



Carta N° 77-2025/DE/COMEXPERU

Lima, 10 de marzo de 2025

Congresista

IDELSO MANUEL GARCÍA CORREA

Presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor y

Organismos Reguladores de Servicios Públicos

Congreso de la República

Presente.-

Ref.: Proyecto de Ley N° 9973/2024-CR

De nuestra consideración:

Es grato saludarlo y dirigirnos a usted a nombre de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – ComexPerú, una organización privada que busca contribuir en la implementación de políticas públicas, con una visión de defensa de principios por sobre intereses particulares, teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida del ciudadano. Nuestro trabajo se basa en análisis objetivos, rigurosos y sólida evidencia técnica. Desde ComexPerú nos ponemos a disposición para aportar en los temas y proyectos que se vean en su Comisión.

En esta oportunidad, remitimos nuestra opinión sobre el proyecto de ley en referencia (en adelante, “el Proyecto”), que propone modificar la advertencia en el etiquetado de las bebidas alcohólicas, indicando que consumir estos productos pueden generar diversos tipos de cáncer.

Al respecto, si bien saludamos la adopción de medidas que puedan reducir el número de pacientes oncológicos en el país, manifestamos nuestra preocupación por el Proyecto, pues se propone aumentar la información en la etiqueta, sin contar con sustento técnico suficiente y sin considerar que la medida generaría el efecto contrario (que los consumidores eviten leer la etiqueta debido a la recarga de datos). En ese sentido, presentamos las siguientes observaciones, desarrolladas en las páginas siguientes:

- La propuesta se sustenta en un documento y en cifras que no son representativas de la realidad peruana, más aún cuando ya existe una regulación que obliga a consignar una frase de advertencia sobre el consumo en exceso de bebidas alcohólicas.
- Los ejemplos de legislación comparada indicados en la Exposición de Motivos no resultan concluyentes sobre los efectos positivos de la inclusión de la propuesta en el hábito de los consumidores.

- El análisis de la legislación nacional vigente carece de una evaluación de su impacto en el comportamiento del consumidor, por lo que no existen elementos que permitan proyectar la eficacia de la propuesta del Proyecto con relación al fin que se pretende buscar.

Sin otro particular, nos valemos de la ocasión para reiterarle nuestra especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Jaime Dupuy Ortiz de Zevallos
Director Ejecutivo

OPINIÓN LEGAL

PROYECTO DE LEY N° 9973/2024-CR

PROYECTO DE LEY QUE ESTABLECE EL ETIQUETADO EN LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS QUE ADVIERTAN A LOS CONSUMIDORES SOBRE LOS TIPOS DE CÁNCER QUE PUEDEN SUFRIR POR SU CONSUMO.

1. La propuesta se sustenta en un documento y en cifras que no son representativas de la realidad peruana.

Actualmente la normativa peruana exige que la publicidad de bebidas alcohólicas (incluyendo aquella en empaque) incorpore la frase “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”. Como puede observarse, esta frase, de corte más general, permite abarcar los diversos riesgos que conlleva el consumo excesivo de este producto.

La propuesta busca acotar la frase de advertencia a un tipo de enfermedad. Al respecto, la Exposición de Motivos indica que “el consumo de alcohol constituye un factor de riesgo que puede desencadenar diversos tipos de cánceres en el ser humano”. Para ello, indica que la frase es atribuible a un informe elaborado en 2024 por la Asociación Estadounidense para la Investigación del Cáncer.

No obstante, de la revisión de la cita correspondiente, se aprecia que la información reproducida en la Exposición de Motivos no corresponde a dicho estudio, sino a un reportaje trabajado sobre la base de este documento.

Esta precisión es importante, ya que la lectura completa del reporte¹ permite extraer ideas distintas a las empleadas en la Exposición de Motivos. La primera de ellas es que la población evaluada está compuesta por ciudadanos estadounidenses, quienes tienen características genéticas distintas a la población que radica en el Perú. El propio informe señala que las alteraciones genéticas en la población estadounidense son causantes del 10% de cáncer².

La sección referida al consumo de alcohol emplea datos de 2019 para concluir que únicamente el 4% de personas que redujo el consumo de alcohol eliminó todo riesgo de contraer cáncer. La propia nota periodística empleada por la Exposición de Motivos para sustentar la propuesta del Proyecto indica esta cifra.

Como puede observarse, sin perjuicio de que la población base del estudio es foránea y con distintas características a la que radica en Perú, las conclusiones con relación a la relación entre la reducción del consumo de alcohol y la reducción del riesgo de contraer cáncer de algún tipo indican cifras ínfimas.

Llama la atención que la Exposición de Motivos refiere a que el 4% de personas que consume alcohol contrae algún tipo de cáncer, sin citar la fuente de tal afirmación. Únicamente menciona a una organización distinta a la Asociación Estadounidense para

¹ Disponible en: https://cancerprogressreport.aacr.org/wp-content/uploads/sites/2/2024/09/AACR_CPR_2024.pdf

² Ver página 31 del Informe.

la Investigación del Cáncer, sin detallar el estudio, página o datos empleados para arribar a tal conclusión.

De otro lado, la Exposición de Motivos recurre a cifras del Ministerio de Salud entre los 2020 y 2022 para advertir sobre el aumento en el consumo de alcohol y el número de personas que podría desarrollar algún tipo de cáncer.

No obstante, en el análisis de este tipo de información debe tenerse en cuenta el contexto de la data para extraer conclusiones. Si bien es cierto que existió un aumento en el consumo de alcohol, ello se dio en una época marcada por la pandemia de la COVID-19, caracterizada por el aislamiento social y el confinamiento.

Por tanto, el uso de estas cifras debe realizarse considerando el contexto particular mencionado previamente. Extrapolar las conclusiones de un estudio hecho a población estadounidense a unas cifras de una población diferente en un contexto evidencia la poca rigurosidad en la delimitación del problema público. Ello resulta grave, considerando que se trata de establecer una nueva regulación en un aspecto tan importante como lo es la salud.

2. Los ejemplos de legislación comparada no resultan concluyentes sobre los efectos positivos de la inclusión de la propuesta en el hábito de los consumidores.

La Exposición de Motivos hace referencia a tres países que habrían incorporado a sus legislaciones la obligación de advertir sobre los riesgos de contraer algún tipo de cáncer derivados del consumo de alcohol: la República de Irlanda, el Reino de Tailandia, y Corea del Sur.

En este punto, es importante tener en cuenta que la adopción de legislación comparada requiere verificar los resultados positivos o negativos de su implementación, las características de la población y el mercado afectado, entre otros elementos.

De acuerdo con la Exposición de Motivos, en Irlanda ya estaría vigente una regulación de corte similar a la propuesta en el Proyecto. Al respecto, de la revisión de la norma irlandesa³, se aprecia que su fecha de vigencia es el 22 de mayo de 2026. Por tanto, no existe evidencia que permita dilucidar si la inclusión de una frase de advertencia referida al consumo excesivo de alcohol y el cáncer generó un efecto disuasivo.

De otro lado, la regulación en Tailandia no dispone la obligación de colocar una advertencia con relación al consumo excesivo de alcohol y su vínculo con enfermedades cancerígenas. De acuerdo con un reporte⁴ sobre la normativa publicada en noviembre de 2024⁵, así como con la fuente empleada por la propia Exposición de Motivos, la advertencia está referida al consumo por parte de menores de 20 años, y no se menciona su relación con enfermedad alguna.

³ Disponible en inglés en la siguiente dirección: <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2023/si/249/made/en/print>

⁴ Disponible en inglés en la siguiente dirección: <https://www.austchamthailand.com/thailand-reaffirms-alcoholic-beverage-packaging-and-labeling-requirements/>

⁵ Disponible en el idioma oficial en la siguiente dirección: <https://ratchakittha.soc.go.th/documents/49203.pdf>

Finalmente, según el reporte consignado en la Exposición de Motivos⁶, la normativa en Corea del Sur, que data de 2016, incluye etiquetas con advertencias sobre el consumo excesivo de alcohol y su relación con el cáncer. No obstante, la propia norma dispone la posibilidad de colocar etiquetas sin mención al cáncer. Esta flexibilidad no ha sido considerada por el legislador. Tampoco se ha evidenciado un estudio que muestre que la inclusión de este tipo de etiquetas haya generado una disminución en los diversos tipos de cáncer.

La Exposición de Motivos es escueta en el análisis de la legislación comparada. Como se ha indicado previamente, además de conocer los alcances y el contenido de la regulación que se cita, se debió tener en cuenta el impacto de dicha normativa. Si bien las normas extranjeras pueden servir como parámetro, lo cierto es que no se debe replicar sin considerar los elementos previamente descritos. El texto analizado carece de esta evaluación, ni se explora en el contenido de la normativa foránea, omitiendo las particularidades, excepciones y detalles que mencionamos.

3. El análisis de la legislación nacional vigente carece de una evaluación de su impacto en el comportamiento del consumidor, por lo que no existen elementos que permitan proyectar la eficacia de la propuesta del Proyecto con relación al fin que se pretende buscar.

Como ha sido indicado, el Proyecto busca modificar la frase de advertencia en la etiqueta de las bebidas alcohólicas. Actualmente, la frase es “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”.

La Exposición de Motivos no ha evaluado por qué la propuesta del Proyecto (consignar una frase de advertencia específica) resultaría más eficiente que mantener la frase de corte más general (que, precisamente, cubriría diversos efectos).

Tampoco ha contemplado mediciones sobre el impacto que ha tenido la inclusión de frases de advertencia sobre el comportamiento de los consumidores. En particular, si es que estos se han visto influenciados para no comprar bebidas alcohólicas por la frase en mención y, de ser así, si es que el número de pacientes oncológicos ha disminuido.

La evaluación debe considerar ambos aspectos, pues (como indicamos previamente), debe establecerse una relación de causalidad entre la aparición de enfermedades cancerígenas y el consumo excesivo de alcohol, así como del aumento del consumo de este producto con el aumento de diagnósticos de cáncer. El indicar cifras aisladas, sin una correlación técnica ni evaluación de contexto, desnaturaliza las conclusiones que sustentan el Proyecto.

Esta información resulta de especial relevancia, ya que establecer la obligación de cambio de etiquetado no solo supone asumir un costo adicional en el proceso de empaquetado de estos productos (tanto nacionales como extranjeros), sino que no se habrían previsto alternativas para combatir el problema identificado, como lo es el redoblamiento de esfuerzos en la lucha contra la venta de bebidas alcohólicas adulteradas.

⁶ <https://inverem.es/noticias/riesgo-de-cancer-por-alcohol-algunos-gobiernos-comienzan-a-reconocer-la-advertencia/5778/>

4. Conclusiones

En atención a lo expuesto, solicitamos respetuosamente el archivo de la iniciativa legislativa, resumiendo nuestros comentarios en los siguientes puntos:

- La propuesta se sustenta en un documento y en cifras que no son representativas de la realidad peruana, más aún cuando ya existe una regulación que obliga a consignar una frase de advertencia sobre el consumo en exceso de bebidas alcohólicas.
- Los ejemplos de legislación comparada indicados en la Exposición de Motivos no resultan concluyentes sobre los efectos positivos de la inclusión de la propuesta en el hábito de los consumidores.
- El análisis de la legislación nacional vigente carece de una evaluación de su impacto en el comportamiento del consumidor, por lo que no existen elementos que permitan proyectar la eficacia de la propuesta del Proyecto con relación al fin que se pretende buscar.