

## ► PUBLICAN LEY N° 21.363 QUE ESTABLECE NORMAS EN MATERIA DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

El viernes 6 de agosto de 2021, fue publicada en el Diario Oficial la Ley N° 21.363 (en adelante la "Ley") que introduce modificaciones a la Ley N°19.925 sobre expendio, comercialización y producción de bebidas alcohólicas, y otras normas relacionadas, estableciendo ciertas limitaciones a la publicidad de bebidas alcohólicas, así como la obligación de incorporar advertencias sobre consumo nocivo en el envase de este tipo de productos.

Entre las modificaciones que introduce esta Ley, destacamos las siguientes:

### I. Incorporación de advertencias e información adicional en el etiquetado

La Ley introduce un nuevo Título II Bis a la Ley N°19.925, denominado "De la información al consumidor y de la publicidad".

Este nuevo Título introduce la obligación de que **toda bebida que tenga una graduación alcohólica igual o superior a 0,5 grados**, deberá llevar, en su envase, caja y/o embalaje, una advertencia visible sobre las consecuencias de su consumo nocivo. Dicha advertencia deberá consistir en una leyenda con frases relativas a los riesgos del consumo excesivo de alcohol, junto con signos de carácter gráfico dirigidos especialmente a aquellos segmentos de riesgo, como embarazadas, menores de edad y conductores. Adicionalmente, la Ley establece que, en los envases de estos productos, se deberá adherir o contener impreso una advertencia gráfica que muestre un auto, una mujer embarazada o un número 18 rodeados cada uno por una circunferencia, o lo que señale el reglamento correspondiente.

Se establece la obligación de incluir dicha advertencia en toda publicidad difundida a través de medios de comunicación escrita, o carteles o avisos publicitarios de todo tipo, sean ellos físicos o virtuales, publicidad audiovisual y avisos radiales.

Las características, tamaño y contenido de estas advertencias serán determinados por un reglamento que deberá dictarse al efecto.

Asimismo, los fabricantes, productores, distribuidores e importadores de bebidas alcohólicas deberán informar en los envases o etiquetas de éstas, la **cantidad de energía presente en ellas**.

La responsabilidad de la adhesión de estas etiquetas recaerá en el productor o fabricante, cuando se trate de productos de origen nacional, o del importador, en el caso de bebidas alcohólicas importadas, previo a su comercialización en Chile.



La información contenida en esta alerta fue preparada por Carey y Cía. Ltda. sólo para fines educativos e informativos y no constituye asesoría legal.

Carey y Cía. Ltda.  
Isidora Goyenechea 2800, Piso 43.  
Las Condes, Santiago, Chile.  
[www.carey.cl](http://www.carey.cl)

## II. Restricciones a la publicidad

Asimismo, la Ley introduce una serie de limitaciones a la publicidad de bebidas alcohólicas, tales como:

1. Se restringe la publicidad de bebidas alcohólicas en televisión, pudiendo realizarse únicamente entre las 22:00 y 06:00 horas.
2. La publicidad, directa o indirecta, a través de la radio, sólo se podrá efectuar entre las 16:00 y 18:00 horas.
3. Se prohíbe cualquier forma de publicidad, comercial y no comercial, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en actividades deportivas, salvo respecto de mega eventos deportivos (según ello sea definido en el reglamento).
4. Se prohíbe incluir, en cualquier artículo deportivo que sea distribuido de forma masiva, así como en objetos promocionales vinculados a toda clase de actividades deportivas, el nombres, logotipos o imágenes relativas a bebidas alcohólicas, sus incluido todo signo o alusión a sus marcas o productos.
5. Se prohíbe cualquier forma de publicidad, comercial o no comercial, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en cualquier producto, publicación o actividad destinada, exclusivamente, a menores de edad.  
También, la Ley establece la prohibición de venta de estos productos mediante ganchos comerciales, tales como regalos, concursos, juegos y otros elementos de atracción infantil.
6. También se establece la prohibición de realizar propaganda que estimule el consumo de alcohol en bienes de uso público, tales como calles, plazas o playas. No obstante, se exceptúan aquellas señaléticas que se encuentren en caminos o carreteras que permitan arribar a lugares de producción de bebidas alcohólicas, tales como viñas.

## III. Sanciones por incumplimiento de las nuevas obligaciones introducidas por la Ley

La Ley incorpora sanciones específicas para el incumplimiento a las nuevas obligaciones y restricciones:

1. En caso de incumplimiento de las obligaciones asociadas a las advertencias y otras nuevas exigencias en materia rotulación (artículo 40 bis), se sancionará con multa de 5 a 200 Unidades Tributarias Mensuales, junto con el comiso de las bebidas.
2. En caso de incumplirse las restricciones en materia de publicidad (artículo 40 ter), se establece una multa de 20 a 200 Unidades Tributarias Mensuales.

Todas las sanciones mencionadas, podrán doblarse en caso de reincidencia.

## **IV. Entrada en vigencia**

Las nuevas obligaciones en materia de advertencias y rotulación entrarán en vigor dentro del plazo de un año, desde la publicación del respectivo reglamento que las regule, salvo por aquella relativa a informar la cantidad de energía en el producto, que entrará en vigencia, una vez cumplidos 24 meses desde la publicación de la Ley, es decir, el 7 de agosto de 2023.

Las nuevas restricciones en materia de publicidad (incluyendo aquellas relacionadas especialmente con eventos y equipamiento deportivo), comenzarán a regir una vez cumplidos 36 meses desde la publicación del señalado reglamento.

La Ley establece también un plazo de un año para la dictación del reglamento que regula las nuevas obligaciones incorporadas en la misma.