

Sede Administrativa Principal

Carrera 68D N° 17-11/21

PBX: (1) 2948700

Bogotá D.C. Colombia

www.invima.gov.co

Coordinación Grupo de

Publicidad

Ext. 3882 - 3902

E-Mail:

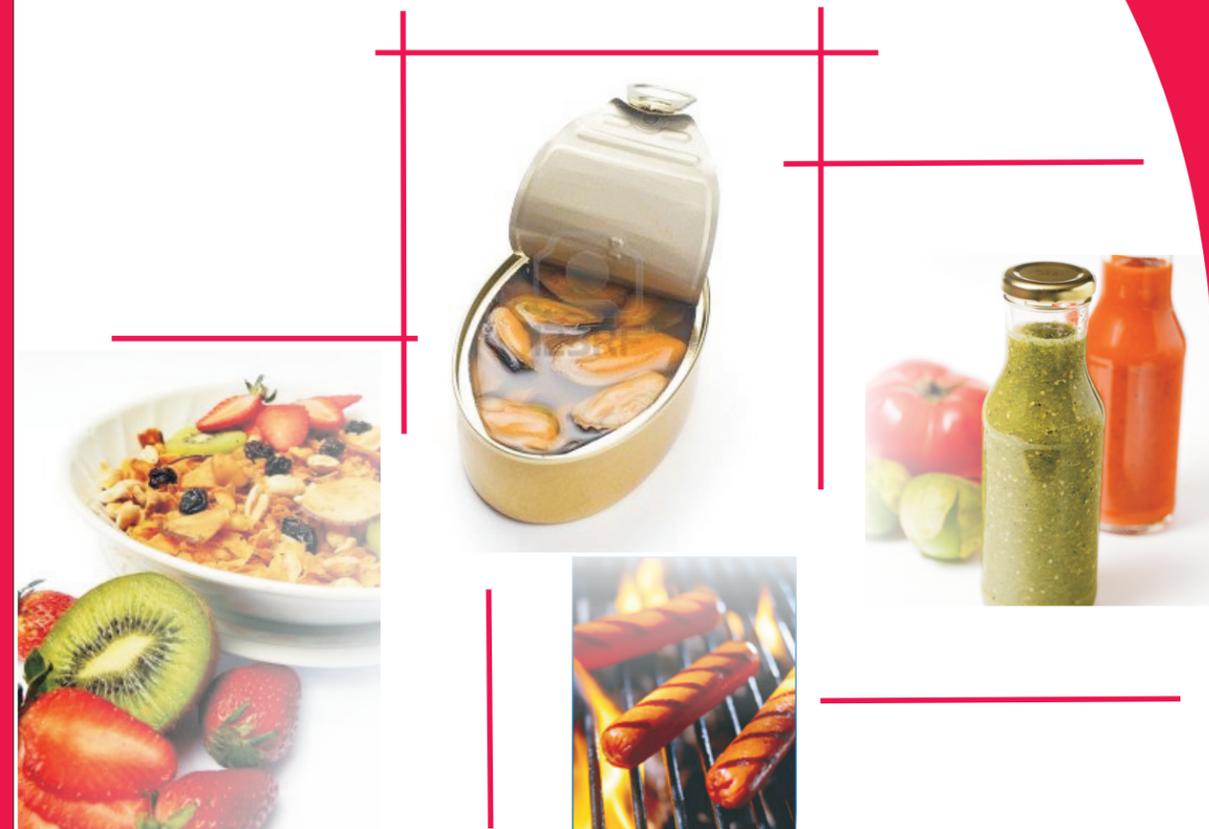
invimapub@invima.gov.co



INVIMA

ABC de Publicidad

Alimentos



Incentivo:

Objeto, elemento, componente o pieza, ajeno al alimento pero en contacto directo con éste, incluidos los adhesivos, láminas, stickers, sistemas de impresión, marcado o grabado en la superficie interna del empaque, que tenga por finalidad promover o inducir la adquisición del producto alimenticio.

Publicidad

Comunicación de mensajes con el fin de persuadir, informar o recordar a un grupo objetivo o mercado meta, acerca de bienes y/o servicios. Lo anterior con el empleo de medios de comunicación por un patrocinador claramente identificado.

Publicidad de producto

Su propósito es informar acerca de un producto específico sus bondades, cualidades, características, entre otros aspectos.

Publicidad educativa

Su objetivo es cambiar actitudes o conductas para el bien de la comunidad o el público en general.

Publicidad institucional

Se usa para crear recordación inmediata y favorable del anunciante o la marca.



MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL

Mauricio Santamaria Salamanca
Ministro de la Protección Social

Beatriz Londoño Soto
Viceministra de Salud y Bienestar

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA

Jairo Céspedes Camacho
Director General

Clara Isabel Rodríguez Serrano
Subdirectora de Registros Sanitarios

Martha Cecilia Rodríguez Ramírez
Subdirectora de Medicamentos y Productos Biológicos

Ana Graciela Criado Aussant
Subdirectora de Insumos para la Salud y Productos Varios

Laura Pasculli Henao
Subdirectora de Alimentos y Bebidas Alcohólicas

Perla Inés Llinás Álvarez
Secretaria General

Aura Yineth Correa Niño
Jefe Oficina Asesora Jurídica

Astreed Carolina Sierra Arias
Jefe Oficina Asesora Planeación, Informática y Estadística

Norma Constanza García Ramírez
Jefe Oficina de Control Interno

COORDINACIÓN EDITORIAL - GRUPO PUBLICIDAD INVIMA

Clara Inés Acevedo Galvis
Coordinadora Grupo de Publicidad

Rodrigo Alfonso Zamudio Bravo
Publicista

Silvia Milena Blanco Díaz
Comunicadora Social



GLOSARIO

Alimento:

Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Dentro de esta definición se incluyen las bebidas no alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especias.

Alimento de fórmula para lactantes:

Productos de origen animal o vegetal que sean materia de cualquier procesamiento, transformación o adición, incluso la pasteurización, de conformidad con el Codex Alimentarius, que por su composición tenga por objeto suplir parcial o totalmente la función de la leche materna en niños menores de dos (2) años.

Alimentos complementarios de la leche materna:

Productos alimenticios procesados, manufacturados o industrializados, incluida la pasteurización, destinados a la alimentación de niños menores de dos (2) años y que no tengan la calidad de alimentos de fórmula para lactantes.

Promoción de ventas

Incentivos que estimulan la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, por ejemplo: ofertas (2x1), muestras gratis, cupones, bonificaciones, descuentos, o material POP como lapiceros, gorras, calendarios, llaveros, camisetas, vasos, entre otros.



Grupos de Trabajo Territorial del INVIMA



OFICINA	DEPARTAMENTOS QUE CUBRE	UBICACIÓN DE LA SEDE	TELÉFONOS	CORREO ELECTRÓNICO
Costa Caribe 1	Guajira, Magdalena, Cesar y Atlántico	Barranquilla Cra. 54 # 72-142 P. 8	095-3602400	hsanchezl@invima.gov.co
Costa Caribe 2	Córdoba, Bolívar, Sucre y San Andrés	Montería Cll. 28 # 4-21 Of. 402	094-7822127	proquemem@invima.gov.co
Centro Oriente 1	Santander y Norte de Santander	Bucaramanga Cra. 35#54-98	097-6433362	rrinconr@invima.gov.co
Centro Oriente 2	Cundinamarca Boyacá y Amazonas	Bogotá D.C. Cra. 14A # 58A-14	091-3458654	ajimenezt@invima.gov.co
Centro Oriente 3	Tolima, Huila y Caquetá	Neiva Cll. 21#5Bis-21 Int204	098-8756169	mfajardow@invima.gov.co
Occidente 1	Antioquia y Chocó	Medellín Cra. 75 # 30A-46	094-2389898	hloperas@invima.gov.co
Occidente 2	Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo	Cali Cll. 23 Norte 3N-63 Edificio Almirante L2	092-6611643	jmuno@invima.gov.co
Oriniquia	Meta, Casanare, Arauca, Guaviare, Guainía, Vichada y Vaupés	Villavicencio Cll. 26C # 37-38 P. 2	098-8728472	jcorredors@invima.gov.co
Eje Cafetero	Quindío, Caldas y Risaralda	Armenia Cra. 14 # 23-15 P. 2	313 8439804	malarcons@invima.gov.co

Horario de atención al público
 Lunes a viernes 8:00 a.m. - 4:00 p.m.



CONTENIDO

Presentación

1. ¿Qué es publicidad? 5
2. ¿Por qué es importante el control sobre la publicidad de los alimentos? 5
3. ¿Quién es el encargado de ejercer control sobre la publicidad de los alimentos en Colombia? 5
4. ¿Cuáles son los requisitos sanitarios que debe cumplir la publicidad de los alimentos? 6
5. ¿Dónde pueden anunciarse los alimentos? 10
6. ¿Las publicidades sobre alimentos requieren autorización por parte del INVIMA? 10
7. En caso de querer un concepto previo por parte del INVIMA, ¿Cómo se presenta una solicitud de publicidad de alimentos ante el instituto? 10
8. ¿Cómo evalúa el INVIMA las autorizaciones previas de publicidad de alimentos? 11
9. ¿Qué vigencia tiene la autorización de una publicidad? 12
10. ¿Quiénes son los responsables en caso de contravención a la norma sanitaria en publicidad? 12
11. ¿A qué sanciones está sujeto el infractor por contravenir las normas sanitarias de publicidad? 12

Normatividad 13

Grupos de trabajo territorial del INVIMA 14

Glosario 15



PRESENTACIÓN

La publicidad es una técnica primordial a la hora de acceder nuevos mercados, hacer fieles a los actuales clientes y en general al comercializar productos o servicios. En materia de alimentos, medicamentos, insumos u otro tipo de artículos para el consumo humano, ésta debe ser regulada de manera especial, pues es un determinante clave para la adquisición de aquellos elementos que interferirán en la salud de los consumidores.

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, en cumplimiento de su misión de garantizar la salud pública en Colombia, asumió desde 1994 la función de ejercer inspección, vigilancia y control, no sólo de los productos que consumen o emplean los colombianos, sino de la manera como éstos se publicitan.

Con el propósito de fortalecer y agilizar esta tarea, el INVIMA cuenta desde 1999 con los Comités de Publicidad de Medicamentos y Productos Biológicos, Alimentos y Bebidas Alcohólicas, Cosméticos, Insumos para la Salud y Productos Varios, Aseo, Higiene y Limpieza, encargados de evaluar las solicitudes de publicidad que de tales productos son presentadas ante el INVIMA. La creciente demanda de autorizaciones motivó la creación del Grupo de Publicidad en el 2008, a cargo de la Subdirección de Registros Sanitarios, dependencia que actualmente coordina las actividades de los citados Comités.

A través de este documento didáctico “ABC de la Publicidad de Alimentos”, presentamos a nuestros usuarios las pautas generales para tramitar las solicitudes de autorización y los requisitos que deben observarse para que las piezas publicitarias puedan emitirse en los diferentes medios de comunicación.

Sin duda para el INVIMA y para los usuarios hay un propósito común: que la publicidad de los productos que tienen impacto en la salud pública, brinde información acertada e induzca al consumidor a una adquisición certera y segura.



Jairo Céspedes Camacho
Director General

NORMATIVIDAD

Ley 9 de 1979. “Por el cual se adoptan medidas sanitarias.”

Decreto 1397 de 1992. “Por el cual se promueve la lactancia materna, se reglamenta la comercialización y publicidad de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna y se dictan otras disposiciones.”

Resolución 1893 de 2001: “Por la cual se establece el régimen sanitario para la utilización de incentivos en contacto con el alimento en los productos alimenticios”.

Y demás normas concordantes y vigentes.



En caso de hacerse un requerimiento, el interesado tiene un periodo de dos meses para dar respuesta al mismo.

9. ¿Qué vigencia tiene la autorización de una publicidad?

La publicidad autorizada por el INVIMA tiene una vigencia igual a la del registro sanitario, salvo cuando el registro es modificado y la publicidad no se ajuste a la modificación efectuada.

10. ¿Quiénes son los responsables en caso de contravención a la norma sanitaria en publicidad?

Los titulares del registro sanitario son los responsables frente a cualquier transgresión sanitaria en el contenido del material publicitario de un alimento y de las consecuencias que ello pueda generar en la salud individual y colectiva.

11. ¿A qué sanciones está sujeto el infractor por contravenir las normas sanitarias de publicidad?

El INVIMA adopta las medidas correctivas necesarias para dar cumplimiento a lo dispuesto en la normatividad vigente. En este sentido ordena la suspensión de la publicidad que está en circulación y que infringe la norma sanitaria. Si el daño ya fue causado, es decir, la publicidad fue retirada pero infringió la Ley impactando la salud pública, el INVIMA adelanta los procesos sancionatorios y adopta las decisiones a que haya lugar: amonestación, multas, suspensión o cancelación del registro sanitario.



1. ¿Qué es publicidad?

Es la comunicación de mensajes con el propósito de persuadir, informar o recordar a un grupo objetivo o mercado meta, acerca de los beneficios y ventajas de un bien y/o servicio, con el fin de estimular su adquisición, consumo y posicionamiento.

2. ¿Por qué es importante el control sobre la publicidad de alimentos?

Las decisiones de la gente frente a la adquisición y consumo de los alimentos, tienen significativas repercusiones sobre la salud pública. Por ello la importancia de ejercer inspección, vigilancia y control sobre su publicidad con el fin de garantizar que la información que llegue a los consumidores sea la apropiada y así favorecer a una adquisición y consumo certero de los mismos.

3. ¿Quién es el encargado de ejercer control sobre la publicidad de los alimentos en Colombia?

El *Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA*, es la entidad encargada de ejercer inspección, vigilancia y control sobre los alimentos en Colombia y sobre la forma en que estos se anuncian.

El **Grupo de Publicidad** de la Subdirección de Registros Sanitarios del INVIMA realiza el estudio de las solicitudes de aprobación de publicidad de alimentos y participa en las acciones de inspección, vigilancia y control sobre el material que ya ha sido publicitado.



4. ¿Cuáles son los requisitos sanitarios que debe cumplir la publicidad de alimentos?

La publicidad de alimentos debe cumplir con los siguientes requisitos sanitarios:

- Ajustarse a las normas sanitarias vigentes.
- Ajustarse a las condiciones en que fue otorgado el registro sanitario o permiso (en caso que le aplique).
- Garantizar que la información no induzca a engaño a los consumidores por afirmación o por omisión.
- Propender que la información contenida en la publicidad no se contraponga a la promoción de hábitos saludables.
- No hacer alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre su verdadera naturaleza, origen, composición o calidad. Los productos en cuyo rótulo o publicidad se asignan propiedades medicinales, se consideran medicamentos y deben cumplir los requisitos establecidos para éstos.
- Indicar claramente el origen natural o sintético de las materias primas básicas utilizadas en la elaboración de los alimentos.
- No sugerir que el alimento llena por sí solo los requerimientos nutricionales del individuo ni dar a entender que el producto tiene propiedades que sustituyen una alimentación equilibrada o suministran en contenido y cantidad todos los nutrientes.

Para el caso de los incentivos como láminas, calcomanías, entre otros, que se encuentren en contacto directo con el alimento, éstos deben:



material presentado CONTRAVIENE o NO CONTRAVIENE la normatividad sanitaria.

Para presentar la solicitud de publicidad ante el INVIMA, el interesado debe allegar:

- Formato de solicitud de publicidad firmado por el titular del registro sanitario o su apoderado debidamente acreditado para gestionar el trámite correspondiente.

Este formato se encuentra en la página web del Instituto www.invima.gov.co, ingresando a: *Trámites y Servicios – Formatos - Publicidad*. Allí se despliega el instructivo para este trámite y al final del documento se encuentra en enlace del formato de solicitud señalado como **F01-PM01-RS**.

- Proyecto de publicidad en original y dos copias, el cual deberá contener el número de registro sanitario.
- Recibo de consignación en el cual conste el pago de la tarifa correspondiente. Esta tarifa también puede ser consultada en el sitio web del Instituto.

8. ¿Cómo evalúa el INVIMA las autorizaciones previas de publicidad de alimentos?

Una vez radicada la solicitud con sus respectivos soportes, el **Comité Alimentos y Bebidas Alcohólicas** del Grupo de Publicidad del INVIMA, en un término no superior a ocho (8) días hábiles, evalúa el material publicitario allegado y decide si contraviene o no contraviene la normatividad sanitaria, o hace requerimiento al mismo. Previo visto bueno de la Coordinación del Grupo de Publicidad y de la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas del INVIMA, la decisión es notificada al interesado en un término no mayor a quince (15) días hábiles.



5. ¿Dónde pueden anunciarse los alimentos?

Los alimentos pueden anunciarse en medios masivos de comunicación (televisión, radio, medios impresos, internet, entre otros), siempre y cuando cumplan los requisitos anteriormente mencionados.

Se exceptúa la publicidad sobre alimentos de fórmulas para lactantes que **únicamente** puede dirigirse a los profesionales de la salud para la presentación y difusión científica de estos productos y por tanto *NO* puede emitirse en medios masivos de comunicación.

6. ¿Las publicidades sobre alimentos requieren autorización por parte del INVIMA?

La publicidad de alimentos *NO* requiere autorización previa del INVIMA. Sin embargo, el Instituto, con el apoyo del Grupo de Publicidad, la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas y los Grupos de Trabajo Territorial, ejerce actividades de inspección vigilancia y control posterior sobre estas publicidades.

7. En caso de querer un concepto previo por parte del INVIMA, ¿Cómo se presenta una solicitud de publicidad de alimentos ante el instituto?

Aunque las publicidades de alimentos no requieren autorización por parte del INVIMA, la industria puede acudir al Instituto para que evalúe los materiales publicitarios antes de ser anunciados o emitidos. En estos casos el INVIMA no aprueba o niega publicidades, sino informa a los interesados si el



- Estar protegidos por una envoltura o empaque de material apto que garantice la inocuidad del alimento y que permita percibir la diferenciación inmediata del mismo con el alimento. Se exceptúa de esta obligación los incentivos que utilicen el sistema de marcado, grabado o impresión en la superficie interna del empaque o se trate de adhesivos, stickers o calcomanías adheridos a dicha superficie, siempre y cuando no representen riesgo de ingestión ni afecten la inocuidad del alimento.
- Cuando el incentivo utilizado, por su tamaño o características de uso, ofrezca riesgo de ingestión accidental, la envoltura o empaque que lo contenga debe ser de un tamaño y características que aseguren la minimización del riesgo. Además en el rótulo o etiqueta del producto debe aparecer en caracteres visibles y legibles la siguiente advertencia: "El incentivo que contiene este producto no es recomendable para niños menores de tres (3) años de edad porque los elementos podrían ser ingeridos". En los alimentos importados esta advertencia deberá aparecer en idioma español.
- El incentivo y el empaque que lo contiene deben ser elaborados con materiales, tintas, lacas y sustancias atóxicas y ser manipulados en condiciones que no representen ningún tipo de riesgo de contaminación química o microbiológica para el alimento, ni que altere sus condiciones originales.
- Previamente a la distribución del alimento con el incentivo, debe solicitarse ante el INVIMA autorización para su comercialización. La solicitud debe contener lo siguiente:
 - a) Nombre, apellidos e identificación del solicitante.
 - b) Nombre del producto, número del registro sanitario, descripción y explicación del sistema de incentivo utilizado.



- c) Información técnica sobre los materiales de fabricación del incentivo, del empaque que lo contenga, de las tintas y sustancias similares.
 - d) Muestras físicas del alimento que contenga el incentivo a utilizar, en cantidad suficiente y necesaria para la realización de los análisis de laboratorio que se requieran.
 - e) Recibo de pago por concepto de autorización de acuerdo con las tarifas establecidas.
- Cuando a el INVIMA considere necesario el análisis de laboratorio del empaque que contenga el incentivo o del incentivo, el interesado deberá cancelar el valor de estos análisis conforme a la tarifa establecida para tal efecto.

Para el caso de los **alimentos de fórmulas para lactantes**, es decir, los alimentos dirigidos a niños menores de seis meses de edad, las publicidades deben cumplir los siguientes requisitos:

- Estar dirigidas a profesionales de la salud, únicamente para la presentación y difusión científica de tales productos.
- Hacer alusión a la importancia de la exclusividad de la lactancia materna durante los primeros cuatro a seis meses de vida, para lograr los beneficios nutricionales, afectivos e inmunológicos del lactante menor. En este sentido, en ningún caso puede hacerse creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretende limitarla o igualarla.
- No emplear términos como “humanizada” o “maternizada”.
- No hacer alusión o representación gráfica del biberón.
- Mencionar los efectos negativos que implica la introducción parcial del biberón o de otro tipo de alimentación antes del tiempo requerido.
- Incluir las siguientes frases o leyendas:



“La leche materna es el mejor alimento para el niño”.
“Si no se siguen estrictamente las indicaciones de preparación e higiene, el alimento promocionado es perjudicial para la salud del niño”.
“La utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna”.

- Los productores y comercializadores no pueden ofrecer al personal de salud, ni a los consumidores en general, gratificaciones, incentivos financieros o materiales, muestras gratis o en venta a bajo precio de los productos, ni obsequios como utensilios o biberones.

Por su parte, los materiales publicitarios de **alimentos complementarios de la leche materna** (los empleados para niños menores de dos años y que no tengan la calidad de fórmula para lactantes), deben cumplir los siguientes requisitos:

- Estimular a la madre para que amamante al niño el mayor tiempo posible.
- Incluir las siguientes frases:

“La leche materna es el mejor alimento para el niño”.
“El producto proporcionado sólo es complementario de la leche materna después de los primeros cuatro meses de edad”.

- No hacer mención, alusión o representación gráfica del biberón.
- Los productores y comercializadores no pueden ofrecer al personal de salud, ni a los consumidores en general, gratificaciones, incentivos financieros o materiales, muestras gratis o en venta a bajo precio de los productos, ni obsequios como utensilios o biberones.

