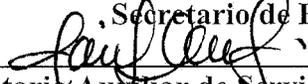


DEPARTAMENTO DE ESTADO

Núm. Reglamento **7158**

Fecha Rad: 6 de junio de 2006

Aprobado: Fernando J. Bonilla
Secretario de Estado

Por: 
Secretaria Auxiliar de Servicios



**ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO
DEPARTAMENTO DE ASUNTOS DEL CONSUMIDOR
OFICINA DEL SECRETARIO**

**REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCION DE
PRODUCTOS ELABORADOS CON MA HUANG, EL GUARANÁ O
KOLA, EL PICOLINATO DE CROMIO Y LA CÁSCARA
SAGRADA**

Aprobado el 25 de mayo de 2006





**ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO
DEPARTAMENTO DE ASUNTOS DEL CONSUMIDOR
OFICINA DEL SECRETARIO**

**REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCION DE PRODUCTOS
ELABORADOS CON MA HUANG, EL GUARANÁ O KOLA, EL PICOLINATO
DE CROMIO Y LA CÁSCARA SAGRADA**

INDICE

REGLA 1 – AUTORIDAD LEGAL	1
REGLA 2 – PROPÓSITO	1-2
REGLA 3 – INTERPRETACIÓN	2
REGLA 4 – ALCANCE Y APLICACIÓN	2
REGLA 5 – DEFINICIONES	3-5
REGLA 6 – RESTRICCIONES A LA PUBLICIDAD O PROMOCION	6
REGLA 7 – RESTRICCIONES A LAS PRACTICAS DE MUESTREO	6-7
REGLA 8 – ADVERTENCIA EN LAS ETIQUETAS	7
REGLA 9 – PENALIDADES	7-8
REGLA 10 – SALVEDAD	8
REGLA 11 – VIGENCIA	9



**ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO
DEPARTAMENTO DE ASUNTOS DEL CONSUMIDOR
OFICINA DEL SECRETARIO**

**REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCION DE
PRODUCTOS ELABORADOS CON MA HUANG, EL GUARANÁ O
KOLA, EL PICOLINATO DE CROMIO Y LA CÁSCARA SAGRADA**

REGLA 1 - AUTORIDAD LEGAL

Este Reglamento se promulga de conformidad con los poderes conferidos al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor por virtud de las Leyes Núm. 5 de 23 de abril de 1973, Núm. 170 de 12 de agosto de 1988, según enmendadas, y la Ley Núm. 446 de 23 de septiembre de 2004.

REGLA 2 - PROPÓSITO

Este Reglamento tiene el propósito de limitar la publicidad y promoción de todo producto elaborado con y/o que contenga “Ma huang”, el guaraná o kola, el picolinato de cromo y/o la cáscara sagrada, cuyos ingredientes

contribuyen a perder peso, a despertar el apetito sexual o a desarrollar músculos, a los cuales un menor de dieciocho (18) años de edad pueda estar expuesto.

REGLA 3 – INTERPRETACIÓN

Las palabras y frases usadas en este Reglamento se interpretarán según el contexto en que sean usadas y tendrán el significado sancionado por el uso común y corriente.

En los casos aplicables, las palabras utilizadas en el tiempo presente incluyen también el futuro; las usadas en el género masculino incluyen el femenino; el singular incluye el plural y el plural incluye el singular.

En caso de discrepancias entre el texto original en español y su traducción al inglés, prevalecerá el texto en español.

REGLA 4 - ALCANCE Y APLICACION

Este Reglamento aplicará a toda persona natural o jurídica que se dedique a la venta, publicidad o promoción comercial de productos elaborados con y/o que contengan “Ma huang”, el guaraná o kola, el picolinato de cromo, y/o la cáscara sagrada, cuyos ingredientes contribuyen a perder peso, a despertar el apetito sexual o a desarrollar músculos.



REGLA 5 - DEFINICIONES

Los siguientes términos usados en este Reglamento tendrán el significado que a continuación se expresa:

- A. Anuncio - Cualquier manifestación oral, escrita, gráfica, pictórica, electrónica o de cualquier otra forma presentada, hecha con el propósito de ofrecer, describir o de cualquier otra forma representar un producto o algún aspecto de éste.
- B. Cines y salas de teatro - Significa e incluye los establecimientos donde acude el público en general mediante paga o gratuitamente, a presenciar obras teatrales, películas cinematográficas, conferencias, conciertos o cualquier tipo de espectáculo o actividad que se presenta en un escenario o en una pantalla.
- C. Departamento - Departamento de Asuntos del Consumidor.
- D. Distancia menor de quinientos (500) pies de una escuela - Se tomará del punto más cercano del lindero exterior del predio efectivamente ocupado por la escuela hasta el sitio dónde está colocado el anuncio, letrero o aviso comercial, a tenor con lo establecido en el Artículo 2 (a) de la Ley Núm. 446 de 23 de septiembre de 2004.



- E. Escuela - Será cualquier plantel institucional de enseñanza, público o privado; elemental, intermedia, superior o especializada.
- F. Escuela especializada - Cualquier institución dedicada a la enseñanza o práctica de deportes, distintas formas de las bellas artes, tutorías, idiomas, modelaje y refinamiento, y cualquier otra relacionado. Incluye las escuelas vocacionales.
- G. Letrero - Conjunto de palabras escritas para avisar o publicar alguna cosa, ya bien sobre las paredes exteriores de un edificio, sobre él o colocados sobre el nivel de un terreno, que tiene como propósito emitir un mensaje comercial para personas que lo puedan observar desde una vía pública o a una distancia.
- H. Mayor - Significará toda persona de dieciocho (18) años de edad o más.
- I. Menor - Significará toda persona menor de dieciocho (18) años de edad.
- J. Muestras - Oferta gratuita del producto para darlo a conocer y promocionar.
- K. Muestreo - Significará ofrecer o distribuir productos sin costo alguno para el que los recibe, para propósitos de publicidad comercial.



- L. Parques Pasivos - Todas las playas y plazas de recreo que pertenecen o están bajo el control u administración del gobierno estatal o municipal, sus instrumentalidades, corporaciones, agencias y dependencias.
- M. Parques Públicos - Todos los coliseos, parques de pelota, gimnasios, canchas de baloncesto y parques pasivos que pertenecen o están bajo el control u administración del gobierno estatal, gobiernos municipales, sus instrumentalidades, corporaciones, agencias y dependencias, según dispuesto en el Artículo 2(b) de la Ley Núm. 446 de 23 de septiembre de 2004.
- N. Persona - Incluye personas naturales o jurídicas.
- O. Producto - Todo producto elaborado con y/o que contenga “Ma huang”, el guaraná o kola, el picolinato de cromo y/o la cáscara sagrada, cuyos ingredientes contribuyen a perder peso, a despertar el apetito sexual o a desarrollar músculos.
- P. Promoción comercial - Acción publicitaria que tiene el efecto de iniciar, adelantar o procurar la compra de un producto.
- Q. Publicidad comercial - Será el acto de divulgar noticias o anuncios comerciales para atraer a posibles compradores.
- R. Secretario - Secretario del Departamento.



REGLA 6 - RESTRICCIONES A LA PUBLICIDAD O PROMOCION

Ninguna persona podrá gestionar la colocación, colocar o permitir que se coloquen anuncios, letreros o avisos comerciales de productos -

(a) A una distancia menor de quinientos (500) pies de una escuela pública o privada, según establece la Ley Núm. 446, antes citada, en su Artículo 2(a). Los anuncios, letreros o avisos comerciales colocados o instalados antes de la aprobación de este Reglamento serán removidos en un término no mayor de noventa (90) días después de su vigencia.

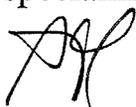
(b) En cines, salas de teatro, parques públicos y parques pasivos, según establecido en el Artículo 2(b) de la Ley antes citada; pero no incluye aquella comunicación comercial del producto o su compañía manufacturera que, en forma incidental, pueda encontrarse en el lugar como parte de revistas o periódicos.

REGLA 7 - RESTRICCIONES A LAS PRACTICAS DE MUESTREO

Las personas que repartan muestras -

(a) Las entregarán tan sólo a personas mayores de edad. En caso de duda, deberán constatar y asegurarse que en efecto se trata de un mayor, mediante una identificación con foto que indique la fecha de nacimiento.

(b) No podrán distribuir las en aquellas actividades diseñadas especialmente para menores, de acuerdo al Artículo 2(c)(2) de la Ley antes



citada. En caso de actividades especialmente diseñadas para mayores donde ocurriera la presencia de menores, aún cuando por la naturaleza del evento no se anticipaba su asistencia, se tomarán las medidas necesarias para evitar que dichos menores reciban muestras y para permitir únicamente el acceso a mayores.

(c) No podrán distribuir las a una distancia menor de quinientos (500) pies de una escuela pública o privada, de acuerdo con el Artículo 2(c)(3) de la Ley antes citada.

REGLA 8 – ADVERTENCIA EN LAS ETIQUETAS

Todo producto deberá contener una advertencia escrita al dorso de su empaque o envase en el que se exprese una advertencia sobre los posibles efectos nocivos a la salud de las personas. El tamaño de las letras no será menor de ocho (8) puntos y las mismas deberán ser de un color que contraste con el fondo. El fondo no tendrá colores o imágenes que oscurezcan o distraigan la atención de la advertencia o que lleven a menospreciar su sentido, significado o importancia.

REGLA 9 - PENALIDADES

El Secretario podrá emitir órdenes de cesar y desistir e imponer multas administrativas hasta un máximo de diez mil (10,000) dólares por violaciones a



las disposiciones de la Ley, su reglamento, o de las órdenes y resoluciones emitidas bajo el mismo. Para efectos de la imposición de multas administrativas, cada día en que se incurra en la misma violación será considerado como una violación separada, de conformidad con el Artículo 4 de la Ley Núm. 446, *supra*.

Cuando una persona incurra en violaciones a las disposiciones de la Ley Núm. 446, *supra*, este reglamento o cualquier Orden o Resolución emitidas bajo éstas, el Secretario podrá promover una acción criminal contra el infractor sin limitación a la capacidad expresada en el Artículo 4 de la Ley Núm. 446, *supra*. Esta infracción será considerada como un delito menos grave, con pena de multa que no excederá de quinientos (500) dólares, todo esto según lo dispuesto en el Artículo 5 de la Ley Núm. 446, *supra*.

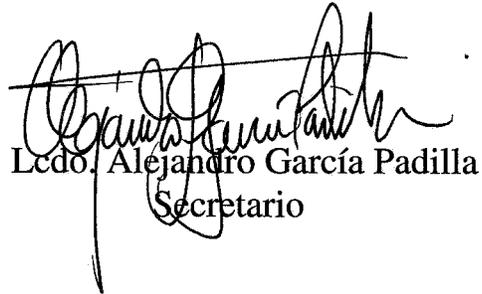
REGLA 10 - SALVEDAD

Si cualquier disposición de este Reglamento fuera declarado inconstitucional o ilegal por un Tribunal con competencia, dicha determinación no afectará ni invalidará el resto del Reglamento, sino que el efecto quedará limitado a la parte, artículo, párrafo o cláusula que hubiere sido declarado inconstitucional o ilegal.

REGLA 11 - VIGENCIA

Este Reglamento entrará en vigor treinta (30) días después de su radicación en la Oficina del Secretario de Estado de acuerdo a la Ley Núm. 170 del 12 de agosto de 1988, según enmendada.

En San Juan, Puerto Rico, hoy 25 de mayo de 2006.



Lcdo. Alejandro García Padilla
Secretario

Aprobado: 25 de mayo de 2006

Presentado:

Efectivo: