



APRUEBA REGLAMENTO DE LOS ARTÍCULOS 40 BIS Y 40 TER DE LA LEY N° 19.925.

DECRETO N° 91

Santiago, 06 de marzo de 2023

VISTOS:

Lo dispuesto en la Constitución Política de la República, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado mediante el decreto N° 100, de 2005, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia; en la ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto con fuerza de ley N°1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia; en la ley N° 19.175, Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional, cuyo texto refundido, coordinado, sistematizado y actualizado fue aprobado a través del decreto con fuerza de ley N° 1-19.175, de 2005, del entonces Ministerio del Interior; en la ley N° 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la ley N° 19.925, sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas, en la ley N° 20.502, que crea el Ministerio del Interior y Seguridad Pública y el Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol, y modifica diversos cuerpos legales; en la ley N° 21.363 que establece Normas en Materia de Comercialización y Publicidad de Bebidas Alcohólicas, y otras que indica; decreto supremo N° 977, de 1996, del Ministerio de Salud, que aprueba el Reglamento Sanitario de Alimentos; y en la Resolución N° 7, de 2019, de la Contraloría General de la República, que fija normas sobre exención del trámite de toma de razón en las materias que indica.

CONSIDERANDO:

1. Que, con fecha 06 de agosto de 2021 se publicó en el Diario Oficial la ley N° 21.363, que establece normas en materia de comercialización y publicidad de bebidas alcohólicas y otras que indica;

2. Que, la mencionada norma introduce diversas modificaciones a la ley N° 19.925, sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas, con el objeto de regular su etiquetado y normas sobre su publicidad;

3. Que, el artículo 40 bis de la ley N° 19.925 dispone que un reglamento expedido por el Ministerio del Interior y Seguridad Pública y suscrito, además, por los ministros de Economía, Fomento y Turismo, de Salud y de Agricultura, determinará las características de las advertencias sobre las consecuencias del consumo nocivo de alcohol;

4. Que, el artículo 40 ter del mismo cuerpo normativo dispone que, a través del reglamento, se regulará la forma en que se determinará las competiciones deportivas internacionales de carácter mundial, continental o regional que sean considerados mega eventos deportivos, para efectos de la publicidad de bebidas alcohólicas;

5. Que, para elaborar el reglamento, se conformó una mesa de trabajo intersectorial con representantes del Ministerio Secretaría General de la Presidencia; de Economía, Fomento y Turismo; de Salud; de Agricultura y del Deporte; además de

la participación de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol.

6. Por tanto, en virtud de mis potestades constitucionales y legales y de los principios de coordinación de los órganos de la Administración del Estado y de eficiencia y eficacia.

DECRETO:

APRUÉBASE el siguiente reglamento, de conformidad a lo establecido en los artículos 40 bis y 40 ter de la ley N° 19.925, sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas, cuyo texto es el siguiente:

Reglamento sobre la información al consumidor y publicidad de bebidas alcohólicas

Título I

Disposiciones Generales

Artículo 1º.- El presente reglamento establece las características y condiciones a las que deberán ceñirse las bebidas alcohólicas destinadas a comercializarse en Chile, en lo que se refiere a las advertencias sobre las consecuencias de su consumo nocivo y grupos de riesgo en los cuales el consumo de alcoholes es perjudicial, y la información sobre su valor energético que debe incluirse en su rotulación, así como las condiciones en que deberá efectuarse la publicidad de estas, según lo dispuesto en el Título II Bis “De la Información al Consumidor y de la Publicidad” de la ley N° 19.925, que establece normas en materia de comercialización y publicidad de bebidas alcohólicas, y otras que indica.

Las disposiciones del presente reglamento no obstan al cumplimiento de las demás normas que sean aplicables a la producción, elaboración, rotulación, comercialización, exportación e importación de bebidas alcohólicas.

Artículo 2º.- Para los efectos de las materias reguladas por presente reglamento se entenderá por:

- a) **Bebida alcohólica:** aquellas con graduación alcohólica igual o mayor a 0.5 grados, a excepción de los jarabes a que se refiere el artículo 478 del Reglamento Sanitario de los Alimentos, aprobado mediante el decreto supremo N° 977, de 1996, del Ministerio de Salud.
- b) **Publicidad:** toda forma, directa o indirecta de promoción, comunicación, recomendación, propaganda, información o acción destinada a promover el consumo de un determinado producto.
- c) **Publicidad comercial:** aquella que tiene como objetivo promover el consumo y/o la venta de un producto.
- d) **Publicidad no comercial:** aquella que, bajo el patrocinio o auspicio de una bebida alcohólica o marca, tiene como objetivo promover información sobre actitudes, hábitos, conductas asociadas al consumo de alcohol y la salud; instalar campañas de salud o sociales; recolectar fondos para abordar problemas de salud u otras causas sociales, en el contexto de actividades deportivas.
- e) **Publicidad directa:** aquella que menciona o muestra el producto explícitamente en su contenido.
- f) **Publicidad indirecta:** aquella que sin mencionar o exhibir una bebida alcohólica, sea capaz de recordar o incentivar al consumo de estas, en razón del diseño, presentación, uso de nombres, marcas, emblemas publicitarios u otros signos distintivos, empleados en la publicidad.
- g) **Cajas o embalajes de carácter promocional:** aquellos contenedores del producto que tienen por finalidad promover, exponer o exhibir el producto ante el consumidor.

Título II

Sobre los mensajes y gráficas de advertencia, y valor energético de bebidas alcohólicas

Párrafo 1º. Mensajes y gráficas de advertencia

Artículo 3º.- Toda bebida de graduación alcohólica igual o mayor a 0.5 grados que esté destinada a su comercialización en Chile, deberá llevar en el envase que la contenga una advertencia clara, precisa, visible y fácilmente legible sobre las consecuencias de su consumo nocivo. Igual advertencia deberá incluirse en las cajas o embalajes de carácter promocional destinadas al consumidor, que las contengan.

Para estos efectos deberá incluirse en la cara o etiqueta posterior del respectivo envase, caja o embalaje de carácter promocional una advertencia, compuesta de tres rectángulos, de borde rojo y fondo blanco, que contendrán cada uno símbolos octagonales, de colores rojo y blanco, según la etiqueta y proporciones que se muestran a continuación. Asimismo, se deberá incorporar una leyenda que indique "ADVERTENCIA. El consumo nocivo de alcohol daña tu salud", como se señala a continuación:



Artículo 4º.- El tamaño 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, cada uno de los rectángulos que contienen los símbolos octagonales a los que se refiere el artículo anterior, no podrán tener una dimensión inferior a 2.5 cm de alto y 1.5 cm de largo, y la advertencia completa no podrá tener una dimensión inferior a 4 cm de alto y 5.5 cm de largo. Deberá resguardarse siempre que el contenido de la advertencia se legible a simple vista.

Artículo 5º.- La advertencia deberá estar siempre a la vista en todos los puntos de venta de bebidas alcohólicas. En ningún caso podrán utilizarse elementos que tengan por objeto cubrirla total o parcialmente, o dificultar su exhibición.

Artículo 6º.- 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, debiendo cumplirse estas obligaciones previo a su comercialización.

Las advertencias deberán ser impresas en todos los envases, cajas o embalajes según corresponda de modo indeleble, o adherirse a estos. Las advertencias no podrán ser removibles o despegables fácilmente.

Artículo 7º.- 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, deberá incorporarse un recuadro que contenga la palabra "ADVERTENCIA", e incorporar una de las siguientes frases:

- i) Todo consumo de alcohol es dañino durante el embarazo.
- ii) Todo consumo de alcohol limita la capacidad de conducir.
- iii) El consumo de alcohol en menores de 18 años se encuentra prohibido.
- iv) El consumo nocivo de alcohol daña tu salud.

Para estos efectos, el recuadro a utilizar 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.

Artículo 8º.- En la publicidad audiovisual se proyectará mientras esta se exhiba un recuadro con la información y características indicadas en el artículo anterior.

En la publicidad de avisos radiales, se reproducirá a continuación de esta, la palabra “advertencia” seguida de una de las frases señaladas en el artículo precedente por un lapso no inferior a tres segundos.

En ambos casos, la leyenda o frase que deba exhibirse o reproducirse, será escogida por quien encomienda la publicidad.

Artículo 9º.- Se encontrará prohibida toda acción gráfica de estimulación al consumo de alcohol en bienes de uso público, salvo aquellos letreros o señaléticas que se encuentren en caminos o carreteras que permitan arribar a viñas, bodegas o lugares de producción de bebidas alcohólicas.

Para estos efectos, y sin perjuicio de las demás normas que sean aplicables, se entenderá que se trata de letreros o señaléticas ubicados en caminos o carreteras que permiten arribar a viñas, bodegas o lugares de producción de bebidas alcohólicas, aquellos tengan por finalidad exclusiva indicar la dirección, distancia y ubicación de los lugares antes indicados, y dar a conocer a las personas la existencia de estos, y en la medida que dichos recintos permitan el consumo, compra, degustación o exhibición de sus productos.

En los letreros o señaléticas a los que se refieren los incisos anteriores, la acción gráfica de estimulación al consumo de alcohol no podrá exceder en superficie a la información de la dirección, ubicación, distancia o existencia del respectivo recinto.

Artículo 10.- El Ministerio de Salud, con el objeto de facilitar el entendimiento de las obligaciones indicadas en el presente título, deberá poner a disposición de los fabricantes, productores, distribuidores e importadores, un manual sobre normativa gráfica para el adecuado cumplimiento de las obligaciones contenidas en este título. Este manual deberá ser publicado en el plazo máximo de 90 días corridos, contados desde la publicación del presente reglamento.

Párrafo 2º. Rotulación de valor energético

Artículo 11.- Los fabricantes, productores, distribuidores e importadores deberán indicar en el rótulo o etiqueta de toda bebida con graduación alcohólica igual o mayor a 0,5°, el valor energético o energía expresado en calorías, cuya unidad de medida deberá ser expresada en kilocalorías. El valor energético deberá expresarse por cada 100 mililitros del producto.

La expresión numérica del valor energético deberá ser en números enteros. Cuando el valor energético en la expresión numérica tenga valores decimales, se deberá aproximar al valor entero de acuerdo al siguiente criterio:

- i) Si el valor decimal es igual o mayor que 5, se aumenta en una unidad el dígito anterior.

ii) Si el valor decimal es menor que 5, se mantiene el dígito anterior.

Los valores que figuren en la declaración de energía deberán ser derivados de datos específicamente obtenidos de una determinación analítica en un laboratorio de los productos, o bien, de tablas de composición química, elaboradas o reconocidas por organismos académicos o científicos nacionales y/o internacionales.

El límite de tolerancia permitida entre el valor declarado y el valor obtenido por determinación analítica derivado de la fiscalización de los productos será de hasta un 20% superior o inferior al valor declarado en el rótulo del producto.

Artículo 12.- La información sobre el valor energético, expresada en la forma indicada en el artículo anterior 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 señalará en su parte superior, el título “valor energético” en letras mayúsculas y de color negro.

Dentro del rectángulo señalado, de manera separada con el título antes expresado y bajo esta, deberá incorporarse una columna, al lado izquierdo donde se incluirá la palabra “Calorías cada 100 ml” en color negro. A continuación de esta columna, al lado derecho, se agregará otra que indique las calorías que corresponda, según la fórmula de cálculo expresada en el artículo anterior, y en números color negro.

Sin perjuicio de las características expresadas en los incisos anteriores, deberá utilizarse una fuente de la familia ARIAL.

El tamaño mínimo de la letra a utilizar será de 1,5 milímetros para envases menores de 237 mililitros; de 2 milímetros para envases de hasta 1,5 litros; y de 3 milímetros para envases de más de 1,5 litros. Asimismo, se establece un máximo de 5 caracteres por centímetro para letras de 1,5 milímetros; de 8 caracteres por centímetro para letras de 2 milímetros y de 10 caracteres por centímetro para letras de 3 milímetros.

Artículo 13.- Para efectos de incluir la información indicada en el presente párrafo, serán aplicables las reglas indicadas en el artículo 6° de este reglamento.

En ningún caso podrán utilizarse elementos que tengan por objeto cubrir total o parcialmente la información expresada en este párrafo, o dificultar su exhibición.

Título III

Sobre la publicidad de bebidas alcohólicas

Artículo 14.- 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. En todo caso, no podrá inducirse a menores de edad el consumo de bebidas alcohólicas, ni valerse de medios que se aprovechen de su credulidad.

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, música infantil o animales.

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.

De igual forma, se entenderá especialmente que se induce a menores de edad o se aprovecha de su credulidad 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.

Además, se entenderá que la publicidad de bebidas alcohólicas estará dirigida a menores de edad, cuando esta se realiza durante la emisión de programas o videos dirigidos a ese público objetivo, y cuya reproducción se realice por medio de sitios web, canales o plataformas digitales, o cuando estos capten una audiencia de menores de edad, igual o mayor al 20% de la audiencia total del respectivo programa o video. Se entenderá, además, que se verifican las circunstancias antes descritas cuando la publicidad de bebidas alcohólicas se realice de manera inmediatamente anterior o posterior a la difusión de dichos programas o videos.

Artículo 15.- Se prohíbe cualquier forma de publicidad comercial o no comercial, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en actividades deportivas, tales como la promoción, comunicación, recomendación o propaganda de dichas bebidas, sus marcas y productos. Se exceptuarán de esta prohibición los mega eventos deportivos realizados en Chile que correspondan a competiciones deportivas internacionales de carácter mundial, del continente Americano o de la región Sudamericana.

Para los efectos del presente reglamento se entenderá por mega evento deportivo realizado en Chile en los términos indicados en el inciso precedente, a aquella competición deportiva efectuada dentro del territorio nacional, en la que Chile haya sido designado previamente por organizaciones deportivas internacionales competentes como sede oficial de eventos integrados al programa del Ciclo Olímpico o Paralímpico vigente, de ámbito Sudamericano, Panamericano o Mundial, así como aquellas competiciones internacionales oficiales programadas por federaciones continentales o federaciones internacionales deportivas, integradas al Movimiento Olímpico, en las que oficialmente se designe al país como sede de dichos eventos.

Corresponderá a la Delegación Presidencial Regional, en ejercicio de la facultad establecida en la letra o) del artículo 2 del decreto con fuerza de ley N° 1-19.175, que fija texto refundido, coordinado, sistematizado y actualizado de la ley N° 19.175, Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional, calificar, por medio de resolución fundada, la calidad de «mega evento deportivo» de una competición realizada en Chile.

Artículo 16.- Los artículos deportivos destinados a ser distribuidos masivamente, de cualquier organización deportiva, tales como camisetas y uniformes o afiches y aquellos objetos 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.

Artículo 17.- La publicidad de bebidas alcohólicas en televisión sólo podrá realizarse entre las veintidós y las seis horas.

Se prohíbe la publicidad, directa o indirecta, de bebidas alcohólicas en radios, entre las dieciséis y las dieciocho horas.

Título IV

De las Sanciones y procedimientos

Artículo 18.- El incumplimiento a lo establecido en el Título II del presente reglamento serán sancionado con multa de cinco a doscientas unidades tributarias mensuales y con el comiso de las bebidas, de conformidad a lo establecido en el artículo 47 bis de la ley N° 19.925.

El incumplimiento a lo dispuesto en el Título III del presente reglamento serán sancionado con multa de veinte a doscientas unidades tributarias anuales, conforme a lo establecido en el artículo 47 ter de la ley N° 19.925.

Artículo 19.- Las sanciones que se señalan en el artículo anterior podrán imponerse dobladas en caso de reincidencia.

La reincidencia se determinará según lo dispuesto en el inciso cuarto del artículo 47 de la ley N° 19.925.

Título V

Disposición Final

Artículo 20.- La regulación contemplada en el presente reglamento será revisada cada cinco años, a fin de evaluar su efectividad y eventuales mejoras de acuerdo a la normativa vigente.

Disposición Transitoria

Artículo único.- Las disposiciones del presente reglamento referidas al artículo 40 bis de la ley N° 19.925, entrarán en vigencia en el plazo de un año contado desde la publicación de este reglamento. Las disposiciones reguladas por este reglamento referidas al artículo 40 ter de la ley N° 19.925, entrarán en vigencia en el plazo de treinta y seis meses después de que se publique en el Diario Oficial.

ANÓTESE, TÓMESE DE RAZÓN Y PUBLÍQUESE.

GABRIEL BORIC FONT

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CAROLINA TOHÁ MORALES

MINISTRA DEL INTERIOR Y SEGURIDAD PÚBLICA

NICOLÁS GRAU VELOSO

MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

XIMENA AGUILERA SANHUEZA

MINISTRA DE SALUD

ESTEBAN VALENZUELA VAN TREEK

MINISTRO DE AGRICULTURA