



## Monitoreo del cumplimiento de la Ley



## de Promoción de la Alimentación



## Saludable



*Durante los primeros meses de implementación*

*Abril 2023*

## Introducción:

Argentina sancionó en octubre de 2021 la Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable<sup>1</sup> la cual contempla un paquete de medidas entre las que se destaca el etiquetado frontal de advertencias para energía y para nutrientes críticos como sodio, grasas totales, grasas saturadas y azúcares libres, además de establecer la incorporación, en los envases que corresponda, de una leyenda precautoria que advierta sobre la presencia de edulcorantes y cafeína. Se encuentran alcanzados por la política de etiquetado frontal todos los alimentos y bebidas analcohólicas que se venden envasados y que durante su proceso de elaboración hayan agregado azúcares, sodio, grasas, edulcorantes, cafeína, o ingredientes que los contengan.

La Ley se reglamentó en marzo de 2022 y su primera etapa de implementación, correspondiente a los productos elaborados por grandes empresas entró en vigencia el 20 de agosto de 2022, teniendo la posibilidad de extender dicho plazo hasta el 16 de febrero de 2023, en caso de que por razones justificadas se les haya concedido una prórroga. Por su parte, para los productos elaborados por las pequeñas y medianas empresas la entrada en vigor de la implementación comenzó el 20 de febrero de 2023, también contando en este caso con la posibilidad de obtener una prórroga de 180 días más.

En el marco del proyecto financiado por Bloomberg Philanthropies “*Advocating for the enactment of regulatory norms for the Healthy Food Promotion Law in Argentina: a multicomponent and collaborative project*” que tiene como objetivo promover la implementación efectiva de la ley de Promoción de la Alimentación Saludable en Argentina, este trabajo se propuso monitorear el cumplimiento de la Ley N°27.642.

## Métodos:

Se realizó un relevamiento sistemático durante los meses de enero y febrero de 2023 para identificar productos alimenticios y/o bebidas analcohólicas con sellos de advertencia y detectar posibles incumplimientos a la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, tanto en lo relativo a los envases de los productos como a aspectos específicos del punto de venta.

---

<sup>1</sup> Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable. Disponible en:  
<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/259690/20220323#:~:text=Que%20la%20Ley%20N%C2%B0,los%20alimentos%20envasados%20y%20bebidas>

Se seleccionaron aspectos específicos de la ley sobre los cuales se analizó el incumplimiento. Éstos incluyeron: posición en la góndola de los envases con sellos; presencia de promociones de productos con sellos en los puntos de venta; presencia de sellos de advertencia correspondientes a la normativa argentina; ubicación y tamaño de los sellos en los envases; correspondencia entre los sellos colocados y la información nutricional declarada; presencia de publicidad en envases con sellos; presencia de claims en envases con sellos; presencia de logos de aval de sociedades científicas y asociaciones civiles en envases con sellos; y la incorporación en la tabla nutricional de azúcares totales y añadidos.

Para esta actividad tres recolectores debidamente capacitados visitaron seis supermercados ubicados en distintos barrios de la Ciudad de Buenos Aires (Balvanera, Palermo y Recoleta), correspondientes a grandes cadenas y comercios de cercanía.

Se elaboró un formulario en Google Forms destinada a la carga de la información requerida. Para el análisis de posibles incumplimientos en el punto de venta los recolectores tomaron fotografías utilizando la cámara de un teléfono celular, para lo cual fueron capacitados previamente de forma de estandarizar el proceso. Para analizar los posibles incumplimientos en los envases, se procedió a la compra de los productos identificados con sellos. Luego se completaron formularios diseñados en Google Forms donde se cargó la información necesaria para identificar los incumplimientos, según lo establecido en la Ley N°27642, el decreto reglamentario y el manual de aplicación de la ley.<sup>2 3 4</sup>

Para el análisis de los datos se elaboró una herramienta en Google Sheets que permitió sistematizar y procesar la información relevada, de modo que permita realizar un análisis de los incumplimientos detectados.

---

## Resultados:

### A) Incumplimiento en los envases

---

<sup>2</sup> Ley 27.642, 2021. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/252728/20211112>

<sup>3</sup> Decreto N°151/22. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-151-2022-362577/texto>

<sup>4</sup> Manual de aplicación Rotulado Nutricional Frontal. Aplicación de la Ley N°27642 y el Decreto N°151/22. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat\\_manual\\_rotulado\\_nutricional\\_frontal.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat_manual_rotulado_nutricional_frontal.pdf)

En total se identificaron 105 productos con sellos de advertencias y/o leyendas precautorias. De éstos, en un total de 15 productos (14%) se detectó la presencia de etiquetado frontal que no se corresponde con la normativa argentina, es decir, se identificaron sellos de advertencias de otros países de la región.

De los 90 productos restantes, la mayoría de los incumplimientos a la Ley identificados corresponden al tamaño de sello, resultando en un 19% de la muestra. En segundo lugar, se destaca la presencia de sellos que no se encuentran en la cara principal en un 12%. Además se identificaron incumplimientos relativos a sellos ubicados incorrectamente en la cara principal (9%), y presencia de claims en productos etiquetados (4%).

**Tabla 1. Incumplimientos a la Ley N° 27642 identificados en los envases de productos alimenticios y bebidas**

Atributo analizado	Cantidad de productos	
	n	%
Productos cuyos sellos se corresponden con la normativa Argentina	90	100%
Productos donde se detectó al menos un incumplimiento	29	32%
Sellos no se encuentran en la cara principal	12	13%
Sellos no se encuentran correctamente ubicados en la cara principal	8	9%
Tamaño de sello es incorrecto	17	19%
Contiene claims	4	4%

Fuente: Elaboración propia

**Ejemplos de productos con sellos de normativa extranjera**



**Ejemplo de incumplimiento por tamaño de sello incorrecto**



**Sellos que no se encuentran en la cara principal**

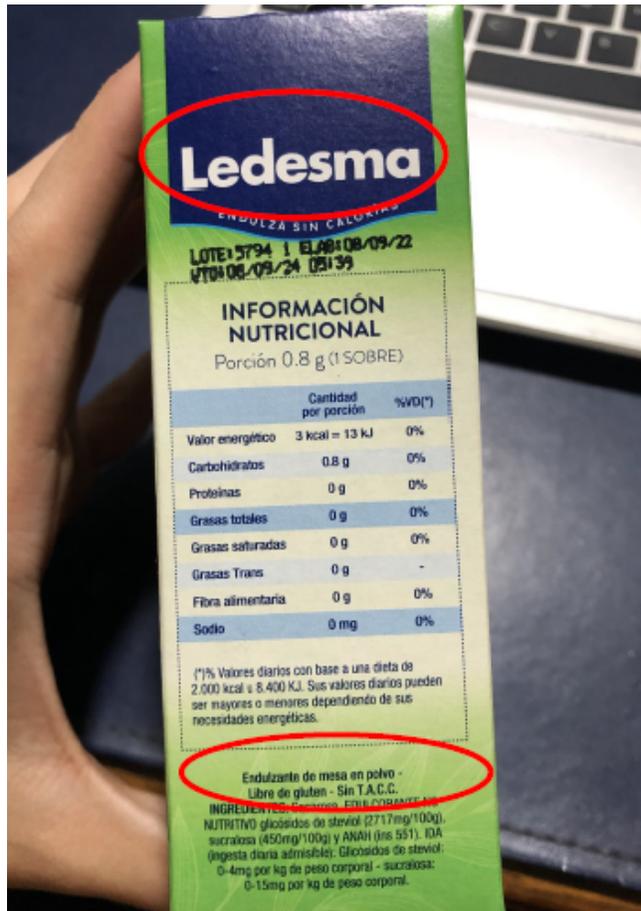


También se detectaron envases con más de una cara principal según define la ley: aquella donde se consigna la denominación de venta y la marca o el logo del producto. En ciertos casos los sellos no se encontraron colocados en cada una de ellas.



## Monitoreo – Ley de Etiquetado

Abril 2023



## Monitoreo – Ley de Etiquetado

Abril 2023



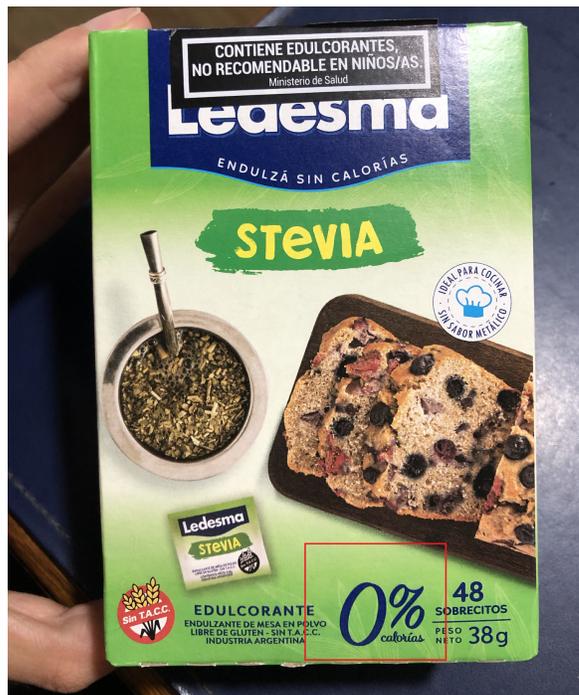
## Monitoreo – Ley de Etiquetado

Abril 2023

Sellos que no se encuentran correctamente ubicados



Presencia de claims en productos con sellos (ej: 0% calorías)



## Ejemplo de claims

“Con zinc”



### B) Incumplimientos en los puntos de venta:

En el 83% de los supermercados (es decir, en 5 de los 6 relevados) se detectó incumplimiento respecto a la disposición de productos en la góndola, es decir, se hallaron productos cuyos sellos no estaban visibles al consumidor sin que se deba dar vuelta el envase (por ejemplo, en botellas de gaseosas y frascos de mermeladas).

Además, en el 67% de los supermercados (4 de los 6 relevados) se encontraron promociones asociadas al precio (como “15% de descuento” y “50% de descuento en la segunda unidad”) en productos con sellos, lo cual también evidencia un incumplimiento a lo dispuesto en la Ley.

**Tabla 2. Incumplimientos a la Ley N° 27642 identificados en puntos de venta**

Atributo analizado	Cantidad de productos	
	n	%
Supermercados relevados	6	100%
Incumplen en disposición en góndola	5	83%

Incumplen en promociones	4	67%
--------------------------	---	-----

Fuente: Elaboración propia

**Ejemplos de incumplimiento por disposición de productos en la góndola**





**Ejemplos de promociones en góndolas de productos con sellos**



**c) Otras estrategias identificadas (trampas a la ley):**

Además se identificaron acciones que los fabricantes comenzaron a implementar a partir de la ley, que no se enmarcan en incumplimientos estrictamente pero que podrían funcionar como estrategias para evitar las disposiciones.

- **Falsa doble cara frontal:** En esta primera etapa de implementación de la Ley 27.642 se detectó que en ocasiones las empresas generaron una falsa doble cara frontal, que consiste en colocar el logo de la marca en dos sitios del envase, correspondiendo sólo una de ellas a la cara principal. Esta cara, tal como define la ley, es *“aquella que posee el logo o marca más la denominación de venta”* y es donde deben ser colocados los sellos. Esta misma estrategia, que pretende evitar la exhibición de las advertencias también fue reportada en México<sup>5</sup> a partir de la adopción del etiquetado frontal. De esta manera, los fabricantes se aseguran de estar legalmente amparados, pero utilizan la estrategia para generar confusión al momento de la exhibición de los productos en la góndola, logrando en la mayoría de los casos que la cara expuesta al consumidor sea aquella que no presenta las etiquetas, es decir, la falsa cara frontal.

En la siguiente imagen se observa el cambio en la etiqueta de una gaseosa antes y después de la ley: la imagen de abajo es la etiqueta del producto antes de la ley, con el logo de la marca en un solo sitio; mientras que la etiqueta de arriba muestra la etiqueta a partir de la ley, con el logo de la marca en dos sitios, siendo ubicado el de mayor tamaño en la falsa cara frontal.

---

<sup>5</sup> El Poder del Consumidor. Monitoreo del uso de personajes y sellos de advertencia en empaques dirigidos a niñas y niños: resultados preliminares después de la entrada de vigor del nuevo etiquetado frontal de advertencia. Disponible en: [https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1\\_RzoaRpIpUlkXRr62QlNetyAsZMp8rqa](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1_RzoaRpIpUlkXRr62QlNetyAsZMp8rqa)



- **Códigos QR:** Además se identificaron envases de productos con sellos de advertencias donde a pesar de cumplir con la ley, respecto a no utilizar técnicas de marketing dirigidas a niños, niñas y adolescentes, claims ni logos de aval, se hallan códigos QR que incitan a que el consumidor acceda a contenidos definidos por la empresa vía web, quedando a libertar de éstas últimas la posibilidad de promover el consumo de productos con nutrientes críticos en exceso a través de distintas estrategias, atentando así de una forma indirecta con el objetivo de la ley.



**Antes de la ley**



**Después de la ley**

- **Leyendas donde se resalta el contenido de frutas u otros atributos:** Además se identificaron estrategias mediante las cuales se mencionan ciertos atributos de los productos que no están alcanzados por la ley pero que intentan destacar aspectos saludables de los mismos.



**Antes de la ley**



**Después de la ley**

## Conclusiones:

Para que la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable resulte efectiva es fundamental que su implementación se lleve adelante de manera adecuada y respetando lo que en ella se establece.

Este primer relevamiento sobre el cumplimiento de la Ley demostró que en la primera etapa de implementación existen numerosas infracciones a la misma. Dentro de las analizadas en este estudio se destacan las relacionadas a la exhibición de productos en los puntos de venta y en relación a los envases, los relativos al tamaño y la ubicación de los sellos y leyendas precautorias. Por lo que ha quedado de manifiesto, resulta esencial que el Estado adquiera un rol activo tanto en la fiscalización y control de la ley, así como también respecto a la imposición de las sanciones correspondientes en los casos que infrinjan la norma.

