

Decreto 37739-S

LA PRESIDENTA DE LA REPÚBLICA Y LA MINISTRA DE SALUD

En uso de las facultades que les confieren los artículos 140 incisos 3) y 18) y 146 de la Constitución Política; 27 y 28 de la Ley N° 6227 del 2 de mayo de 1978, “Ley General de la Administración Pública”; 1, 2, 4, 7, 237, 258 y 260 de la Ley N° 5395 del 30 de octubre de 1973 “Ley General de Salud”; 1 y 2 inciso c) de la Ley N° 5412 del 8 de noviembre de 1973 “Ley Orgánica del Ministerio de Salud”; 12 de la Ley N° 9047 del 25 de junio del 2012 “Ley de Regulación y Comercialización de Bebidas con Contenido Alcohólico” y la Ley N° 8220 “Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos” y sus reformas.

Considerando:

1°—Que la salud de la población es un derecho humano fundamental, un bien de interés público tutelado por el Estado y priva sobre otro tipo de intereses, ya sean económicos, comerciales o de otra índole.

2°—Que es función del Estado velar por la salud de la población costarricense a través de sus instituciones.

3°—Que el Estado debe ejercer esta función, respetando los derechos reconocidos en la Constitución Política y en la legislación vigente.

4°—Que es competencia del Ministerio de Salud definir la política, la regulación, la planificación y la coordinación de todas las actividades públicas y privadas relacionadas con la salud.

5°—Que de acuerdo al artículo 12 de la Ley N° 9047 “Ley de Regulación y Comercialización de Bebidas con Contenido Alcohólico”, el Ministerio de Salud tiene a su cargo la regulación y el control de todo tipo de publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico, efectuada por cualquier medio de comunicación a título gratuito o mediante pago.

6°—Que la Ley N° 9047 “Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico” ha delegado al Ministerio de Salud la obligatoriedad de establecer la regulación de la publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico, en aras de favorecer el control de la misma. Por ende, el reglamento que se emite tiene por objetivo la protección de la salud pública y de las personas que habitan en el país.

7°—Que por todas las consideraciones expuestas, se hace necesario y oportuno dictar el presente reglamento, y así cumplir las estipulaciones contenidas en el artículo N° 12 de la Ley N° 9047 “Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico”. **Por tanto,**

DECRETAN:

REGLAMENTO SOBRE REGULACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL RELACIONADA CON LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS CON CONTENIDO ALCOHÓLICO

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1°—**Objetivo.** Regular y controlar la publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico.

Artículo 2°—**Ámbito de aplicación.** El presente reglamento es de orden público y de interés social, rige para todo tipo de publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico que se divulgue en el territorio nacional.

Artículo 3°—**Definiciones y abreviaturas.** Para los efectos del presente reglamento, se determinan las siguientes definiciones y abreviaturas:

- a) **Agencia de publicidad:** Persona física o jurídica que tenga como actividad principal la creación, diseño, planificación y ejecución de anuncios o campañas publicitarias, así como la contratación de espacios para difusión a través de los distintos medios utilizados para este fin.
- b) **Anunciante:** Persona física o jurídica que utiliza la publicidad para dar a conocer las características o beneficios de un bien o servicio.
- c) **Autorización:** Permiso que otorga el Ministerio de Salud para hacer uso de material publicitario.
- d) **Bebidas con contenido alcohólico:** Todas las bebidas que contengan alcohol en cualquier proporción y que no sean consideradas como medicamento.

- e) **Campaña publicitaria:** Es la totalidad de los mensajes que resultan de una estrategia creativa para promover o estimular el consumo de bebidas con contenido alcohólico que aparecen en diferentes medios de comunicación en un tiempo determinado.
- f) **Campaña de expectativa:** Formato publicitario donde se ofrece información parcial o fragmentada de un producto o servicio, sin develar la identidad del anunciante ni del producto promocionado. Se presenta como un enigma con el propósito de generar curiosidad y expectación.
- g) **Comisión:** Comisión de Regulación y Control de la Publicidad Comercial de Bebidas con Contenido Alcohólico.
- h) **Denigrante:** Que daña la imagen o figura de algo o alguien.
- i) **Ley N° 9047:** Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico.
- j) **Material publicitario:** Los textos, diseños, libretos, cuñas, guiones o bocetos de los anuncios para los medios de comunicación colectiva, murales, rótulos luminosos y pantallas publicitarias y cualquier otra forma de comunicación, así como todo aquel material destinado a divulgarse en las instalaciones del cine y antes de la proyección del filme.
- k) **Medio de comunicación colectiva:** instrumento o forma por el cual se realiza el proceso comunicacional para difundir material publicitario.
- l) **Medio Publicitario:** Toda forma, sistema o técnica empleada para la comunicación individual o colectiva.
- m) **Ministerio:** Ministerio de Salud.
- n) **Promoción:** Conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, tales como informar, persuadir o recordar al público meta acerca de los productos o servicios que se comercializan.
- o) **Publicidad comercial:** Cualquier actividad que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión de anuncios publicitarios en los medios de comunicación con el fin de promover la venta o consumo de bebidas con contenido alcohólico.
- p) **Publicidad abusiva:** Cualquier modalidad de información o comunicación de carácter publicitario que tenga una connotación discriminatoria de cualquier naturaleza, capaz de, entre otros, incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de las y los menores de edad, infringir valores sociales y culturales o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.
- q) **Publicidad engañosa:** Todo tipo de información o comunicación de carácter comercial que pueda inducir a engaño, error o confusión al consumidor.
- r) **UCCAEP:** Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado.

CAPÍTULO II

Sobre la Comisión para la Regulación y Control de la Publicidad Comercial de las bebidas con contenido alcohólico

Artículo 4°—Créase la Comisión para la Regulación y Control de la Publicidad Comercial de las Bebidas con Contenido Alcohólico, en adelante “La Comisión”, cuyo objetivo es revisar, aprobar o improbar y monitorear la publicidad comercial sobre bebidas con contenido alcohólico.

Artículo 5°—La Comisión estará integrada por cinco representantes titulares y sus respectivos suplentes, tres representantes serán funcionarios del Ministerio de Salud, de libre escogencia por el Ministro de Salud, un representante de la UCCAEP y otro de las agencias publicitarias. Las personas que integran la Comisión deben tener competencia técnica en los temas de salud pública, adicciones, derecho, publicidad y de género. En caso de existir dudas razonables, la comisión podrá solicitar el criterio de expertos.

Artículo 6°—Los miembros de la Comisión durarán en sus cargos 4 años, pudiendo ser reelectos por periodos iguales, los representantes del Ministerio de Salud cesarán en sus cargos cuando dejen de ser funcionarios de la institución o cuando la autoridad superior así lo decida.

Artículo 7°—La presidencia y la secretaria de la Comisión estarán a cargo de personas funcionarias del Ministerio de Salud, las que permanecerán en sus cargos dos años, pudiendo ser reelectas.

Artículo 8°—El quórum para sesionar será de tres de sus miembros. Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta. En caso de empate el presidente tendrá voto de calidad.

Artículo 9°—Serán funciones de la persona que ejerza la presidencia, las siguientes:

- a) Presidir las sesiones.
- b) Velar por el cumplimiento de las funciones de la Comisión.
- c) Convocar a las sesiones ordinarias y extraordinarias y confeccionar el orden del día.

Artículo 10.—Serán funciones de la persona que ejerza la secretaría, las siguientes:

- a) Levantar las actas de las sesiones.
- b) Comunicar los acuerdos.
- c) Mantener los expedientes al día y foliados en orden cronológico.

Artículo 11.—La Comisión celebrará sesiones dos veces a la semana y cada vez que sea necesario, para lo cual la persona que ejerza la presidencia convocará con 24 horas de antelación.

Artículo 12.—La Comisión tendrá su sede en la Dirección de Mercadotecnia de la Salud, sita en las oficinas centrales del Ministerio de Salud.

Artículo 13.—La Comisión llevará un libro con las actas de las sesiones, donde se consignarán sus resoluciones. Las actas serán firmadas por el presidente y el secretario. Los miembros de la Comisión cuyo voto sea contrario al acuerdo tomado, deberá constar en el acta las razones que lo justifiquen.

Artículo 14.—La Comisión deberá dictar el pronunciamiento sobre la aprobación o improbación del material de propaganda o proyectos del mismo que se le presenten, dentro del plazo de un mes calendario, contado a partir del día hábil siguiente de la presentación de la solicitud.

Artículo 15.—Los acuerdos tomados por la Comisión, tendrán recurso de revocatoria con apelación en subsidio en los términos que señala el artículo 52 de la Ley Orgánica del Ministerio de Salud.

CAPÍTULO III

De la publicidad

Artículo 16.—Para la solicitud de aprobación de publicidad comercial de bebidas con contenido alcohólico, el titular del registro deberá presentar ante la plataforma de servicios en las oficinas centrales del Ministerio de Salud, lo siguiente:

- a) Formulario de solicitud de aprobación de publicidad, debidamente llenado y firmado, el contenido del formulario de solicitud de aprobación de publicidad está en el Anexo 1 del presente reglamento.
- b) El contenido del formulario de instrucciones para llenar el formulario arriba señalado está en el Anexo 2 del presente reglamento.
- c) Anexar al formulario lo indicado en el inciso a):
 - b.1) El material o piezas publicitarias relacionadas con la solicitud de aprobación debidamente enlistado, para el producto a publicitar.
 - b.2) En caso de requerir aportar otra documentación explicativa ésta debe anexarse en el formulario de solicitud del inciso a) debidamente enlistado.
- d) Toda la documentación presentada ante la ventanilla de recepción de documentos, debe venir debidamente foliada.

Artículo 17.—La ventanilla de recepción de documentos, una vez que verifica la completitud de la información presentada, la trasladará a la Comisión ubicada en la Dirección de Mercadotecnia de Salud, a más tardar el día hábil siguiente. Este plazo se incluye en el plazo general de resolución establecido en el artículo 14 de este reglamento.

Artículo 18.—La publicidad comercial de bebidas con contenido alcohólico no debe inducir a error o a engaño al público en cuanto a sus características.

Artículo 19.—Se prohíbe realizar publicidad comercial de bebidas con contenido alcohólico en los siguientes casos:

- a) Cuando muestre en imágenes o en efectos de sonido el acto de ingerir bebidas con contenido alcohólico.
- b) Cuando relacione las bebidas con contenido alcohólico con las cualidades físicas, anatómicas, morales e intelectuales de los individuos, o con sus habilidades o virtudes.
- c) Cuando se utilice por asociación o cualquier otra clase de relación, a deportistas, intelectuales, científicos o profesionales notorios o en general a personas de fama o con habilidades especiales, de modo que por emulación se pueda estimular el consumo de bebidas con contenido alcohólico.
- d) Cuando sugiera que las bebidas con contenido alcohólico tienen propiedades terapéuticas, o provocan en el consumidor un efecto estimulante o sedante.
- e) Cuando utilice de forma denigrante símbolos nacionales o música folklórica
- f) Cuando esté dirigida a menores de edad.
- g) Cuando utilice imágenes o voces de menores de edad.

Artículo 20.—Queda prohibida la publicidad comercial de bebidas con contenido alcohólico en los siguientes casos:

- a) En espacios destinados a un público menor de edad en la prensa escrita, radio, televisión y medios digitales de lunes a domingo.
- b) A menos de 100 metros de centros educativos, centros infantiles de nutrición, instalaciones donde se realicen actividades religiosas hospitales clínicas, Ebais y centros para adultos mayores. En programas o actividades que por su naturaleza estén dirigidos a menores de edad.

Artículo 21.—La publicidad comercial de bebidas con contenido alcohólico producida en el extranjero y destinada a surtir efectos en el territorio nacional, queda sometida a las disposiciones del presente reglamento.

Artículo 22.—La Comisión podrá ordenar la inmediata suspensión de la publicidad de bebidas con contenido alcohólico que no cuenten con su aprobación o que se divulgue en contradicción con lo dispuesto en este reglamento, y ordenará el decomiso y destrucción del material de que se trate, con el auxilio de la Fuerza Pública o de Policía Municipal si fuere necesario y apegado al debido proceso.

Artículo 23.—La publicidad que haya sido aprobada, no podrá ser variada posteriormente; cualquier cambio que se desee hacer de forma o fondo, deberá ser aprobada por la Comisión.

Artículo 24.—Toda publicidad debe llevar impreso en un lugar visible para el público el número de código de resolución de aprobación.

Artículo 25.—Quedan sujetas a las estipulaciones de este Reglamento las agencias publicitarias, las empresas de publicidad digital, las empresas de prensa, radio, cine y televisión, sea por ondas o cable y en general todas aquellas que exploten algún medio de comunicación individual o colectiva, las que serán solidariamente responsables conjuntamente con el anunciante de las infracciones que se cometan al presente Reglamento.

Artículo 26.—Cuando producto de la revisión y verificación de los documentos solicitados en el presente reglamento, se aprueba o rechaza una publicidad comercial, esta se le notificará al interesado por medio de un acto administrativo, indicando los motivos, contenido y fin. La notificación podrá hacerse por medio de carta certificada, sistema de fax o por medio de correo electrónico. El interesado deberá señalar la dirección (física o electrónica) o el número de fax para notificar la resolución correspondiente.

Artículo 27.—La autorización a la publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico para productos, estará sujeta a que el producto en cuestión esté registrado ante el Ministerio, y que las condiciones del registro asociadas a la publicidad no varíen, a excepción de las campañas de expectativa.

Artículo 28.—De la derogatoria. Deróguese el Decreto Ejecutivo N° 4048-S de 26 de agosto de 1974, publicado en *La Gaceta* N° 168 del 6 de setiembre de 1974 “Reglamento sobre Regulación y Control de Propaganda de Bebidas Alcohólicas”.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Transitorio I.—La publicidad comercial presentada al Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA) antes de la promulgación de este reglamento, será resuelta por esta entidad. Para los casos nuevos a partir de la fecha de entrada en vigencia de este reglamento, serán tramitados según las disposiciones del presente reglamento ante el Ministerio.

Artículo 29.—Rige: Este reglamento rige tres meses después de su publicación en el Diario Oficial *La Gaceta*.

Dado en la Presidencia de la República, a los cinco días del mes de febrero del dos mil trece.

LAURA CHINCHILLA MIRANDA.—La Ministra de Salud, Daisy María Corrales Díaz.—1 vez.—O. C. N° 17486.—Solicitud N° 2702.—C-442000.—(D37739-IN2013045957).