientes críticos. Este Decreto establece que la publicidad de esta categoría de alimentos, que se exhiba mediante medios de comunicación masivos, deberá incorporar el mensaje: "*Prefiera Alimentos con menos sellos de advertencia*" en cumplimiento de las normas gráficas señaladas en el mismo. En particular, el Decreto señala que, para efectos de su aplicación, se considerarán como medios de comunicación masiva los siguientes: televisión, radio, prensa, medios dispuestos en la vía pública e internet. Respecto de Internet, el Decreto distingue entre anuncios de Internet en general y avisos en las redes sociales Facebook y Twitter.

Finalmente, con fecha 29 de mayo de 2018, entró también en vigencia el Decreto N°24 de 2017 que modifica el Reglamento Sanitario de los Alimentos en relación con aquellas materias tratadas en la Ley 20.869 sobre Publicidad de los Alimentos, a saber: restricción horaria para la transmisión de publicidad de alimentos "Altos en" en cine y televisión, y la prohibición cualquier tipo de publicidad y promoción de fórmulas para lactantes (para niños de hasta 12 meses de edad).

De esta forma, parece claro que el 2018 trae aparejados nuevos e importantes desafíos para el mercado de alimentos en nuestro país, por lo que resulta cada vez más relevante que las empresas estén en constante revisión de la formulación, rotulación y publicidad de sus productos, de manera de estar al tanto y anticipar adecuadamente todos los cambios y adaptaciones necesarias en este acelerado desarrollo que ha tenido la regulación de productos alimenticios en nuestro país en los últimos años.

* Ignacio Guillmore es socio de Carey y Cristina Busquets es asociada senior del mismo estudio.