



CAMARA DE DIPUTADOS  
DE LA NACION  
MESA DE ENTRADAS

21 JUL 2004

SEC. D 1° 4435 17°

# Proyecto de ley

*El Senador y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

## LEY NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO

### CAPITULO I

#### Disposiciones generales

**Artículo 1°.-** Declárase de interés nacional la lucha contra el tabaquismo y créase el Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Tabaquismo, que concreta las siguientes medidas sustantivas:

- a) El desarrollo de acciones permanentes de información y esclarecimiento en los establecimientos educacionales del nivel primario, secundario y EGB, promoviendo la activa participación de la comunidad educativa en su conjunto: educadores, alumnos y sus familias e instituciones de la comunidad.
- b) El desarrollo de acciones permanentes de información, dirigidas a la población general a través de los medios de comunicación social.
- c) El control del cumplimiento de las normas de publicidad y comercialización de productos de tabaco destinados al hábito de fumar.
- d) La protección del derecho de los no fumadores a no estar expuestos al aire contaminado con humo de tabaco.
- e) La regulación de los ingredientes o aditivos empleados en la elaboración de los productos de tabaco conforme a la reglamentación del caso.

**Artículo 2°.-** A los efectos de la presente ley, se entiende por:

**Consumo de tabaco:** al acto de inhalar, exhalar, masticar o sostener encendido cualquier producto que contenga tabaco.

**Control del tabaco:** comprende las diversas estrategias de reducción de la oferta, la demanda y los daños con el objeto de mejorar la salud de la población eliminando o reduciendo el consumo de productos de tabaco y su exposición al humo de tabaco.

**Productos de tabaco:** abarcan los productos preparados totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco y destinados a ser fumados, chupados, mascarados o aspirados.

**Humo de tabaco:** es el humo que se desprende de un producto de tabaco y el humo que expira el fumador.

**Empaquetado:** se aplica a todo envase, paquete, envoltorio, caja, lata o cualquier otro dispositivo que envuelva o contenga productos de tabaco.

**Patrocinio del tabaco:** es 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 del tabaco.

**Publicidad y promoción del tabaco:** Es 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 del tabaco.

**Lugar de trabajo:** es todo edificio, lugar o área donde las personas desarrollan o desempeñan actividades laborales.

**Lugar público:** es todo lugar cerrado de los inmuebles de uso público, sujetos al dominio público o privado.

**Artículo 3°.-** Se reconoce a la adicción al tabaco como enfermedad. Los establecimientos médico-asistenciales públicos, del sistema de seguridad social y privados, deben encarar acciones para su prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación; estando obligados a su cobertura.



**Artículo 4°.-** Quedan comprendidos en los alcances de la presente ley todos los productos elaborados con tabaco.

**Artículo 5°.-** Es autoridad de aplicación del Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Tabaquismo el Ministerio de Salud, de conformidad con la reglamentación pertinente y sin perjuicio de que cada una de las jurisdicciones dicten normas adicionales indispensables para la aplicación de la presente ley.

**Artículo 6°.-** El Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Tabaquismo es asesorado por una Comisión Nacional de Control del Tabaquismo de carácter honorario, cuya integración y funciones se determinarán en la reglamentación.

## **CAPITULO II**

### **Restricción de la publicidad, promoción y patrocinio**

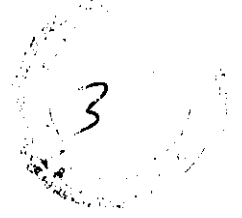
**Artículo 7°.-** Se prohíbe en todo el territorio de la República, respecto de todos los productos comprendidos en esta ley:

- a) La publicidad o promoción sin distingo en cuanto a la forma y medios empleados para realizarla.
- b) Toda actividad de publicidad o promoción indirecta.
- c) La exhibición, la venta o distribución, a título gratuito o no, de objetos de uso y consumo corrientes, si llevan la marca o el emblema publicitario de los productos comprendidos en esta ley, o el nombre de un productor, fabricante o comerciante de los mismos.
- d) El ofrecimiento, la remisión o distribución, a título gratuito, de los productos comprendidos en la presente ley, cuando esa actividad sea efectuada con fines de publicidad o propaganda.
- e) El anuncio por cualquier medio del auspicio o patrocinio de acontecimientos deportivos o culturales por parte del fabricante, productores o comerciantes de los productos comprendidos en la presente ley.
- f) La exhibición de cualquier manera, en el curso de las actividades culturales o deportivas, o con intervención de sus protagonistas del nombre, marca o emblema de algunos de los productos comprendidos en esta ley, o el nombre de un productor, fabricante o comerciante de los mismos.
- g) La prohibición a que se refieren los incisos e) y f) precedentes cuenta con un término de transicionalidad de tres (3) años a partir de la sanción de la presente ley, a fin de que se adecue su implementación conforme a las previsiones que establezca la reglamentación.

**Artículo 8°.-** No se aplican las prohibiciones precedentes a la publicidad que se realice en el interior de los lugares cerrados en donde se expendan los productos comprendidos en esta ley con la finalidad de orientar al consumidor, ni a los carteles que se coloquen en el exterior con el único objeto de señalar los lugares de expendio.

**Artículo 9°.-** Se prohíbe el auspicio o patrocinio de todo tipo de actividad o evento cultural y/o deportivo por parte de fabricantes, productores y comerciantes de los productos de tabaco a través de cualquier medio de difusión.

**Artículo 10°.-** No se impide ni obstaculiza la entrada en el país de diarios y revistas editados en el extranjero y de circulación normal en sus lugares de origen,



aunque contengan publicidad o propaganda de las prohibidas por ésta ley, conforme con el plazo de transición y modalidades que se establezcan de igual manera a lo previsto en el inciso g) del artículo 7° de la presente ley.

### **CAPITULO III**

#### **Comercialización y empaquetado de los productos de tabaco**

**Artículo 11°.-** Los envases, paquetes y etiquetas en que se comercializan tabaco, cigarrillos u otros productos con tabaco destinados a fumar, deben llevar en letra visible y legible, de alto contraste y en las superficies principales del envase, una leyenda que indique los efectos perjudiciales producidos por el hábito de fumar, debiendo ocupar un espacio no inferior al cincuenta por ciento (50%) del empaquetado, distribuido en ambas caras u ocupando una de ellas en forma completa. La autoridad de aplicación debe seleccionar las leyendas del Anexo de esta ley, determinando la rotación y el lapso de tiempo que aparecerán impresas en los envases, paquetes y etiquetas. La selección y rotación forman parte de la campaña integral y efectiva en la lucha contra el tabaquismo. Asimismo debe expresarse en uno de sus laterales, los porcentajes de nicotina, anhídrido carbónico y alquitrán que posea el producto, admitiéndose a los efectos de su control, una diferencia hasta del veinte por ciento (20%) respecto de los valores expresados en el mismo.

**Artículo 12°.-** En los paquetes y envases de productos de tabaco no se pueden utilizar expresiones tales como: "bajo contenido de nicotina y alquitrán", "ligths", "mentol", "suaves", o términos similares, así como elementos descriptivos, marcas de fabrica o de comercio, signos figurativos, y/o colores que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa, equívoca o engañosa impresión que un producto determinado de tabaco es menos nocivo que otro o que puedan inducir a error con respecto a sus características, efectos para la salud o riesgos. Las empresas contarán con ciento ochenta días (180) de plazo, a partir de la vigencia de la presente ley para proceder a la adecuación de sus envases. En ningún caso la autoridad de aplicación podrá admitir excepciones a lo señalado precedentemente.

**Artículo 13°.-** Se prohíbe la colocación o utilización de cualquier material o envoltorio externo que tenga por finalidad impedir o dificultar la visualización de los mensajes, imágenes o informaciones exigidas por esta ley y las reglamentaciones que en consecuencia se dicten.

### **CAPITULO IV**

#### **Venta y distribución**

**Artículo 14°.-** Se prohíbe la venta, exhibición, distribución y/o entrega por cualquier medio a título gratuito de productos de tabaco en los siguientes lugares:

- a) Establecimientos educativos de todos los niveles públicos y privados.
- b) Establecimientos sanitarios públicos y privados
- c) Oficinas públicas.
- d) Medios de transporte en general.



**Artículo 15°.-** Queda prohibida la venta, promoción, entrega o distribución de productos de tabaco a personas menores de dieciocho (18) años de edad para su uso o para el uso de terceros. A tal efecto y en caso de duda respecto de la edad exigida por la ley, el vendedor debe tomar todas las medidas razonables, incluyendo el requerimiento de documento de identidad, para verificar la edad del comprador.

**Artículo 16°.-** El vendedor, encargado o responsable de los lugares autorizados para la venta de productos de tabaco tiene la responsabilidad de dar cumplimiento a la prohibición establecida en el artículo 15°.

**Artículo 17°.-** En el interior de los lugares o locales de venta de productos de tabaco debe exhibirse en lugar visible un cartel con la leyenda "Prohibida la venta a personas menores de dieciocho (18) años" y el número de la ley que da origen a la prohibición.

**Artículo 18°.-** Queda prohibida la venta de productos de tabaco a través de maquinas automáticas expendedoras de esos productos. La prohibición se hará efectiva a partir de los 360 días de entrada en vigor de la presente ley.

**Artículo 19°.-** Queda prohibida la venta, ofrecimiento, entrega o distribución de productos de tabaco a personas menores de dieciocho (18) años de edad por correo, Internet o por cualquier otro medio a través del cual la edad no puede ser verificada.

**Artículo 20°.-** Se prohíbe la venta de cigarrillos sueltos, en paquetes abiertos, en envases distintos a los habituales o en paquetes que contengan un número menor de 10 unidades.

**Artículo 21°.-** Se prohíbe la venta, exhibición, entrega y distribución a título gratuito o no de productos de uso y consumo corriente que no sean productos de tabaco pero que puedan ser identificados y/o asociados con productos de tabaco, y lleven la marca, emblema o el nombre de un fabricante, productor o comerciante de los mismos.

## **CAPITULO V**

### **Protección al no fumador**

**Artículo 22°.-** Se prohíbe el fumar productos de tabaco en los ámbitos cerrados de los inmuebles de uso público, sujetos al dominio público o privado.

**Artículo 23°.-** Se prohíbe el consumo de tabaco en los medios de transporte públicos y colectivos de pasajeros, cuando se trate de:

- a) Viajes de corta, media y larga distancia por rutas o vías sujetas a la jurisdicción nacional, sin perjuicio de habilitarse unidades exclusivamente para fumadores y conforme a lo que determine la reglamentación.
- b) En los lugares cerrados de las naves durante la navegación fluvial o marítima en aguas jurisdiccionales argentinas.
- c) En los vuelos de cabotaje e internacionales dentro del espacio aéreo argentino.



## **CAPITULO VI Sanciones**

**Artículo 24°.-** La autoridad de aplicación debe suministrar y difundir un número telefónico que deberá ser expuesto en forma visible en los lugares de venta de los productos de tabaco y en aquellos en que se prohíbe su consumo, con la finalidad de denunciar la falta de cumplimiento de las disposiciones contenidas en los diversos capítulos de la misma.

**Artículo 25°.-** La autoridad de cada jurisdicción tiene competencia para aplicar las sanciones contenidas en esta ley. Las infracciones cometidas se sancionarán con arreglo a los procedimientos administrativos vigentes en cada una de las jurisdicciones.

**Artículo 26°.-** Las infracciones a la presente ley serán sancionadas con:

- a) Apercibimiento.
- b) En caso de violación de los artículos relativos a los capítulos IV y V con una multa en moneda de curso legal equivalente al valor al consumidor final de 250 a 1.000 paquetes de veinte cigarrillos del mayor valor comercializado en el país, pudiendo elevarse hasta el valor de 2.500 paquetes para el caso de reincidencia.
- c) En caso de violación de los artículos relativos a los capítulos II y III una multa en moneda de curso legal equivalente al valor al consumidor final de 2.500 a 100.000 paquetes de veinte cigarrillos del mayor valor comercializado en el país, pudiendo elevarse hasta el valor de 1.00.000 de paquetes para el caso de reincidencia.
- d) Decomiso y destrucción de los productos de tabaco y de los materiales de publicidad que se encuentren en violación de las disposiciones establecidas en esta ley.
- e) Clausura del local donde se realicen las infracciones.

**Artículo 27°.-** Las acciones previstas en los incisos b), c), d) y e) podrán acumularse y se graduarán con arreglo a la gravedad o reiteración de las infracciones.

**Artículo 28°.-** La falta de pago de las multas aplicadas hará exigible su cobro por vía de ejecución fiscal, constituyendo suficiente título ejecutivo el testimonio de la resolución condenatoria firme.

## **CAPITULO VII Disposiciones complementarias**

**Artículo 29°.-** El programa creado por esta ley y las actividades de control de cada jurisdicción se financian con los recursos provenientes de:

- a) El producido de las multas previstas en esta ley.
- b) Las sumas del presupuesto general que se le asignen.
- c) Las donaciones y legados que se reciban con este destino específico.

Siendo destinados un cuarenta (40%) por ciento al Programa Nacional de Prevención y Lucha contra el Tabaquismo y el sesenta (60%) por ciento a la jurisdicción en las que fueran percibidas.

**Artículo 30°.-** La autoridad de aplicación debe llevar el Registro Federal de Reincidentes que coordinará con otras jurisdicciones encargadas del cumplimiento de la presente ley, debiendo considerarse en tal situación a quienes habiendo sido sancionados incurrieran en una nueva infracción dentro de los doce (12) meses de



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

Las Islas Malvinas, Georgias del Sur  
y Sandwich del Sur son Argentinas

la fecha en que hubiere quedado firme la sanción anterior, cualquiera sea la autoridad que la impusiera.

**Artículo 31°.-** El Poder Ejecutivo invitará a las provincias, municipios y al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir al programa y régimen instituido por la presente ley y las normas reglamentarias que en su consecuencia se dicten.

**Artículo 32°.-** Derogase cualquier norma específica vigente en la materia que se oponga a las establecidas en la presente ley.

**Artículo 33°.-** Esta ley entrará en vigencia a los noventa (90) días de su promulgación y deberá reglamentarse dentro de los treinta (30) días de su sanción.

**Artículo 34°.-** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Dra. SILVIA V. MARTINEZ  
DIPUTADA DE LA NACION