

**INFORME DE PONENCIA PARA PRIMER DEBATE AL PROYECTO DE LEY
007 DE 2015 CÁMARA.**

por medio de la cual se modifica la Ley 1335 de 2009 que previene daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.

Bogotá, D. C., septiembre 16 de 2015

Doctor

RAFAEL ROMERO PIÑEROS

Presidente

Comisión Séptima Constitucional

Cámara de Representantes

Asunto: Ponencia para primer debate al **Proyecto de ley número 007 de 2015 Cámara**, por medio de la cual se modifica la Ley 1335 de 2009 que previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.

Respetado señor Presidente:

Atentamente nos permitimos presentar el informe de ponencia para primer debate al proyecto de ley de la referencia, para lo cual honrosamente fuimos designados por la Mesa Directiva y la cual nos permitimos rendir en los siguientes términos:

I. OBJETO PRINCIPAL DE LA INICIATIVA

El objeto del **Proyecto de ley número 210 de 2015 Cámara**, por medio de la cual se modifica la Ley 1335 de 2009 que previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana, contribuir a garantizar los derechos a la salud de los y las colombianas, especialmente la de los menores de 18 años de edad y la población no fumadora, aumentando el tamaño de las advertencias para alertar e informar al público en general sobre los efectos del consumo del tabaco, las enfermedades que provoca y la dependencia que genera y una prohibición absoluta de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos del tabaco en punto de venta.

El articulado propuesto incorpora nuevas disposiciones a la Ley 1335 de 2009 con el propósito de aumentar la eficacia de las advertencias sanitarias en los envases de productos de tabaco con el fin de informar de manera más efectiva las consecuencias nocivas del consumo del tabaco reduciendo el riesgo de inducir a error a los consumidores sobre los efectos del consumo de tabaco.

Estas medidas buscan además informar a las personas, en especial a los niños, niñas y adolescentes sobre los efectos nocivos del cigarrillo para evitar que empiecen a fumar o usar

productos de tabaco y evitar que el punto de venta se convierta en un mecanismo de promoción y publicidad de productos de tabaco.

Todas estas medidas pretenden, además, cumplir con los distintos compromisos internacionales que ha suscrito Colombia en especial el Convenio Marco de Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud.

II. ANTECEDENTES

El proyecto de ley objeto de estudio fue presentado por el suscrito Representante Óscar Ospina el pasado 20 de julio de 2015 y publicado en la ***Gaceta del Congreso*** número 512/ 2014. El mismo día los honorables Representantes Édgar Gómez, Germán Carlosama y Mauricio Salazar fuimos designados ponentes para primer debate al presente proyecto de ley.

III. CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY

Una vez hecho mención a los antecedentes del proyecto así como a su objetivo principal es pertinente manifestar que el mismo se encuentra compuesto de seis (6) artículos.

El **primer artículo** del proyecto *modifica el artículo 13 de la Ley 1335 de 2009 y establece* que el empaquetado y etiquetado de productos de tabaco o sus derivados no podrá ser un vehículo o medio que incentive el consumo de este producto o que genere confusión sobre su carácter nocivo o dañino. Este artículo establece las características que deben tener las cajetillas de productos de tabaco y prohíbe que estas estén dirigidos a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos; sugieran que fumar contribuye al éxito atlético o deportivo, la popularidad, al éxito profesional o al éxito sexual; y que contengan publicidad falsa o engañosa recurriendo a expresiones tales como cigarrillos ¿suaves¿, ¿ligeros¿, ¿light¿, ¿Mild¿, o ¿bajo en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono¿ o de contenidos de sabor, como ¿mentol¿ o ¿mentolado¿ y cualquier otra expresión similar que desconozca su carácter nocivo o que esté dirigida a considerar el producto como atractivo.

El **parágrafo 1°** señala que en todos los productos de cigarrillo, tabaco y sus derivados, se deberán incluir clara e inequívocamente, frases de advertencia y pictogramas que alerten sobre el carácter nocivo de los productos de tabaco; y/o frases y pictogramas que prevengan el inicio el consumo y promuevan la cesación del mismo o que señalen el impacto económico, social, y medioambiental de su consumo. Cada serie estará integrada por ocho (8) advertencias sanitarias y ocho (8) pictogramas y describe detalladamente sus características, dentro de las que destacan:

- ¿ Deberán aparecer en cualquier presentación o empaques de productos de tabaco,
- ¿ Deberán ser de alto impacto preventivo, claras, visibles, legibles, con mensajes inequívocos sobre el riesgo a la salud, provocado por el consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco,
- ¿ Deberán aparecer en las superficies de cada una de las dos (2) caras principales y en las dos caras laterales, y ocupar el 80% de la parte inferior de cada una de estas caras. Del 80% de las advertencias fijadas en las caras principales, el 70% incluirá imágenes y el 30% restante texto. El 80% de las caras laterales incluirán solo texto,
- ¿ Deberán estar impresas en el empaquetado directamente, no en su envoltura; con la misma calidad de impresión que el resto del empaquetado, en tipo de letra y colores contrastantes; ubicadas de manera que la apertura normal del paquete no dañe ni oculte el texto ni la imagen de la advertencia sanitaria y sin ningún tipo de recuadro que la enmarque.

El **parágrafo 2°** establece que los envases de productos de cigarrillo incluirán un símbolo inequívoco sobre el contenido tóxico del producto.

El **parágrafo 3°** establece que los envases de productos de tabaco y sus derivados incluirán referencia expresa a los contenidos de alquitrán, nicotina, monóxido de carbonos y demás elementos tóxicos que contienen, sin que en ningún caso, hagan mención a la cantidad específica de los mismos.

El **parágrafo 4°** prohíbe los descriptores de marca o referencias, incluidos palabras, números, o colores, que hagan pensar que un producto es menos dañino, nocivo o más atractivo que otro, así como que los envases y etiquetas de los productos de tabaco hagan referencia a alguna característica novedosa del producto como ¿nueva imagen¿, ¿nuevo sabor¿, ¿nuevo precio¿, ¿edición limitada¿, ¿nueva tecnología¿, y en general nuevos aditivos o elementos de contenido, así como instrucciones de uso de los mismos.

Además prohíbe que las envolturas internas y externas de productos de tabaco y sus derivados sean diseñadas con papeles ni colores fluorescentes o llamativos ni estar repujados, con relieves, troquelados, y/o otras texturas que hagan parte de su diseño a contener prospecto o inserto interior o exterior publicitario o promocional.

Adicionalmente se señala que los paquetes de productos de tabaco o sus derivados no deberán incluir fechas de expiración o caducidad que puedan hacer creer a los consumidores que los productos de tabaco se pueden consumir sin riesgo, o con un riesgo menor, en algún momento.

El **parágrafo 5°** señala que las advertencias se realizarán cada doce (12) meses y se asegurará, por parte de la autoridad competente, que la serie se imprima de manera que cada una de las imágenes que la componen aparezca en un número igual de paquetes al por menor, no solo de cada familia de marcas sino también de todas las marcas pertenecientes a una familia de marcas en todos los tamaños y tipos de envase.

El **parágrafo 6°** establece que todas las cajetillas y empaques de cigarrillos utilizados para la entrega del producto al consumidor final, importados para ser comercializados en Colombia, deberán incluir en la cara inferior del empaque el país de origen y la palabra ¿importado para Colombia¿ y la referencia al lugar de origen y fecha de exportación, escritos en letra capital y en un tamaño no inferior a 4 puntos.

Además señala que el Ministerio de salud y Protección Social dentro de los tres (3) meses siguientes a la entrada en vigencia de la ley, reglamentará lo necesario para el cumplimiento del presente artículo, y para ello tendrá en cuenta las Directrices del artículo 11 del **Convenio Marco para Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud**, sobre etiquetado y empaquetado e indica que el proceso de reglamentación y en el estudio y aprobación de las simulaciones de empaquetado que presente la industria tabacalera, el Ministerio de Salud y Protección Social deberá garantizar la participación de la sociedad civil y en todo caso, evitará la interferencia de la industria tabacalera en el proceso, aplicando el artículo 5.3 del **Convenio Marco para Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud**.

El artículo 2° modifica el artículo 16 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así y prohíbe toda forma de promoción de productos de tabaco y sus derivados, entendida como toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o

indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco. El concepto de promoción y patrocinio será entendido como lo define el Convenio Marco de Control del Tabaco y sus Directrices. Se considera publicidad a toda forma de exhibición de productos de tabaco en punto de venta.

El **artículo 3°** modifica el artículo 17 de la Ley 1335 de 2009 y prohíbe el patrocinio directo o indirecto de eventos deportivos, culturales, educativos o sociales por parte de las empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco a nombre de sus corporaciones, fundaciones o cualquiera de sus marcas y en general toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco, incluida la las acciones realizadas bajo el concepto de responsabilidad social empresarial.

El **artículo 4°** modifica el **artículo 25** y establece sanciones por no colocar las especificaciones requeridas en el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco señalando que cualquier persona que infrinja lo establecido en los artículos 13 y demás relativos a la utilización de advertencias de salud de la presente ley, estará sujeta a la siguiente sanción: una multa de setecientos (700) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Esta multa será de mil doscientos (1.200) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes si es reincidente.

El **artículo 5°** modifica el artículo 32 de la Ley 1335 de 2009, y establece que régimen sancionatorio, autoridades competentes y procedimiento deberán ser determinados y precisados por el Gobierno nacional dentro de los seis (6) meses siguientes a la sanción de la ley.

Finalmente, el **artículo 6°** determina la vigencia y señala que la ley regirá seis (6) meses después de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

IV. MARCO NORMATIVO

Colombia firmó y ratificó el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud, para el Control del Tabaco y lo incorporó a la legislación interna mediante la Ley 1109 de 2006.

Este tratado es el resultado de un consenso internacional que ha considerado que ¿la propagación de la epidemia de tabaquismo es un problema mundial con graves consecuencias para la salud pública¿, dado el carácter nocivo del consumo del tabaco y la exposición al humo del mismo que trae consigo devastadoras consecuencias ¿sanitarias, sociales económicas y ambientales¿[1][1] y la comprobada verificación, a partir de estudios científicos, que sin asomo de duda, han establecido que el tabaco y la exposición al humo del tabaco ¿son causas de mortalidad, morbilidad y discapacidad¿[2][2].

De esta forma, el Convenio Marco establece varias obligaciones internacionales relacionadas con medidas fiscales para reducir la demanda del tabaco[3][3], la protección frente a la protección del humo del tabaco[4][4], el control de la publicidad, la promoción y propaganda de sus productos[5][5], la divulgación del carácter nocivo del tabaco y sus derivados[6][6],entre otros.

El artículo 4° del Convenio Marco, reconoce como principios básicos que ¿todos deben estar informados de las consecuencias sanitarias, la naturaleza adictiva y la amenaza mortal del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco y se deben contemplar en el nivel

gubernamental apropiado medidas legislativas, ejecutivas, administrativas u otras medidas para proteger a todas las personas del humo de tabaco.

El Convenio Marco establece el deber de los Estados de prohibir la publicidad, promoción de patrocinio del tabaco, avanzar en programas de política pública de información y educación sobre los efectos nocivos del tabaco y regular el etiquetado y empaquetado de productos de cigarrillos para que, el empaque mismo advierta sobre los efectos nocivos del producto que contiene y no se convierta en un canal de promoción del mismo.

De esta forma, el Convenio Marco impone a los estados la obligación de adoptar y aplicar, de conformidad con su legislación nacional, medidas eficaces para informar sobre el carácter nocivo de los productos de cigarrillo, mediante la regulación del etiquetado y empaquetado de estos productos.

El artículo 11 del Convenio señala:

a) Que en los paquetes y etiquetas de los productos de tabaco no se promocióne un producto de tabaco de manera falsa, equívoca o engañosa o que pueda inducir a error con respecto a sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones, y no se empleen términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros, por ejemplo expresiones tales como ¿con bajo contenido de alquitrán¿, ¿ligeros¿, ¿ultra ligeros¿ o ¿suaves¿; y

b) Que en todos los paquetes y envases de productos de tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos figuren también advertencias sanitarias que describan los efectos nocivos del consumo de tabaco, y que puedan incluirse otros mensajes apropiados.

Adicionalmente, conforme a las obligaciones impuestas por el Tratado, los Estados deben asegurarse de que de las advertencias y mensajes sean ¿aprobados por las autoridades nacionales competentes, rotativos, grandes, claros, visibles y legibles.

Así mismo, indica que estos mensajes deben ocupar el 50% o más de las superficies principales expuestas y ¿en ningún caso menos del 30% de las superficies principales expuestas¿.

A raíz de las obligaciones contenidas en el artículo 11, además de las advertencias sanitarias que describan los efectos nocivos del consumo de tabaco todos los paquetes y envases de productos de tabaco y todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos, debe contener información sobre los componentes de los productos de tabaco y de sus emisiones de conformidad con lo definido por las autoridades nacionales.

Con el propósito de definir el contenido y alcance de las obligaciones contenidas en el artículo 11, la Organización Mundial de la Salud expidió las Directrices para la aplicación del este artículo ¿sobre empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco¿. Estas directrices, además buscan ayudar a las Partes a cumplir con las obligaciones adquiridas en virtud del artículo 11 del Convenio y p roponer medidas que las Partes puedan aplicar para aumentar la eficacia de sus medidas relativas a empaquetado y etiquetado.

Este instrumento señala que la incorporación de advertencias sanitarias y otros mensajes apropiados bien diseñados en los envases de productos de tabaco es un medio costo eficaz para sensibilizar al público acerca de los efectos sanitarios del consumo de tabaco y un medio eficaz

para reducir dicho consumo. Además estas ¿son componentes decisivos de un método integrado de control del tabaco¿.

En ese sentido, las directrices establecen una serie de recomendaciones a las Partes frente al tamaño, rotación, ubicación y contenido de las advertencias sanitarias para que estas sean más eficaces.

En relación con la ubicación las Directrices señalan que conforme a las investigaciones ¿las advertencias sanitarias y mensajes ubicados en la parte superior de las caras anterior y posterior de los paquetes son más visibles que en la parte inferior¿, por lo que las Partes deberían exigir que las advertencias sanitarias y otros mensajes pertinentes estén colocados en las dos caras, anterior y posterior, (¿) en la parte superior de las superficies principales expuestas antes que en la parte inferior; de tal manera que la apertura normal del paquete no dañe ni oculte permanentemente el texto ni la imagen de la advertencia sanitaria, ni queden obstruidos por otras marcas exigidas en el empaquetado o etiquetado, ni por prospectos comerciales interiores o exteriores.

Por su parte, frente al tamaño deseable de las advertencias sanitarias, las Directrices recuerdan que las pruebas existentes indican que la eficacia de las advertencias y mensajes aumenta con el tamaño de los mismos, por lo que señala que ¿las Partes deberían considerar la posibilidad de utilizar advertencias y mensajes que ocupen más del 50% de las superficies principales expuestas y deben proponerse que abarquen la mayor parte posible de dichas superficies¿ y en caso de que la advertencia se remarque en un recuadro el espacio dedicado al marco ¿se debería considerar como adicional al espacio total ocupado por las advertencias y mensajes y no como parte de este¿.

En relación con la Utilización de imágenes , las directrices señalan que conforme a la evidencia científica las advertencias y mensajes que contienen a la vez imágenes y texto son mucho más eficaces que los que sólo contienen texto. Además, ofrecen la ventaja de poder llegar a personas con escaso nivel de alfabetización y a quienes no saben leer en el idioma o los idiomas en que están escritos los textos de las advertencias o mensajes, por lo que recomienda que ¿las imágenes o pictogramas sean culturalmente apropiados y aparezcan a todo color¿.

Frente a este último aspecto, es decir la utilización de colores, conforme a las directrices, las advertencias deben ser a color en lugar de blanco y negro y de colores contrastantes ¿para el fondo del texto a fin de aumentar la vistosidad y maximizar la legibilidad de los elementos de texto de las advertencias y mensajes¿.

Por su parte, las Directrices también reconocen que ¿el impacto de las advertencias y mensajes repetidos tiende a disminuir con el tiempo, mientras que el cambio de estos va asociado a una mayor eficacia, porque considera que la rotación y las modificaciones de diagramación y diseño de las advertencias y mensajes son importantes para que estos sigan llamando la atención y se refuercen sus efectos. En ese sentido, señala la importancia de que las advertencias tengan una rotación constante y que ¿una serie especificada se impriman de manera que cada uno aparezca en un número igual de paquetes al por menor, no solo de cada familia de marcas sino también de todas las marcas pertenecientes a una familia de marcas en todos los tamaños y tipos de envase¿.

En relación con el contenido de los mensajes las Directrices advierten que la utilización de una diversidad de advertencias sanitarias y otros mensajes apropiados aumenta las posibilidades de que estos surtan efecto, ya que diferentes advertencias y mensajes tienen diferente resonancia en

diferentes personas, porque deben incluir información relacionada con el abandono del hábito de fumar, la naturaleza adictiva del tabaco; los impactos económicos y sociales relacionadas con el consumo de tabaco, las consecuencias de este hábito en las personas queridas, en un lenguaje sencillo, claro y conciso, y culturalmente apropiado.

Además de la ratificación del Convenio Marco, el Estado colombiano, a través del Congreso de la República, expidió la Ley 1335 de 2009 mediante la cual se establecen disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.

Uno de los objetivos de esta ley, tal como se desprende de su artículo primero es contribuir a garantizar los derechos a la salud de los habitantes del territorio nacional, especialmente la de los menores de 18 años de edad y la población no fumadora, regulando el consumo, venta, publicidad y promoción de los cigarrillos, tabaco y sus derivados, así como la creación de programas de salud y educación tendientes a contribuir a la disminución de su consumo, abandono de la dependencia del tabaco del fumador. [7][7].

La ley consagró una serie de medidas para alcanzar el fin mencionado, dentro de las que se destacan la prohibición de venta de productos de tabaco a menores de edad (artículo 2º), la concreción de una política pública de control del tabaco (artículo 5º), el establecimiento de programas educativos para evitar el consumo de tabaco (artículo 8º), la reglamentación en materia de etiquetado y empaquetado de productos de tabaco (artículo 13), el reconocimiento de los derechos de las personas no fumadoras (artículo 17 y siguientes), la prohibición total a toda forma de publicidad y promoción de productos de tabaco, (artículos 15 y 16), así como; la restricción del patrocinio en eventos culturales y deportivos, cuando el mismo esté dirigido a la publicidad directa o indirecta de productos de tabaco y sus derivados (artículo 17).

V. JUSTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

El consumo de tabaco en Colombia es un problema de salud pública que afecta el goce efectivo de la salud de los(as) colombianos(as) e incide de manera altamente negativa en la salud pública.

Para el año 2008, el 30% de las muertes que tuvieron lugar en el país fueron atribuibles al consumo de tabaco y derivadas de tumores malignos de esófago, tráquea y páncreas, entre otros, así como de enfermedades respiratorias y cardiovasculares. Así mismo, ¿La Radiografía del Tabaquismo en Colombia? [8][8], liderada por el Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria de Argentina, en asociación con el Instituto de Evaluación Tecnológica en Salud de Colombia, evidencia que del total de muertes sucedidas en el año 2013, el 15,9% corresponde a muertes prematuras evitables causadas por el tabaquismo y se estima que 10.606 personas son diagnosticadas actualmente de un cáncer provocado por tabaquismo; adicionalmente el tabaquismo es responsable de 112.891 infartos y hospitalizaciones por enfermedades cardíacas cada año.

Junto al alto costo de vidas humanas relacionadas con el tabaquismo, son también alarmantes las cifras oficiales que muestran los costos directos en el sistema de salud atribuible al tabaquismo. Conforme a ¿La Radiografía del Tabaquismo en Colombia ya citada, 4.23 Billones de costos son atribuibles a esta pandemia [9][9]. En efecto, en el 2009, los costos sanitarios estuvieron estimados

de \$2,9 billones de pesos en el 2011, es decir el 0.66 por ciento del PIB estimado para ese año[10][10].

Por otro lado, Colombia es uno de los países de la región que consagra el menor porcentaje de advertencia sanitaria obligatoria en los productos del tabaco, con tan solo el 30% del total de las cajetillas de cigarrillo. Este porcentaje es el mínimo exigido por el CMCT que, sin embargo establece que el porcentaje de la advertencia sanitaria obligatoria debe ser del 50%.

Un incremento del tamaño de las advertencias sanitarias en Colombia promoverá avances sustanciales en el compromiso del Estado de fortalecer su política de protección del derecho a la salud de las y los colombianos mediante el control del tabaco.

En efecto existen razones científicas, así como obligaciones internacionales que justifican la necesidad de fortalecer los controles en materia de etiquetado y empaquetado, aumentando el porcentaje de advertencias sanitarias.

El uso de las advertencias sanitarias ha demostrado ser efectivo en la reducción del consumo de tabaco a nivel global debido a su potencial para incrementar el nivel de conocimiento de los fumadores acerca de los riesgos para la salud vinculados con su consumo, así como para influenciar decisiones futuras de consumo e iniciación del mismo en población infantil y adolescente³. Conforme a la OMS las advertencias sanitarias con pictogramas pueden ser la mejor opción para concientizar a la población sobre el tabaco y su impacto en la salud, cuando existen muchos recursos para desarrollar campañas educativas en los medios de comunicación[11][11].

Existe una amplia y extensa producción científica que evidencia que las advertencias sanitarias con pictogramas en el empaque de los productos de tabaco resultan fundamentales para informar a los consumidores y potenciales consumidores sobre la naturaleza tóxica, adictiva y dañina del tabaco[12][12],[13][13].

Expertos en la materia han indicado que las personas que fuman una cajetilla diaria están expuestas a la información impresa en las cajetillas al menos 20 veces al día, es decir, aproximadamente 7.300 veces al año. Esto implica un nivel de exposición mucho mayor que a través de cualquier otro medio[14][14].

Un reciente informe realizado por la Universidad de Waterloo indicó que en varios lugares del mundo se ha encontrado que la mayoría de los fumadores desearían recibir más información en las cajetillas de cigarros sobre los riesgos del fumar[15][15].

Las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillo también pueden incidir en la frecuencia con la que se fuma, cuando los fumadores piensan en las consecuencias de este acto por haber leído las advertencias[16][16].

Actualmente, más de 75 países en el mundo han implementado advertencias sanitarias con pictogramas en los productos de tabaco[17][17].

Adicionalmente, existe un amplio catálogo de estudios técnicos que reconocen que la exhibición de productos es de manera general un elemento integrante de las estrategias de mercadeo. Los exhibidores de productos de tabaco normalizan el consumo de cigarrillos y permiten que la industria tabacalera se comuniquen con los no fumadores, exfumadores y fumadores establecidos[18][18]. Cada vez, con más intensidad, la industria tabacalera invierte amplios recursos para abrir espacios de publicidad y promoción de sus productos en el punto de venta,

dado el fortalecimiento de la legislación de control del tabaco y los contextos de creciente restricción a la publicidad y promoción de tabaco.

Conforme a la Campaña sobre Niños libres de Tabaco (CTFK por sus siglas en inglés) ¿la exhibición de productos de tabaco debilita la eficacia de las leyes de control del tabaco que prohíben la publicidad, la promoción, y el patrocinio del tabaco y expone a la población a las tácticas de comercialización de la industria tabacalera que pretenden aumentar las ventas y el consumo de productos de tabaco? [19][19].

VI. CONCEPTOS ENTIDADES

- **Instituto Nacional de Cancerología**

Ministerio de Salud

Organizaciones no gubernamentales i nternacionales de salud pública remitieron una carta en la que compartieron sus comentarios sobre el Proyecto de ley número 210 de 2015 indicando que esta reforma es necesaria ya que Colombia tiene un compromiso legal como Estado Parte del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la Organización Mundial de la Salud (OMS), ratificado por Ley 1109 de 2006, el cual en la actualidad no está cumplido adecuadamente. Colombia establece por ley advertencias sanitarias graficas ubicadas en el piso mínimo (30% de las superficies principales), que son insuficientes para cumplir con las Directrices de Implementación del artículo 11 del CMCT y las mejores prácticas internacionales.

VII. PLIEGO DE MODIFICACIONES

Sin modificaciones.

VIII. TEXTO PROPUESTO

PROYECTO DE LEY NÚMERO 210 DE 2015

por medio de la cual se modifica la Ley 1335 de 2009 que previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. Modifíquese el artículo 13 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 13. Empaquetado y etiquetado. El empaquetado y etiquetado de productos de tabaco o sus derivados no podrá ser un vehículo o medio que incentive el consumo de este producto o que genere confusión sobre su carácter nocivo o dañino. Por lo que no podrá:

- a) Estar dirigidos a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos;
- b) Sugerir que fumar contribuye al éxito atlético o deportivo, la popularidad, al éxito profesional o al éxito sexual;
- c) Contener publicidad falsa o engañosa recurriendo a expresiones tales como productos de tabaco ¿suaves¿, ¿ligeros¿, ¿light¿, ¿Mild¿, o ¿bajo en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono¿ o de contenidos de sabor, como ¿mentol¿ o ¿mentolado¿ y cualquier otra expresión similar que desconozca su carácter nocivo o que esté dirigida a considerar el producto como atractivo.

Parágrafo 1°. En todos los productos de cigarrillo, tabaco y sus derivados, se deberán incluir clara e inequívocamente, frases y pictogramas que alerten sobre el carácter nocivo de los productos de tabaco; el impacto económico, social, y al medio ambiental de su consumo, y/o frases y pictogramas que prevengan el inicio del consumo y promuevan la cesación del mismo. Cada serie estará integrada por ocho (8) advertencias sanitarias y ocho (8) pictogramas.

En los empaques de productos de tabaco comercializados en el país, dichas frases de advertencia y pictogramas deberán aparecer en todas las presentaciones empaques de productos de tabaco y en todo caso deberán ser de alto impacto preventivo, claras, visibles, legibles, con mensajes inequívocos sobre el riesgo a la salud, provocado por el consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco. Las advertencias y los pictogramas:

a) Deberán aparecer en la parte inferior de las superficies de cada una de las dos (2) caras principales, ocupando el 80% de cada una ellas. De este 80%, el 70% incluirá imágenes y el 30% restante, texto.

b) Deberán aparecer también, pero únicamente con texto, en el 100% de una (1) de las caras laterales.

c) Deberán estar impresas en el empaquetado directamente, no en su envoltura; con la misma calidad de impresión que el resto del empaquetado, en tipo de letra y colores contrastantes; ubicadas de manera que la apertura normal del paquete no dañe ni oculte el texto ni la imagen de la advertencia sanitaria y sin ningún tipo de recuadro que la enmarque. En ningún caso las estampillas de importación deberán quitar visibilidad a las advertencias.

Parágrafo 2°. Los envases de productos de tabaco incluirán un símbolo inequívoco sobre el contenido tóxico del producto.

Parágrafo 3°. Los envases de productos de tabaco y sus derivados incluirán referencia expresa a los contenidos de alquitrán, nicotina, monóxido de carbonos y demás elementos tóxicos de los contenidos y emisiones, sin que en ningún caso hagan mención a la cantidad específica de los mismos. Esta información estará contenida en la cara lateral sin advertencia sanitaria. En todo caso, el texto de la información de contenidos y emisiones tóxicas será establecido por la autoridad sanitaria.

Parágrafo 4°. Están prohibidos los descriptores de marca o referencias, incluidos palabras, números, texturas o colores que hagan pensar que un producto es menos dañino, nocivo o más atractivo que otro.

Se prohíbe que los envases y etiquetas de los productos de tabaco hagan referencia a alguna característica novedosa del producto como ¿nueva imagen¿, ¿nuevo sabor¿, ¿nuevo precio¿, ¿edición limitada¿, ¿nueva tecnología¿, y en general, aditivos o elementos de contenido, así como instrucciones de uso de los mismos.

El empaquetado y las envolturas internas y externas de productos de tabaco y sus derivados no podrán diseñarse con papeles ni colores fluorescentes o llamativos ni estar repujados, con relieves, troquelados, y/o otras texturas que hagan parte de su diseño.

Los empaques de cigarrillo no contendrán ningún prospecto o inserto interior o exterior, publicitario o promocional. Solo se podrían incluir prospectos o insertos que adviertan sobre el carácter nocivo de los productos del tabaco y sus derivados y/o información sobre programas para

dejar de fumar. En todo caso el contenido de estos insertos deberán ser determinados por la autoridad sanitaria y no por la industria productora o comercializadora de productos de tabaco.

Los paquetes de productos de tabaco o sus derivados no deberán incluir fechas de expiración o caducidad que puedan hacer creer a los consumidores que los productos de tabaco se pueden consumir sin riesgo, o con un riesgo menor, en algún momento.

Parágrafo 5°. La rotación de las advertencias se realizará cada doce (12) meses y se asegurará, por parte de la autoridad competente, que la serie se imprima de manera que cada una de las imágenes que la componen aparezca en un número igual de paquetes al por menor, no sólo de cada familia de marcas sino también de todas las marcas pertenecientes a una familia de marcas en todos los tamaños y tipos de envase.

Parágrafo 6°. Todas las cajetillas y empaques de cigarrillos utilizados para la entrega del producto al consumidor final, importados para ser comercializados en Colombia, deberán incluir el país de origen y la palabra ¿importado para Colombia¿ y la referencia al lugar de origen y fecha de exportación, escritos en letra capital y en un tamaño no inferior a 4 puntos, información que se ubicará la cara lateral que no tiene advertencia sanitaria. El Ministerio de salud y Protección Social dentro de los tres (3) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley, reglamentará lo necesario para el cumplimiento del presente artículo, y para ello tendrá en cuenta las Directrices del artículo 11 del Convenio Marco de Control del Tabaco.

En el proceso de reglamentación del presente artículo y en el estudio y aprobación de las simulaciones de empaquetado que presente la industria tabacalera, el Ministerio de Salud y Protección Social garantizará la participación de la sociedad civil y en todo caso, evitará la interferencia de la industria tabacalera en el proceso, aplicando el artículo 5.3 del Convenio Marco para Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud.

Las organizaciones de la sociedad civil convocadas a participar en los términos de este artículo, deberán acreditar experiencia mínima de cinco (5) años en control del tabaco. La selección de estas organizaciones se hará previo proceso de inscripción y selección que reglamentará el Ministerio de Salud y Protección Social.

Artículo 2°. Modifíquese el artículo 16 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 16. Publicidad y promoción. Prohíbese toda forma de publicidad y promoción de productos de tabaco y sus derivados, entendida como toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso o consumo de tabaco. Se considera que es publicidad y promoción, toda forma de exhibición de productos de tabaco en punto de venta. El concepto de publicidad y promoción será entendido como lo define el Convenio Marco de Control del Tabaco y sus Directrices.

Artículo 3°. Modifíquese el artículo 17 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 17. Prohibición del patrocinio. Prohíbese el patrocinio directo o indirecto de eventos deportivos, culturales, educativos o sociales por parte de las empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco a nombre de sus corporaciones, fundaciones o cualquiera de sus marcas y en general toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto

de tabaco o el uso de tabaco, incluida las acciones realizadas bajo el concepto de responsabilidad social empresarial.

Artículo 4°. Modifíquese el artículo 25 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 25. Sanciones por no colocar las especificaciones requeridas en el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. Cualquier persona que infrinja lo establecido en los artículos 13 y demás relativos a la utilización de advertencias de salud de la presente ley, estará sujeta a la siguiente sanción: una multa de setecientos (700) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Esta multa será de mil doscientos (1.200) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes si es reincidente.

Artículo 5°. Modifíquese el artículo 32 de la Ley 1335 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 32. El régimen sancionatorio, autoridades competentes y procedimiento deberá ser determinado, precisado, y armonizado con la legislación vigente por el Gobierno nacional dentro de los seis (6) meses siguientes a la sanción de la presente ley.

Artículo 6°. La presente ley regirá seis (6) meses después de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

IX. PROPOSICIÓN

Honorables Representantes:

Por lo anteriormente expuesto, ante ustedes me permito rendir informe de ponencia positiva, para primer debate al Proyecto de ley número 007 de 2015 Cámara, por medio de la cual se modifica la Ley 1335 de 2009 que previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.