



## LAS MEDIDAS CORRECTIVAS EN LA LEY 29571

### ¿Garantizan el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados?

Corrective Measures in Law 29571

¿Do they ensure consumers' right to information in the labeling of processed foods and beverages?

Medidas Corretivas na Lei 29571

Elas garantem o direito à informação dos consumidores na rotulagem de alimentos e bebidas industrializados?

#### ARTÍCULO DE REVISIÓN

Rachel Rosaida Chávez Guadalupe

[reishelchg@gmail.com](mailto:reishelchg@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0002-1635-4420>

Universidad Nacional Federico Villarreal, Lima –Perú

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima –Perú

Recibido 24 de Noviembre 2023 | Arbitrado y aceptado 30 de Noviembre 2023 | Publicado el 02 de Diciembre 2023

#### RESUMEN

Las normas sobre protección al consumidor son diversas y especiales, hace 13 años se aprobó la Ley 29571, que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor (el código) y en el 2016 se publicó el Decreto Legislativo 1304, que aprueba la Ley de Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados. No obstante, la jurisprudencia en dicha materia reporta las infracciones constantes a pesar de los años de vigencia de las normas.

El Registro Sanitario es el requisito sine qua non para el ingreso al mercado de los productos industrializados, es otorgado por la DIGESA mediante un trámite de aprobación automática con la presentación, en calidad de declaración jurada, de los requisitos exigidos para ello, como el nombre del producto, los ingredientes y aditivos. Con la aprobación de dicho título habilitante y la comercialización de los productos, le corresponde al INDECOPI, entre otros, la fiscalización posterior de la veracidad de la información consignada en el etiquetado.

Como autoridad competente, ante la advertencia de infracciones al código, el INDECOPI inicia el procedimiento sancionador de oficio, siendo las medidas correctivas (MC) parte de la sanción, a fin de resarcir el daño y evitar que este se produzca nuevamente. Consecuentemente, su dictado debe seguir una línea de acción definida, basado en criterio claros respecto al tema en concreto y similitud de casos, detallándose la forma de su ejecución y posibilidad de su cumplimiento, a fin de garantizar el derecho de información de los consumidores.

**Palabras clave:** Información, Etiquetado, Denominación, Alimentos y bebidas industrializados, Registro Sanitario, Consumidores, Proveedores, DIGESA, INDECOPI.

#### ABSTRACT

The regulations on consumer protection are diverse and special, 13 years ago Law 29571 was approved, which approves the Consumer Protection and Defense Code (the code) and in 2016 Legislative Decree 1304 was published, which approves the Consumer Protection Law (the code) Labeling and Verification of Technical Regulations for Manufactured Industrial Products. However, the jurisprudence on this matter reports constant infractions despite the years of validity of the regulations.

The Health Registry is the sine qua non requirement for industrialized products to enter the market. It is granted by DIGESA through an automatic approval process with the presentation, as a sworn declaration, of the requirements required for this, such as the name of the product, ingredients and additives. With the approval of said enabling title and the marketing of the products, it is up to INDECOPI, among others, to subsequently supervise the veracity of the information contained in the labeling.

As a competent authority, upon warning of violations of the code, INDECOPI initiates the sanctioning procedure ex officio, with corrective measures (CM) being part of the sanction, in order to compensate for the damage and prevent it from occurring again. Consequently, its dictation must follow a defined line of action, based on clear criteria regarding the specific topic and similarity of cases, detailing the form of its execution and the possibility of its compliance, in order to guarantee the right to information of consumers.

**Keywords:** Information, Labeling, Denomination, Industrialized foods and beverages, Health Registry, Consumers, Suppliers, DIGESA, INDECOPI.

#### RESUMO

As regulamentações de defesa do consumidor são diversas e especiais, há 13 anos foi aprovada a Lei 29.571, que aprova o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (o código) e em 2016 foi publicado o Decreto Legislativo 1.304, que aprova a Lei de Defesa do Consumidor (o código) Rotulagem e Verificação de Regulamentos Técnicos para Produtos Industriais Fabricados. Contudo, a jurisprudência nesta matéria reporta infrações constantes apesar dos anos de vigência da regulamentação.

O Registro Sanitário é requisito sine qua non para a entrada de produtos industrializados no mercado e é concedido pela DIGESA por meio de processo de aprovação automática com a apresentação, em forma de declaração juramentada, dos requisitos exigidos para tal, como o nome do produto, ingredientes e aditivos. Com a aprovação do referido título de habilitação e a comercialização dos produtos, cabe ao INDECOPI, entre outros, fiscalizar posteriormente a veracidade das informações contidas na rotulagem.

Como autoridade competente, ao alertar sobre violações do código, a INDECOPI inicia o procedimento sancionatório ex officio, fazendo parte da sanção as medidas corretivas (MC), a fim de compensar o dano e evitar que ele volte a ocorrer. Consequentemente, o seu ditado deve seguir uma linha de atuação definida, baseada em critérios claros quanto ao tema específico e à semelhança dos casos, detalhando a forma da sua execução e a possibilidade do seu cumprimento, de forma a garantir o direito à informação dos consumidores.

**Palavras-chave:** Informação, Rotulagem, Denominação, Alimentos e Bebidas Industrializados, Cadastro Sanitário, Consumidores, Fornecedores, DIGESA, INDECOPI.

## Introducción

A pesar de los 13 años de vigencia de la Ley 29571, que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor y de las normas sobre información y etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, las infracciones al respecto son constantes como se evidencia en los procesos sancionadores seguidos ante el INDECOPI, un ejemplo de ello son las denuncias de la ASPEC contra las empresas GLORIA y NESTLÉ por la comercialización de sus productos como “leche evaporada...” cuando por su composición debieron denominarse “mezcla láctea compuesta”, induciendo así a error a los consumidores mediante el etiquetado de los productos Pura vida nutrimax, Bonlé leche evaporada deslactosada, Bonlé leche evaporada familiar (comercializados por la empresa GLORIA), y los productos comercializados por la empresa NESTLÉ, Reina del campo e Ideal amanecer. En específico, en el caso del producto Pura Vida Nutrimax, el INDECOPI como autoridad competente en la fiscalización del etiquetado de los productos industrializados, ordenó como medida cautelar: (i) la inmovilización y cese de comercialización de todos los productos puestos en el mercado a nivel nacional, y (ii) comunicar a todos sus canales de venta a nivel nacional sobre la prohibición de comercialización del producto.

El punto de partida para el ingreso al mercado de los productos industrializados es el Registro Sanitario, cuya aprobación está a cargo de la DIGESA previa presentación de los requisitos exigidos para ello, dentro de los cuales está la presentación en calidad de declaración jurada, en mérito al proceso de aprobación automática que corresponde, del nombre del producto, con la condición de que dicha denominación, refleje su verdadera naturaleza. Por tanto, la fiscalización respecto a la información en el etiquetado de dichos productos, es realizado de manera posterior o también llamado fiscalización ex post y está a cargo del INDECOPI, quien como parte de su labor además de acreditar la infracción al código, deberá imponer las sanciones que corresponden y ordenar las Medidas Correctivas que amerita en cada caso en concreto, las mismas que pueden ser de dos tipos: (i) reparatorias (para resarcir el daño) y complementarias (para evitar que se vuelva a repetir la infracción), pudiendo ser estas de diversa índole como: el cese de la infracción, la inmovilización del producto, el retiro del mercado del producto, la adecuación de las etiquetas, etc., a fin de garantizar el

derecho de información de los consumidores y evitar que sean inducidos a error por medio de las etiquetas de los productos.

A partir del escenario descrito y el análisis de la jurisprudencia al respecto, corresponde plantearnos la siguiente pregunta: ¿Las medidas correctivas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizan el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados?

Para responder a dicho cuestionamiento, nos propusimos los siguientes objetivos: (i) Determinar la protección constitucional y normativa del derecho a la información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, (ii) Dilucidar la posible confusión en el empleo de los términos etiqueta, etiquetado, rótulo y rotulado, (iii) Distinguir las similitudes y diferencias de infracciones mediante la información y publicidad en el etiquetado, (iv) Analizar la jurisprudencia del INDECOPI a causa de la infracción al derecho de información e idoneidad en el etiquetado de los de los alimentos y bebidas industrializados, y a partir de ello, determinar si las medidas correctivas ordenadas, garantizan el derecho de información de los consumidores.

El presente artículo se justifica en la necesaria modificación del artículo 114° del código, como planteamiento de solución al problema advertido, a fin de garantizar el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, de modo que, se establezca la obligatoriedad del dictado de una MC en todos los casos en materia de etiquetado de dichos productos, en los siguientes dos momentos de su comercialización: (i) cuando los productos se encuentran puestos en el mercado y (ii) cuando los productos estén en proceso de distribución y/o fabricación.

Máxime sí, es de suma importancia conocer toda la información relevante de un producto alimenticio para poder tomar una adecuada decisión de consumo en virtud a la libertad de elección, pues, ante una omisión de información, información incorrecta, falsa o imprecisa; el consumidor estará expuesto al riesgo de confusión e inducción a error, que es justamente lo que pretendemos evitar a partir de nuestra propuesta de modificación.

Finalmente, resaltamos la importancia del debate y estudios sobre el tema analizado, debido a la reducida lectura al respecto por la especialidad y tecnicismo en cuanto a la legislación en materia alimentaria, a fin de incentivar la investigación y estudio de esta maravillosa rama del derecho.

## 1. EL DERECHO DE INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES:

El artículo 65° de la Constitución Política de 1993, tutela la protección de los intereses de los consumidores y usuarios, garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios:

El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Así mismo, vela en particular, por la salud y seguridad de la población (Constitución Política del Perú, 1993, artículo 65°).

Por su parte, el código establece como una de sus políticas públicas el derecho a la información de los consumidores, promoviendo su difusión y respeto por los sectores público y privado respectivos en pro de la transparencia del mercado y, por que la información sea veraz y apropiada a fin de que los consumidores tomen una decisión de consumo libre y debidamente informada. Para tal efecto, el código en su artículo 1° enumera los derechos de los consumidores, siendo el segundo de ellos, el “Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como, para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios” (Ley 29571, 2010). Así mismo, en su artículo 2° ampara la información relevante, obligando al proveedor a ofrecerla sin condición alguna y precisa los problemas ante la forma de su entrega (excesiva o muy compleja) u omisión de la misma. Por lo que, en el artículo 3° prohíbe la información falsa o que induzca a error respecto a las características y propiedades de un producto o servicio.

En específico, en el caso de los alimentos y bebidas industrializados, el artículo 8° del código señala que toda la información de los productos manufacturados debe proporcionarse de manera comprensible y en idioma castellano; obligación en el idioma

que se extiende para la información de los ingredientes, uso y advertencias en el caso de los productos de manufactura extranjera, vale decir, los productos importados. Ello, en cumplimiento del artículo 10.1° del código, que establece que los productos envasados ofrecidos al consumidor, contengan toda la información establecida en la norma sectorial de rotulado correspondiente, de manera visible y legible. Además, de la información obligatoria que detallamos precedentemente, el código en su artículo 34° autoriza la proporción de “información complementaria” por los canales físicos, digitales u otra forma de difusión, únicamente si cumple dos requisitos: 1) si su remisión a dicha fuente es clara y expresa; y, 2) si la información es comprensible, veraz, fácilmente accesible y clara, en fiel observancia del código y las normas sobre la materia.

Por lo expuesto, es fundamental y de relevante interés la información que el proveedor entrega al consumidor, en la medida que, a partir de ello, tomará una decisión de compra, pudiendo ser ésta el resultado de una adecuada información o de la inducción a error, a causa de la asimetría informativa como falla del mercado. **La información adecuada**, se configura en la entrega de toda aquella sin la cual no se hubiera concretado el consumo o se habría realizado en diferentes términos y condiciones, en tanto que, **la inducción a error**, se materializa a partir de la entrega de información excesiva u omisión de esta “respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos” (Ley 29571, 2010, artículo 3°), en base a ello, el código prohíbe tres acciones: Informar de modo que se induzca a error, hacer presentaciones que generen error y omitir información.

### 1.1. Asimetría Informativa:

El artículo IV del Título Preliminar del Código, señala que la asimetría informativa es la “característica de la transacción comercial por la cual los proveedores tiene mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores” (Ley 29571, 2010). Ello debido a que, los proveedores conocen las características específicas, datos relevantes y la forma de elaboración y/o

manipulación de sus productos, posicionándose así ventajosamente frente a los consumidores, quienes dependerán únicamente de la información que el proveedor les ofrezca en los diversos canales de comunicación, por ejemplo, en el caso de los productos industrializados, la información inmediata y directa, es entregada a los consumidores a través de las etiquetas.

En opinión de Diez Canseco (2018)<sup>1</sup>, la asimetría informativa es una falla del mercado porque ocasiona costos de transacción, desconfianza en el mercado y desalienta la competencia, con el consecuente resultado de una deficiente e incorrecta asignación de recursos por parte del adquiriente o consumidor. (Ley 29571 y normas complementarias, 2018, p.07). En esa línea, Weingarten (2007) en su libro *Derecho del Consumidor*<sup>2</sup>, postula a la información como elemento fundamental para generar certidumbre en el consumidor y acceso al conocimiento de sus derecho y obligaciones, a fin de prever posibles contingencias y planear determinadas conductas (p.130).

Precisamente, una forma de prevenir “contingencias” a partir de la asimetría informativa, es la corrección de ésta, amparada como principio en el artículo V, numeral 4 del Título Preliminar del Código, posicionando a los consumidores en una situación de desventaja frente a los proveedores al momento de actuar en el mercado. Estableciendo que, las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre ambas partes (Ley 29571, 2010), a fin de evitar el abuso de posición de dominio y a juicio de Carbonell (2015)<sup>3</sup> reducir la desventaja económica tanto para el consumidor como para la economía popular (p.75). Justificándose de este modo, la finalidad del código de garantizar el acceso a productos

<sup>1</sup> Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, “Código de protección y defensa del consumidor, Ley 29571 y normas complementarias”, segunda edición, 2018, recuperado el 24 de setiembre de 2023 de [https://spijweb.minjus.gob.pe/sdm\\_downloads/codigo-de-proteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-y-normas-complementarias/](https://spijweb.minjus.gob.pe/sdm_downloads/codigo-de-proteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-y-normas-complementarias/)

<sup>2</sup> Weingarten, C. (Ed) (2007) *Derecho del Consumidor*, Editorial Universidad.

<sup>3</sup> Carbonell, E. (Ed), (2015). *Análisis al código de protección y defensa del consumidor*. Jurista Editores E.I.R.L.

idóneos, reducir la asimetría informativa y que la interpretación normativa sea en sentido favorable al consumidor.

## 2. INFORMACIÓN EN EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS:

El Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de los Alimentos y Bebidas, en su artículo 102° define un alimento o bebida industrializado como aquel “producto final destinado al consumo humano, obtenido por transformación física, química o biológica de insumos de origen vegetal, animal o mineral y que contiene aditivos alimentarios” (Decreto Supremo 007-98-SA, 1998), por ejemplo, las galletas, chocolates, golosinas en general, productos lácteos, embutidos, etc. Consecuentemente, a partir de la referida definición, no incluyen esta categoría los alimentos de procesamiento primario, como las verduras, frutas y vegetales en general; tampoco los productos de origen pesqueros y acuícolas, como los peses y mariscos y sus derivados; mucho menos, los productos con propiedades en salud, como los productos dietéticos o herbarios.

### 2.1. Etiqueta, etiquetado, rótulo y rotulado, ¿En qué se diferencian?

La información de los productos industrializados, es entregada a los consumidores mediante la etiqueta, etiquetado o rótulo. Según el Codex Stan 1-1985, Norma general para el etiquetado de los alimentos preenvasados, revisada en 2018, **la etiqueta** es “cualquier marbete, rótulo, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento” (Normas Internacionales de los Alimentos [Codex Alimentarius], 1985, p.02), en tanto que, **el etiquetado** es “cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene la etiqueta, acompaña al alimento o se expone cerca del alimento, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación.” (p.02).

La referida norma no incluye el término “rotulado” en sus definiciones, como por paradójico que parezca, tampoco lo hace la Guía informativa sobre rotulado del

INDECOPI<sup>4</sup> al limitarse únicamente a responder la pregunta ¿qué es un rótulo?, no obstante, sí emplea la palabra “rotulado”, lo que nos permite afirmar que se trata del mismo término. No así, en el caso de la etiqueta y el etiquetado ya que ambos son definidos, de manera separada, por una norma especial.

La importancia de hacer estas distinciones se justifica porque dichos términos (etiqueta, etiquetado, rótulo y rotulado) son utilizados de manera indistinta para referirse a aquella envoltura del producto que posee la información que dispone la Ley de etiquetado y verificación de los reglamentos técnicos de los productos industrializados manufacturados (Decreto Legislativo 1304, 2016). Si bien dichos términos sirven para informar, la particular distinción es que el etiquetado, además de informar, está destinado a “fomentar la comercialización”. No obstante, la aparente diferencia, la tercera disposición complementaria final de dicha norma, despeja todas las dudas al respecto al precisar que “toda referencia al término rotulado contenido en otras disposiciones normativas vigentes debe ser entendida como etiquetado” (p.03). Consideración que también fue adoptada por la SPC en el numeral 65, pie de página 26, de la Resolución Final 2623-2018/SPC-INDECOPI<sup>5</sup> al indicar que hará alusión indistinta de los términos etiquetado y rotulado:

“En el presente pronunciamiento, se hará alusión indistinta de los términos etiquetado y rotulado, pues, la Tercera Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo 1304, Ley de Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados, establece que, toda referencia al término rotulado contenido en otras disposiciones normativas vigentes debe ser entendida como etiquetado” (p.35)

Por lo expuesto, podemos concluir que, en la legislación y jurisprudencia nacional los términos etiqueta, etiquetado, rótulo y rotulado son considerados similares,

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Defensa de la Competencia, INDECOPI. Centro de Información y Documentación del INDECOPI. (2013). *Guía informativa sobre rotulado*. INDECOPI. <http://hdl.handle.net/11724/4687>

<sup>5</sup> Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expediente 676-2017/CC2 (acumulados). Resolución Final 2623-2018/SPC. <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>



autorizándose su uso indistinto para referirse a ellos. Distinta es la consideración internacional al respecto, porque la norma Codex Stan 1-1985, se limita únicamente a los términos etiqueta y etiquetado, distinguiendo y definiéndolas por separado. Por tanto, en la legislación internacional, etiqueta y etiquetado son diferentes y no existe el término rotulado.

## 2.2. Protección de los consumidores en los alimentos, en la Ley 29571.

El código en sus artículos del 30° al 37° aborda la protección de los consumidores en los alimentos dentro del Capítulo IV, de la salud y seguridad de los consumidores. Así, en el artículo 30° se protege el derecho a la inocuidad de los alimentos, entendida esta como “exento de riesgos para la salud humana” (Decreto Supremo 007-98-SA, 1998, numeral 15 del Anexo, p.46), vale decir, que los alimentos que el proveedor ofrece en el mercado estén libres de algún riesgo o peligro para la salud humana, esto es, que sean aptos para su consumo. En el artículo 31°, se protege la calidad de los productos, en la medida que los proveedores deben poseer, de manera previa a la comercialización, las pruebas necesarias de la calidad que alegan en el etiquetado de sus productos, como, por ejemplo, en el año 2009 se solicitó a la empresa Bimbo, por la comercialización de su “pan de molde bimbo” debido a que consignó en su etiqueta la expresión “100% integral”, no obstante, en sus ingredientes citaba: harina fortificada, germen y salvado de trigo, lo que motivó la denuncia de la ASPEC porque un producto 100% integral no debería tener añadido dichos insumos y porque no se indicaba en los ingredientes que el producto poseía harina integral, lo que se esperaba en un producto de esa naturaleza. Como consecuencia, la empresa fue sancionada con la Resolución 0055-2009/SC1-INDECOPI<sup>6</sup>.

Propiamente, el etiquetado y denominación se protegen en el artículo 32°, que obliga la consignación de la denominación que refleje la verdadera naturaleza de los productos, sin causar engaño o confusión. La obligación de poseer un certificado y

---

<sup>6</sup> Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expediente 0901-2008/CCD. Resolución 0055-2009/SC1-INDECOPI.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

etiquetado fácilmente identificable y adecuado, para distinguir a los productos orgánicos, lo establece el artículo 35° del código, a fin de que los consumidores no sean inducidos a error con productos que no poseen dicha calidad, siendo, por tanto, el certificado el documento acreditador del no uso de químicos en todo el proceso productivo. El artículo 36° regula el etiquetado de grasas trans, obligando al proveedor la advertencia en su etiqueta tanto su contenido como su porcentaje. Sin embargo, a pesar de la plena vigencia de dicha norma y la no exigibilidad de un reglamento para su cumplimiento, algunas empresas omitiendo informar el porcentaje de dichas grasas, por lo que fueron sancionadas mediante las resoluciones 2215-2013/SPC-INDECOPI, 2216-2013/SPC- INDECOPI, 2038-2013/SPC-INDECOPI, 2367-2013/SPC-INDECOPI, 1922-2013/SPC-INDECOPI, 411-2013/CC2- INDECOPI y 2184-2014/CC2-INDECOPI<sup>7</sup>.

Respecto al etiquetado de los productos transgénicos, el artículo 37° del código obliga la información de ello en el etiquetado “Los alimentos que incorporen componentes genéticamente modificados deben indicarlo en sus etiquetas”. No obstante, con la misma interpretación del artículo 36°, los proveedores omitieron informar dicho componente bajo el argumento de la carencia de su reglamento, por lo que, a causa de las denuncias interpuestas por la ASPEC, fueron sancionadas mediante las resoluciones: 2055-2017/CC2-INDECOPI, 2937-2018/CC2-INDECOPI, 2809-2018/CC2-INDECOPI, 134-2019/ILN-CPC-INDECOPI, 197-2019/ILN-CPC INDECOPI, 2522-2019/SPC-INDECOPI, 2304-2019/SPC-INDECOPI, 2051-2019/SPC-INDECOPI y 2651-2019/SPC-INDECOPI<sup>8</sup>, confirmando así la plena

<sup>7</sup>Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expedientes 3293-2012/SPC1, 3294-2012/SPC1, 3292-2012/SPC1 y 3297-2012/SPC1. Comisión de Protección al Consumidor [CPC]. Expedientes 879-2012/CPC, 247-2013/CPC y 77-2014/CPC. Resoluciones 411-2013/CC2-INDECOPI y 2184-2014/CC2. <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

<sup>8</sup> Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Comisión de Protección al Consumidor [CC2]. Expedientes N° 0676-2017/CC2, 229-2018/CC2 y 1251-2017/CC2; resoluciones respectivas 2055-2017/CC2-INDECOPI, 2937-2018/CC2-INDECOPI y 2809-2018/CC2-INDECOPI. Comisión de Protección al Consumidor sede Lima Norte [ILN-

vigencia de este artículo y la carencia de su reglamento, pero aclarando que dicha norma, no es condición sine qua non para su cumplimiento.

### 2.3. Información en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados:

El etiquetado o rotulado de los alimentos y bebidas industrializados, debe poseer toda la información mínima que las normas disponen al respecto, vale decir: el nombre o denominación, ingredientes o componentes, aditivos, fabricante, distribuidor o importador, número de registro sanitario, fecha de producción y caducidad, número de lote, indicaciones para su adecuada conservación y uso, así como, las advertencias ante riesgos o peligros.

El **nombre del producto** debe reflejar su verdadera naturaleza, ser específico y no debe generar confusión ni engaño y debe ubicarse en la parte frontal del producto y debe ser único, lo que implica la prohibición del uso de más de una denominación. No obstante, esta disposición, en el año 2018 la ASPEC denunció a la empresa LAIVE S.A. por comercializar su producto con doble denominación como *“leche evaporada (...)”* y como *“mezcla láctea compuesta (...)”*. Como se visualiza en la figura 01:

---

CPC]. Expedientes 67-2018/ILN-CPC y 74-2018/ILN-CPC, resoluciones correspondientes 134-2019/ILN-CPC-INDECOPI y 197-2019/ILN-CPC-INDECOPI. Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expedientes 0459-2019/SPC, 233-2019/SPC, 419-2019/SPC, 0459-2019/SPC; y, resoluciones respectivas 2522-2019/SPC-INDECOPI, 2304-2019/SPC-INDECOPI, 2051-2019/SPC-INDECOPI, 2651-2019/SPC-INDECOPI.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

**Figura 01:**

*Producto con dos denominaciones en una misma etiqueta:*



*Nota: Parte frontal dl etiquetado que evidencia dos denominaciones diferentes de un mismo productos que induce a error a los consumidores [imagen] tomada de la Resolución 2405-2019/SPC-INDECOPI, 2019, página web del INDECOPI, buscador de resoluciones <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>. En el dominio público.*

Los **aditivos alimentarios**, no son alimentos y no pueden ser empleados como componente o ingrediente principal del producto, pueden o no tener valor nutritivo, y su uso es para fines complementarios. Se debe informar en el etiquetado indicando su clase funcional y su nombre específico o el número de identificación. Los **ingredientes** deben indicarse en las etiquetas mediante una lista que indique taxativamente dicho término y deben ser citados de forma decreciente según al peso inicial (m/m) al momento de la fabricación del alimento. Los ingredientes compuestos se informan usando paréntesis. Están exentos de estas disposiciones, los productos que posean un solo ingrediente como el café, arroz, azúcar, etc. Los **datos del fabricante o importador**, deben indicarse en idioma castellano de forma clara y visible, en todos los productos sin excepción alguna, sean productos nacionales o extranjeros. El **Registro Sanitario** es la autorización que la DIGESA otorga al proveedor y es un requisito obligatorio para la comercialización, importación, distribución o fabricación de su producto en el mercado nacional, su vigencia es de 05 años con posibilidad de renovación.

#### **2.4. Información en la etiqueta y publicidad en la etiqueta, ¿Es lo mismo?**

A través de la etiqueta o rótulo se entrega al consumidor los datos exigidos por ley respecto del producto como el nombre, ingredientes, etc., como ya lo detallamos en líneas precedentes. Mediante la publicidad, se resalta las características del producto con el objetivo de promover su compra y puede realizarse en diversos medios, siendo la etiqueta uno de ellos. Consecuentemente, ambos información y publicidad son realizados en el mismo soporte (etiqueta), no obstante, en cada caso la consideración es diferente “información en el etiquetado” que abarca toda la etiqueta, y “publicidad en el etiquetado” que sólo se ubica en la parte frontal. A partir de la información se puede derivar a la publicidad, la misma que puede ser veraz, engañosa, imprecisa o falsa.

En ese sentido, no es lo mismo hablar de información y publicidad, como tampoco la afectación normativa, que en el caso de la información se transgrede el código, en tanto que, por la publicidad, la norma vulnerada es el Decreto Legislativo 1044, que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, pero únicamente si los intereses afectados son colectivos y/o difusos de los consumidores, conforme lo dispone el artículo 8° de dicha norma que regula los actos de engaño. Reservándose así, de manera excepcional, el código para las afectaciones específicas a los consumidores por publicidad engañosa, según lo dispuesto en su artículo 17°, sobre la competencia en materia publicitaria, tipificándose la infracción como afectación al deber de idoneidad, según los artículos 18° y 19° del citado código

#### **2.5. Importancia del etiquetado de los productos industrializados:**

La información respecto de las características de los productos y la trazabilidad o rastreabilidad<sup>9</sup> de los mismo, son dos razones que otorgan relevante importancia al

---

<sup>9</sup> La Directiva Sanitaria de rastreabilidad para la inocuidad de los alimentos (Directiva Sanitaria 147-MINSA/DIGESA-2023) realiza la definición en el numeral 5.1.20. Rastreabilidad de productos en la cadena alimentaria: Llamada también trazabilidad. Capacidad para seguir el desplazamiento de un alimento a través de una o varias etapas específicas de su producción, transformación y distribución. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/3870631-106-2023-minsa>

etiquetado, por ser éste el canal mediante el cual se brinda la información obligatoria dispuesta por ley. Aunado a ello, no podemos ser ajenos al avance tecnológico en los alimentos industrializados, que, sin una debida regulación para su información, se pondría en riesgo de inducción a error a los consumidores por la diversidad y masividad de los productos. Así, ante las dudas o desconocimiento del mismo, el consumidor a través del etiquetado podrá informarse y tomar una decisión según sus intereses. Consecuentemente, el etiquetado no puede poseer información excesiva, de difícil entendimiento, falsa, no actualizada, etc., porque además de desinformar al consumidor, le generará problemas de confusión.

En tal sentido, la legislación sobre la materia y las disposiciones de las autoridades competentes, como las medidas correctivas ordenadas por el INDECOPI direccionadas a corregir el etiquetado; deben garantizar el derecho de información de los consumidores a través de una regulación o disposición oportuna y eficiente. En esa línea, el INDECOPI en su Guía informativa sobre rotulado<sup>10</sup>, señaló que “por medio de la reglamentación de los rótulos de los productos envasados listos para ser ofrecidos al consumidor, se procura asegurar que los mismos orienten la decisión de compra, brindando información relevante, evitando que se describa al producto de manera errónea o se presente información que de alguna manera resulte falsa, equívoca, engañosa o carente de significado en algún aspecto; de modo de velar por la protección del consumidor y mejorar la libre circulación de los productos” (p.03).

### **3. COMPETENCIA Y ACCIONES DEL INDECOPI EN LA FISCALIZACIÓN DEL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS.**

La finalidad del código, es la reducción de la asimetría informativa y el acceso a los productos y servicios idóneos en las relaciones de consumo celebrados en el territorio nacional o si sus efectos se producen en este. Así mismo, garantiza el derecho a la información promoviendo la transparencia del mercado, para ello, enumera los

<sup>10</sup> Instituto Nacional de Defensa de la Competencia, INDECOPI. Centro de Información y Documentación del INDECOPI. (2013). *Guía informativa sobre rotulado*. INDECOPI. <http://hdl.handle.net/11724/4687>

derechos de los consumidores en el artículo 1° del código, como el derecho de acceso a la información oportuna, suficiente, fácilmente accesible y relevante, y prohíbe la omisión de esta, así como la inducción a error.

Por el artículo 10.2 del código, el INDECOPI es competente para fiscalizar el etiquetado de los productos industrializados, y como tal puede imponer sanciones según las infracciones leves, graves o muy graves, pudiendo ser desde una amonestación hasta una multa de 450 UIT, conforme lo dispone el artículo 110° del código.

### **3.1. Las medidas correctivas como mecanismo de fiscalización en el etiquetado de los productos industrializados:**

Además de las sanciones, las MC también integran el proceso de fiscalización y están normadas en el artículo 114° y pueden ser dictadas de oficio o a pedido de parte, distinguiéndose en **reparadoras**, a fin de resarcir las consecuencias patrimoniales a causa de la infracción; y, **complementarias**, para revertir los efectos o evitar que la infracción se vuelva a realizar. En tal sentido, podemos inferir que las MC son mecanismos de corrección de las acciones transgresoras del código para corregir o prevenir que se vuelva a producir, las mismas que deben ser dictadas u ordenadas siguiendo el criterio dispuesto en el artículo 251.1 del TUO de la Ley 27444, esto es, ajustándose a la intensidad, proporcionalidad y necesidad de los bienes jurídicos que se pretenden garantizar, del mismo modo, que deben ser razonables.

Durante la tramitación de los procedimientos en materia de etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, el INDECOPI ha dictado una serie de MC, según cada caso en concreto. No obstante, a partir del análisis de la jurisprudencia al respecto, podemos concluir sin temor a equivocarnos que algunas fueron acertadas porque cumplían su finalidad, pero muchas otras fueron insuficientes y hasta confusas, y en el peor de los casos, no se dictaron MC porque lo consideraron no necesaria, como se evidencia en el siguiente análisis:

- **Medidas correctivas contradictorias:**

Los procesos seguidos contra la empresa Kaita Natural Network S.A.C., porque sus productos “bebida energizante instantánea con sabor a maracuyá” y “bebida energizante instantánea sabor a maracuyá”, poseían en sus etiquetas información

imprecisa debido a que el Registro Sanitario de cada producto se encontraba vencido y poseían una incorrecta denominación. Cada proceso se tramitó en expedientes separados y concluyeron con las Resoluciones respectivas N° 1875-2019/CC2-INDECOPI y N° 1876-2019/CC2-INDECOPI<sup>11</sup> declarando FUNDADA las denuncias e imponiendo una multa de 17UIT en cada caso, no obstante, a pesar de la similitud de infracciones y productos, las MC ordenadas fueron contradictorias: en el primer caso, fue denegada, en tanto que, en el segundo caso, la CC2 ordenó el cese de la comercialización mediante el retiro del mercado y la inmovilización del producto. Evidenciándose de este modo, la carencia de un lineamiento claro para el dictado de las MC frente a casos similares.

- **Medidas correctivas denegadas:**

Tres procesos contra la empresa GLORIA S.A., por comercializar sus productos con denominaciones que no reflejaban su verdadera naturaleza porque en sus etiquetas se denominaban como “leche evaporada (...)”, a pesar que contenían ingredientes no lácteos, que las calificaban como “mezclas lácteas compuestas”.

A pesar del evidente riesgo de inducción a error, en la primera instancia del proceso, la CC2 denegó las MC solicitadas en los tres casos basándose únicamente en la información de la empresa de “haber modificado sus etiquetas”, sin embargo, ello no fue del todo cierto porque la denunciante ASPEC en sus apelaciones acreditó que los productos Bonlé familiar y Bonlé deslactosada seguían comercializándose y para ello, presentó la boleta de compra realizada después de la fecha y notificación de la resolución que denegó la MC solicitada. A partir de ello, la SPC en los tres casos [Pura vida nutrimax, Resolución 2623-2018/SPC-INDECOPI; Bonlé Familiar, Resolución 2624-2018/SPC-INDECOPI; y, Bonlé Deslactosada, Resolución 2626-2018/SPC-INDECOPI], revocó dichos actos administrativos y ordenó como MC la implementación de protocolos comerciales a fin de que se modifique la denominación en el etiquetado de los productos. Evidenciándose así, la necesidad del dictado de MC en todos los casos, incluso si el proveedor informó que “corrigió la infracción”.

<sup>11</sup> Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Comisión de Protección al Consumidor 02 [CC2]. <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>



- **Medidas correctivas insuficientes:**

Cinco procesos por infracción del artículo 37° del código, por la omisión de informar que los productos poseían un componente genéticamente modificado o también llamado transgénico, pese a que algunos productos que se comercializaban en otros países, sí informaban dicho componente en su etiquetado:

- i. Productos M&M y SNICKERS resueltos con las resoluciones respectivas 134-2019/ILN-CPC y 197-2019/ILN-CPC, cuya MC de primera instancia fue informar dicho componente en sus etiquetas, pero sólo de aquellos productos que estaban en proceso de distribución. Ambas resoluciones fueron consentidas, por lo que, se dejó a la libre comercialización de los productos ya puestos en el mercado, con la información cuestionada, cuando se pudo haber ordenado el retiro del mercado y la adecuación de sus etiquetas.
- ii. Productos “Pudín Royal, Choco Donuts y Chips Ahoy!”: En primera instancia la CC2 dictó como MC informar el componente transgénico, pero sólo en las etiquetas de los productos que estén en proceso de distribución y/o fabricación con posterioridad a las resoluciones, disposición que fue corregida por la SPC mediante las respectivas resoluciones 2051-2019/SPC-INDECOPI, 2304-2019/SPC-INDECOPI y 2651-2019/SPC-INDECOPI ordenando que dicha medida se aplique también para los productos que estén puestos en el mercado, de modo que, todos los productos, sin excepción, adecúen sus etiquetas y garanticen el derecho de información de los consumidores. Además de ello, la SPC amplió la MC detallando la forma de ejecución con la precisión de las frases a emplear, el tamaño, tipo y color de letra.

Evidenciándose así, la necesidad del dictado de MC en todos los casos para corregir la infracción y prevenir que se vuelva a producir, dilucidando y aclarando la forma de su ejecución, a fin de brindar las facilidades y posibilidad de su cumplimiento.

### 3.2. ¿Las medidas correctivas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizan el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados?

Las 10 resoluciones analizadas, justifican la respuesta negativa a la pregunta, en la medida que, pese a la evidente y acreditada infracción, no se dictaron las MC acordes al caso en concreto, que garantice el derecho de información de los consumidores, por lo que, para lograrlo amerita la modificación del artículo 114° del código disponiendo la “obligatoriedad del dictado de una MC” en todos los casos en materia de etiquetado de los productos industrializados, basados en las siguientes etapas de comercialización:

- Cuando **los productos se encuentran puestos en el mercado y se estén comercializando al alcance de los consumidores**, la MC a ordenar, dependiendo el caso en concreto, recaerá en dos acciones: 1) el retiro del mercado de los productos cuestionados y 2) la suspensión del registro sanitario y la consecuente adecuación de la información en el etiquetado, ya sea a través del uso de un sticker para el agotamiento de stock o con una nueva etiqueta. A fin de que dichos productos no se sigan comercializando ni induciendo a error a los consumidores
- Cuando **los productos no han sido distribuidos y/o estén en proceso de fabricación**, la MC a ordenar en este caso recae también en dos acciones: 1) la paralización de comercialización, lo que implica la no puesta al mercado y 2) la suspensión del registro sanitario y la consecuente adecuación de la información en el etiquetado, ya sea a través del uso de un sticker para el agotamiento de stock o con una nueva etiqueta.

Por supuesto, la excepción a esta medida es la acreditación por parte del proveedor del retiro y adecuación del 100% de sus productos y la implementación de un protocolo o plan de acción que garantice que no se vuelva a repetir la infracción.

La adecuación y/o modificación de las etiquetas dependerá única y exclusivamente de las autorizaciones de la DIGESA, para agotar el stock de los productos mediante el uso de un sticker con la información correcta respecto del

producto y para las anotaciones en el expediente del registro sanitario para las nuevas etiquetas; así mismo, dichas modificaciones deben realizarse en función a lo dispuesto por el INDECOPI en la resolución final que agota el procedimiento sancionador.

### CONCLUSIONES:

- En la legislación y jurisprudencia nacional los términos etiqueta, etiquetado, rótulo y rotulado son considerados similares, autorizándose su uso indistinto para referirse a ellos. Distinto es el tratamiento en la legislación internacional, que se limita únicamente a los términos etiqueta y etiquetado, distinguiendo y definiéndolas por separado, con la inexistencia del término rotulado.
- La jurisprudencia ha demostrado la necesidad de un procedimiento sancionador, multas y MC idóneas para enfatizar la vigencia y cumplimiento de las normas en materia de información en el etiquetado de los productos industrializados. Como ocurrió en el caso de las empresas GLORIA S.A. y NESTLÉ PERÚ S.A., por comercializar sus productos como “**leche evaporada**” a pesar que por sus componentes no lácteos, se categorizaban como “**mezclas lácteas compuestas**”, induciendo a error a los consumidores.
- El INDECOPI es competente para fiscalizar las infracciones en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, categorizando las infracciones en leves, graves y muy graves, e imponiendo sanciones desde una amonestación hasta una multa máxima de 450 UIT.
- Las MC son mecanismos de corrección de las acciones transgresoras del código para corregir o prevenir que se vuelvan a producir, por tanto, también comprenden las sanciones y pueden ser ordenadas a pedido de parte o de oficio, pudiendo ser de dos tipos reparadoras (para resarcir el daño) o complementarias (para prevenir que se vuelva a producir).
- Las MC deben ser dictadas atendiendo a los criterios establecidos en el artículo 251.1 del TUO de la Ley 27444: (i) ajustándose a la intensidad,

proporcionalidad y necesidad de los bienes jurídicos que se pretenden garantizar; y, (ii) deben ser razonables.

- Las MC en el Código, no garantizan el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, porque a partir de la jurisprudencia analizada se evidenció que no se dictaron las MC acordes al caso en concreto, debido a que, algunas fueron contradictorias a pesar de la similitud, otras fueron insuficientes y hasta confusas, y en el peor de los casos, fueron denegadas porque no lo consideraron necesarias.
- Para garantizar el derecho de información de los consumidores en el etiquetado de los alimentos y bebidas industrializados, amerita que se establezca la obligatoriedad del dictado de una MC en todos los casos en materia de etiquetado de dichos productos, abarcándose dos etapas de la comercialización: (i) cuando los productos se encuentran puestos en el mercado y (ii) cuando los productos estén en proceso de distribución y/o fabricación.
- La modificación normativa propuesta, garantizará que dichos productos posean la información correcta y actualizada, según sus ingredientes y características, principalmente, reflejando su verdadera naturaleza, toda vez que, la información en el etiquetado no es previamente revisada por la DIGESA para la aprobación de su Registro Sanitario, ya que es presentada en calidad de declaración jurada, por tanto, corresponde al INDECOPI como autoridad competente, garantizar el derecho a la información de los consumidores mediante una MC acorde e idónea a partir de un proceso sancionador.

#### RECOMENDACIONES:

- A pesar de los años de vigencia del código, la información sobre la calidad de los productos no ha sido debidamente difundido, lo que amerita enfatizar en ello, a fin de que los consumidores puedan distinguirlos y estén en la capacidad de acceder a mayores datos y puedan solicitar

cuando lo requieran, la acreditación de la calidad alegada, en especial si ésta es referente a un atributo sobre la salud.

- Recomendamos la enseñanza en las escuelas de la lectura de las etiquetas de los alimentos y bebidas industrializados, como parte del currículo escolar, a fin de que, los alumnos puedan distinguir claramente los datos relevantes en ella y tomar una decisión adecuada de consumo, más aún si se trata de la alimentación.
- Consideramos que el artículo 10.2 del código, es insuficiente para resolver el problema de fiscalización que afronta el INDECOPI porque se limita a otorgar competencia para dicha labor, por lo que, recomendamos que se determine un porcentaje de acciones concretas para dicho fin.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Carbonell, E. (Ed), (2015). Análisis al código de protección y defensa del consumidor. Jurista Editores E.I.R.L.

Comisión del Codex Alimentarius. (1985). Norma General para el etiquetado de los alimentos preenvasados. CODEX STAN 1-1985. <http://www.fao.org/faowho-codexalimentarius/es/>

Comisión del Codex Alimentarius. (1995). Norma General para los aditivos alimentarios. CODEX STAN 192-1995. <http://www.fao.org/faowhocodexalimentarius/es/>

Congreso de la República de Perú. Constitución Política del Perú, 1993.

Decreto Supremo 001-2016-SA. Que, aprueba el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA del Ministerio de Salud. Enero 08 de 2016. DO. No 574772. Modificado con la Resolución Ministerial 263-2016-MINSA. Abril 19 de 2016. D.O. No 583888, y Resolución Ministerial 041-2018-MINSA. Enero 26 de 2018. D.O. No 22.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia, INDECOPI. Centro de Información y Documentación del INDECOPI. (2013). Guía informativa sobre rotulado. INDECOPI. <http://hdl.handle.net/11724/4687>

Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expediente 676-2017/CC2 (acumulados). Resolución Final 2623-2018/SPC.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expedientes 0901-2008/CCD. Resolución 0055-2009/SC1-INDECOPI.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expedientes 3293-2012/SPC1, 3294-2012/SPC1, 3292-2012/SPC1 y 3297-2012/SPC1. Comisión de Protección al Consumidor [CPC]. Expedientes 879-2012/CPC, 247-2013/CPC y 77-2014/CPC. Resoluciones 411-2013/CC2-INDECOPI y 2184-2014/CC2.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.  
Comisión de Protección al Consumidor [CC2]. Expedientes N° 0676-2017/CC2, 229-2018/CC2 y 1251-2017/CC2; resoluciones respectivas 2055-2017/CC2-INDECOPI, 2937-2018/CC2-INDECOPI y 2809-2018/CC2-INDECOPI.  
Comisión de Protección al Consumidor sede Lima Norte [ILN-CPC]. Expedientes 67-2018/ILN-CPC y 74-2018/ILN-CPC, resoluciones correspondientes 134-2019/ILN-CPC-INDECOPI y 197-2019/ILN-CPC-INDECOPI. Sala Especializada en Protección al Consumidor [SPC]. Expedientes 0459-2019/SPC, 233-2019/SPC, 419-2019/SPC, 0459-2019/SPC; y, resoluciones respectivas 2522-2019/SPC-INDECOPI, 2304-2019/SPC-INDECOPI, 2051-2019/SPC-INDECOPI, 2651-2019/SPC-INDECOPI.  
<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

La Directiva Sanitaria de rastreabilidad para la inocuidad de los alimentos (Directiva Sanitaria 147-MINSA/DIGESA-2023) realiza la definición en el numeral 5.1.20. Rastreabilidad de productos en la cadena alimentaria: Llamada también trazabilidad. Capacidad para seguir el desplazamiento de un alimento a través de

una o varias etapas específicas de su producción, transformación y distribución.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/3870631-106-2023-minsa>

Ley 29571 de 2010. Que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Setiembre 02 de 2010. DO. No 424841.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, “Código de protección y defensa del consumidor, Ley 29571 y normas complementarias”, segunda edición, 2018, recuperado el 24 de setiembre de 2023 de [https://spijweb.minjus.gob.pe/sdm\\_downloads/codigo-de-proteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-y-normas-complementarias/](https://spijweb.minjus.gob.pe/sdm_downloads/codigo-de-proteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-y-normas-complementarias/)

Ministerio de Salud. Decreto Supremo que aprueba el Texto único Ordenado de Procedimientos Administrativos (TUPA) del Ministerio de Salud, Decreto Supremo 001-2016-SA. 2016.

Norma General para el Etiquetado y Declaración de Propiedades de Alimentos Preenvasados para Regímenes Especiales, CODEX STAN 146-1985, 1985. <http://www.fao.org/fao-whocodexalimentarius/es/>

Poder Ejecutivo del Perú. Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados, Decreto Legislativo 1304, 2016.

Poder Ejecutivo del Perú. Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, Decreto Legislativo 1044, 2008.

Poder Ejecutivo del Perú. Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, Decreto Supremo 007-98-SA, 1998.

Weingarten, C. (Ed) (2007) Derecho del Consumidor, Editorial Universidad.

### **Financiamiento de la investigación**

Con recursos propios.

### **Declaración de intereses**

Declaro no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

### **Declaración de consentimiento informado**

El estudio se realizó respetando el Código de ética y buenas prácticas editoriales de publicación.

### **Derechos de uso**

Copyright© 2023 por **Rachel Rosaida Chávez Guadalupe**

Este texto está protegido por la [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](#).



Usted es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar el documento, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de atribución: usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.