

H.C.R.  
COMISIÓN VI  
RECIBIDO  
Cristina Michelena  
NOV. 28-17  
10:00 a.m.



## **Medidas para regular la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes (Proyecto de Ley No. 022 de 2017 Cámara)**

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), inspirada en el bien común, en la democracia participativa y en la búsqueda del mayor desarrollo y beneficio social para los colombianos, se permite presentar sus opiniones respecto del Proyecto de referencia.

### **1. EXISTENCIA DE REGULACION EXISTENTE EN LA MATERIA**

En primer lugar, es necesario resaltar que la protección que se busca ya está consagrada en la ley colombiana. El Decreto 975 de 2014 que reglamenta el Estatuto del Consumidor, establece los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, de una manera que sea apropiada para su edad, que evite que sean indebidamente influenciados en la toma de decisiones de consumo y que asegure el respeto de sus derechos constitucionales.

A su vez, el Decreto es un desarrollo del derecho de información de los niños, niñas y adolescentes consagrado en el artículo 34 del Código de Infancia y Adolescencia, el cual establece que "los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas a través de los distintos medios de comunicación de que dispongan".

En relación con la comercialización de alimentos para consumo humano existen normas particulares, resoluciones expedidas por el Ministerio de Salud y el INVIMA que tienen como principal objetivo dar cumplimiento al artículo 78 de la Constitución Política y garantizar la salud pública, la calidad de los alimentos y la información que sobre estos se debe suministrar al consumidor. En dichas normas se hace mención específica al rotulado o etiquetado de alimentos y bebidas, a los nutrientes como el sodio, el azúcar y la grasa incluyendo definiciones y valores diarios de referencia para la población colombiana, aspectos que se pretenden regular en el Proyecto y que como vemos ya están regulados en el ordenamiento jurídico colombiano.

### **2. ACCIONES QUE ADELANTA LA INDUSTRIA**

La industria no es ajena, ni indiferente a los problemas de sobrepeso y obesidad y a las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a éstos, prevalencias que se están incrementando en el mundo, sino que está comprometida con todo aquello que está en sus manos aportar para prevenir tales problemas. Entre las acciones que la

industria viene adelantando en este objetivo, se encuentra la suscripción de compromisos voluntarios en materia de etiquetado y de publicidad dirigida a menores de 12 años, innovación en su portafolio y promoción y educación en hábitos de vida saludables, así:

- Etiquetado completo y claro de los productos, acompañado de la información nutricional relevante en las etiquetas y la publicidad, de manera que ésta sea comprensible y comparable, permitiendo decisiones de consumo informadas.
- Publicidad responsable, en especial la relacionada con productos para niños, niñas y adolescentes. Limitar los medios y la forma de hacer las comunicaciones comerciales dirigidas a esta población, en el entendido que es un público con características particulares, para el que la publicidad no es entendida de igual forma como lo hace un adulto.
- Innovación en la formulación de productos y ampliación del portafolio, en dos líneas: suspensión o reducción de nutrientes que han sido identificados como de importancia en la salud pública, así como adición de nutrientes que se han identificado como deficitarios.
- Promoción constante y sostenible de la adopción de hábitos de vida saludables. Sabemos que solamente la combinación de una alimentación balanceada y variada, en las proporciones adecuadas, con actividad física suficiente, tendrá un impacto tangible en la disminución de los índices de sobrepeso y obesidad en la población.

### **3. CAMPAÑAS PARA HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE**

La industria viene realizando las siguientes campañas:

- **ANYMO:** proyecto pedagógico piloto para la cualificación de docentes y comunidad educativa en general, orientado a la prevención del sobrepeso y la obesidad, con el que se promovieron prácticas de alimentación balanceada y actividad física en seis (6) instituciones educativas de Palmira y, a través de cual, se capacitó a 60 maestros, impactando a 1.675 estudiantes y 277 padres de familia.
- **Quiérete Muévete – Guía para vivir feliz y saludable:** campaña que hemos desarrollado en varias ciudades de Colombia y que busca difundir mensajes que promueven hábitos de vida saludable fácilmente implementables en la vida cotidiana, tales como “dile no al carro”, “adiós a los ascensores”, “come de todo, pero balanceadamente”, “realiza mínimo 150 minutos de actividad física a la semana”, “ponle color a tu vida, consume 5 porciones de frutas y verduras al día”. Esta campaña se desarrolló en 3 ciudades: Bogotá-Cali y Medellín, en centros comerciales, universidades y parques.
- **¿Cómo Como?:** campaña que creamos para enseñarle a los consumidores a leer el etiquetado nutricional frontal que actualmente tienen los alimentos del portafolio de las empresas que pertenecen a la Cámara de Alimentos de la

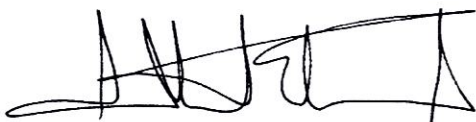


ANDI. La campaña tiene página web y está en redes sociales con 54 contenidos: Facebook, Instagram y Twitter. Durante 3 meses se impactaron 3.861.093 personas únicas, se alcanzaron 9.336 seguidores, 17,283 visitas a la página y tuvo un alcance de influenciadores en Instagram de 1.374.009 usuarios.

**Conclusión:**

- I. Hacemos un llamado para trabajar en conjunto con todos los actores que se interesan en buscar soluciones al sobrepeso y la obesidad, asunto que tiene múltiples factores que requieren ser considerados integralmente, para prevenir el incremento y evitar las enfermedades asociadas a ellas, especialmente en la población de niños, niñas y adolescentes.
- II. Por las razones expuestas consideramos que:
  - No se requiere más regulación en publicidad y etiquetado de alimentos.
  - Existen acciones y campañas adelantadas responsablemente por la industria
  - Se debe archivar el proyecto de ley

Cordialmente,



Alberto Echavarría Saldarriaga  
Vicepresidente de Asuntos Jurídicos

Bogotá, noviembre 22 de 2017

