

CONSTITUCIÓN, DEMOCRACIA Y TABACO EN COLOMBIA

Reflexiones sobre el marco constitucional y de políticas comparadas para la implementación en Colombia del “Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco”, hecho en Ginebra, el veintiuno (21) de mayo de dos mil tres (2003), y aprobado por la Ley 1109 de 2006.

Rodrigo Uprimny

Camilo Castillo

(Con la asistencia investigativa de Manuel Morales Fontanilla)

Bogotá, mayo de 2009

Centro de Estudios de Derecho, Justicia y Sociedad

DeJuSticia

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 3 |
| 1. El derecho a la salud y deber estatal de regular estrictamente la comercialización y el consumo del tabaco..... | 6 |
| 2. Las limitaciones constitucionales de la libertad económica | 10 |
| 3. El caso concreto de la industria del tabaco..... | 16 |
| 4. Las limitaciones al libre desarrollo de la personalidad y el consumo del tabaco..... | 19 |
| 5. Conclusiones sobre el marco constitucional, el Convenio Marco y las medidas para la implementación de dicho convenio. | 27 |
| 6. Políticas comparadas frente al tabaco. | 31 |
| ANEXO: Fichas sintéticas de las distintas estrategias nacionales de implementación del Convenio Marco | 35 |

Introducción.

En los últimos años, ha habido un debate importante sobre la regulación jurídica del tabaco, pues muchos expertos y organizaciones sociales y académicas que se preocupan por la salud pública han propuesto una normatividad más estricta de la producción, comercialización y consumo de este producto, con el fin de reducir los perjuicios que conlleva su uso, ya que hoy es muy claro que las enfermedades asociadas al uso del tabaco y a la exposición al humo de cigarrillo afectan gravemente la salud y ponen en riesgo la vida de muchas personas; además, el sistema de salud debe asumir costos exorbitantes en el tratamiento de pacientes con tabaquismo. Sin embargo hasta muy recientemente, las políticas dominantes frente al tabaco, tanto en Colombia como en otros países de la región, eran muy laxas y estaban inspiradas por un fuerte liberalismo económico.

Esta posición frente al mercado y consumo del tabaco contrastaba fuertemente con la actitud asumida por nuestros gobiernos frente a las sustancias psicoactivas ilegales, como la marihuana o la cocaína, pues la permisividad frente al tabaco (e igualmente frente al alcohol) se acompañaba de esfuerzos de penalización extrema frente a las drogas ilegales. Un ejemplo de ese contraste se vivió en Colombia en 1994¹. En mayo de ese año, la Corte Constitucional, por medio de la sentencia C-221 de 1994, anuló las normas que penalizaban el consumo de sustancias psicoactivas ilegales, como la marihuana o la cocaína. Para la Corte, tales disposiciones violaban dos principios medulares del Estado de derecho: de un lado, la autonomía individual y el libre desarrollo de la personalidad, puesto que la conducta del consumidor no afecta, en sí misma, derechos de otras personas. Y, de otro lado, para la Corte, estas normas establecían una discriminación puesto que, sin razón clara que lo justificara, establecían un tratamiento diferente entre quienes consumieran alcohol o tabaco y quienes utilizaran marihuana o cocaína.

La sentencia ocurrió en plena campaña presidencial y provocó fuertes críticas de los medios de comunicación, de los candidatos presidenciales y del propio Presidente de la República Cesar Gaviria. Todos ellos manifestaron su temor por los graves efectos de la decisión sobre la salud pública y sobre la política internacional colombiana, por lo cual plantearon la realización de un referendo

¹ Sobre este incidente paradójico, ver Rodrigo Uprimny (2003) “El desfase entre los que saben y los que hacen: reflexiones sobre el marco jurídico y cultural de la política contra las drogas en Colombia” en Dorothea Shreck y Efre Milanese (Eds) *Seminario de expertos Farmacodependencia y política de drogas*. Freiburg, Caritas.

para enfrentar la sentencia, modificar la Constitución y restablecer la penalización del consumo de ciertas drogas. Pero esa enérgica oposición contrastó con las moderadas posiciones que casi todos esos mismos actores habían tenido en el pasado frente al abuso de las drogas legales, a saber el alcohol y el tabaco. Así, pocas semanas antes se había propuesto en el Congreso reducir el impuesto a la cerveza del 48% al 20%. El proyecto de ley perdió apoyo político, pero no por consideraciones sanitarias, sino por su impacto en las finanzas de departamentos como Boyacá, en donde este impuesto representaba más del 50% de sus ingresos corrientes. A esta objeción, la industria cervecera respondió que la disminución del impuesto no generaría una reducción de los ingresos departamentales, porque el consumo de cerveza se vería estimulado por la baja del precio. Y ello no provocó grandes escándalos². De otro lado, el propio gobierno Gaviria, mientras ambientaba la idea del referendo, propuso que se redujera la carga tributaria sobre el cigarrillo del 124% al 44%, argumentado que ello era necesario para atacar el contrabando. Y mantuvo la propuesta, a pesar de que un estudio de la Universidad de los Andes había concluido que tal reducción podría implicar un crecimiento del 13% del número de fumadores, en especial de niños y adolescentes que son los más sensibles a las disminuciones de precios, con lo cual se agravaría al abuso del tabaco³.

Esta permisividad de la política estatal frente al tabaco parecía haber cambiado por la aprobación en Colombia, por la Ley 1109 de 2006, del “Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco” (de ahora en adelante “Convenio Marco”), pues dicho tratado establece regulaciones estrictas sobre la comercialización y consumo del tabaco, a fin de reducir su impacto negativo sobre la salud de las personas. Ese convenio fue revisado y declarado exequible por la Corte Constitucional por la sentencia C-665 de 2007. A su vez, la Resolución 1956 de 2008 del Ministerio de Protección Social (de ahora en adelante “Resolución 1956”) materializaba a nivel reglamentario algunos de los mandatos del Convenio Marco, en especial en lo relativo a la existencia de áreas libres de humo de cigarrillo. Colombia parecía entonces entrar en una forma de regulación de la venta y consumo de tabaco que, sin caer en el prohibicionismo, era estricta, por las indudables implicaciones negativas de este producto sobre la salud pública

Ahora bien, algunos sectores han criticado estas nuevas regulaciones sobre el tabaco por ser demasiado estrictas, con el argumento de que podrían vulnerar

² Ver El Tiempo, 1 mayo de 1994.

³ Ver El Tiempo 15 mayo de 1994.

los derechos a la autonomía y al libre desarrollo de la personalidad de los consumidores de tabaco o desconocer la libertad económica y afectar un sector de la economía que brinda empleo, como es la llamada industria tabacalera.

En ese contexto, este escrito analiza el marco constitucional para la implementación del Convenio Marco en Colombia, con el fin de mostrar, entre otras cosas, si regulaciones como las contenidas en la citada resolución 1956 se ajustan o no a los mandatos constitucionales. O si por el contrario, dichas regulaciones vulneran libertades o derechos constitucionales, como la libertad económica o el libre desarrollo de la personalidad. La conclusión a la que llegamos, por medio de un estudio sistemático de la jurisprudencia constitucional sobre el tema, es que la Constitución autoriza medidas severas para el control de la comercialización y consumo de tabaco, como aquellas previstas por el Convenio Marco y por la citada Resolución 1956, siempre y cuando el Estado no llegue a la prohibición absoluta del consumo de tabaco por adultos, que es lo que eventualmente podría afectar el libre desarrollo de la personalidad. Finalmente, y con el fin de salir un poco de un debate puramente colombiano, el texto analiza las bondades de ese tipo de estrategias de regulación estricta del tabaco, promovida por el Convenio Marco y prevista por la Resolución 1956, que podríamos denominar de “mercado pasivo”⁴ o “mercado regulado y desestimulado”, según la terminología de ciertos autores, para lo cual se basa tanto en una reflexión teórica sobre las políticas más apropiadas frente a sustancias sicoactivas, riesgosas para la salud y que generan dependencia, como en un examen comparado de las políticas de distintos países frente a las sustancias sicoactivas en general y frente al tabaco en particular.

Las anteriores consideraciones explican la estructura del documento. El texto comienza por mostrar como (1) el derecho a la salud impone al Estado obligaciones de prevenir factores que generan enfermedades, como el consumo de tabaco o la exposición al humo de cigarrillo, para luego examinar las posibles restricciones constitucionales a la libertad económica (2) y su relación con la regulación del mercado del tabaco (3). Posteriormente entramos a estudiar si esas regulaciones estrictas del consumo de tabaco son o no compatibles con el respeto a la autonomía personal y al libre desarrollo de la personalidad (4). Este examen normativo permitirá entonces mostrar la compatibilidad de las medidas previstas por el Convenio Marco y la Resolución 1956 con la Constitución (5). El documento terminará con un estudio empírico de las estrategias abordadas frente al tabaco por distintos países (6), que permite

⁴ La sugestiva expresión es de Francis Caballero (1989) *Droit de la drogue*. Paris: Dalloz.

mostrar distintas alternativas de implementación del Convenio Marco. Un anexo incluye unas fichas que sintetizan las orientaciones básicas de las distintas políticas nacionales estudiadas.

1. El derecho a la salud y deber estatal de regular estrictamente la comercialización y el consumo del tabaco

El punto de partida de cualquier reflexión sobre el Convenio Marco, ya sea jurídica o ya sea de política pública, es el reconocimiento de que el tabaco ocasiona graves problemas a la salud de las personas y a los sistemas de salud, al menos por cinco factores que interactúan entre sí⁵. De un lado, el consumo de tabaco es adictivo, pues la nicotina es una de las sustancias conocidas que mayor dependencia ocasiona. De otro lado, el tabaco ocasiona muy graves daños a la salud de los consumidores, pues es un factor contribuyente a varios tipos de cáncer y a enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares, entre otras graves dolencias. En tercer lugar, el humo de tabaco afecta no sólo al usuario sino también a terceros, a los llamados fumadores pasivos, pues quienes se encuentran en un lugar cercano a quien consume el tabaco terminan afectados por el humo del fumador. Es más, incluso investigaciones recientes han mostrado que existe un “humo de tercera mano”, que hace referencia a las partículas tóxicas de humo que quedan adheridas a distintos tipos de superficie, como muebles o ropa, que tiene también graves efectos sobre la salud⁶. En cuarto lugar, los servicios de salud deben dedicar cuantiosos recursos a atender las enfermedades asociadas al consumo de tabaco; a su vez, dichas enfermedades implican pérdidas de productividad considerables y costos generales importantes a las economías nacionales. Finalmente, sobre todo para las personas de escasos recursos, en los países pobres, la adicción al tabaco

⁵ Según un documento de la fundación Interamericana del corazón el consumo de cigarrillos es responsable por lo menos del “85 a 90% de los cánceres de pulmón, del 30% de todas las muertes por cáncer, del 75 al 85% de los casos de Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (Bronquitis crónica, enfisema pulmonar), del 30% de las muertes por enfermedad coronaria.” Lo anterior es el resultado de las enfermedades más conocidas que se asocian al uso del tabaco, pues según el mismo informe, hay muchas más dolencias relacionadas con el consumo de cigarrillos. Todos los costos de estas enfermedades deben ser asumidos por el sistema de seguridad social, lo cual colabora a que el sistema de seguridad social se vuelva inviable. Para mayor información ver: Sociedad Interamericana del corazón. Convenio Marco para el Control del Tabaco: Racionalidad y Fundamentos disponible en línea en: http://74.125.47.132/search?q=cache:gX09JhwDx6sJ:hosting.diputados.gob.mx/dip_gvr/foro/Revisi%25F3n%25202%2520El%2520Convenio%2520Marco%2520para%2520el%2520Control%2520del%2520Tabaco.doc+convenio+marco+para+el+control+del+tabaco+racionalidad+y+fundamentos&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co documento recuperado el 22 de marzo de 2009.

⁶ El término fue acuñado por médicos del Hospital Infantil MassGeneral de Boston en un estudio publicado en *Pediatrics* y que muestra los efectos dañinos de ese humo de tercera mano. Ver *El Tiempo*, 31 mayo de 2009, pag 3-10

consume una parte no despreciable de los ingresos familiares, lo cual reduce el gasto en vivienda, educación o salud⁷. Esos graves efectos sobre la salud llevaron a la OMS a concluir que en el siglo pasado el tabaco mató a más de 100 millones de personas y que en la presente centuria, el número podría elevarse a 1000 millones y que éstas ocurrirán especialmente en los países de bajos ingresos⁸.

Teniendo en cuenta esos graves efectos del tabaco sobre la salud, resulta entonces natural que los Estados no sólo estén autorizados sino que incluso se encuentren obligados a regular en forma estricta la producción, la comercialización y el consumo del tabaco, precisamente para enfrentar esos graves problemas de salud. En efecto, el derecho a la salud es un derecho humano fundamental, como lo han reconocido los intérpretes más autorizados tanto de la Constitución, que es la Corte Constitucional⁹, como del Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales (PIDESC), que es el Comité de Derechos Económicos Sociales y Culturales (Comité DESC)¹⁰. Ahora bien, el Estado, frente al derecho a la salud, no sólo tiene el deber de permitir a todas las personas, sin discriminación, el acceso a los servicios médicos sino que, además, tiene claras obligaciones preventivas en este campo. Así, el artículo 12 del PIDESC, que no sólo obliga internacionalmente al Estado colombiano sino que además tiene en nuestro país rango constitucional, por mandato del artículo 93 y en virtud de la figura del bloque de constitucionalidad¹¹, establece inequívocamente que es obligación esencial del Estado la “*prevención y el tratamiento de las enfermedades endémicas, profesionales y de otra índole*” y la “*educación de la población sobre la prevención y tratamiento de los problemas de salud*”. Es pues evidente que el Estado colombiano debe prevenir las enfermedades asociadas al consumo del tabaco y debe educar a su población para que pueda prevenir y tratar adecuadamente los problemas de salud asociados al consumo de tabaco.

⁷ Chips A Bostic (2008) “Two global crisis bring opportunities to international tobacco control” en *Sustainable Development Law and Policy*. Volumen IX, No 1, p 13.

⁸ *Ibidem*,

⁹ En la reciente sentencia T-760 de 2008, la Corte Constitucional reiteró la tesis, ya desarrollada en sentencias previas, sobre el carácter fundamental del derecho a la salud.

¹⁰ En particular, en su período No 22 de sesiones, el 11 de mayo de 2000, el Comité DESC adoptó la “*Observación General No 14 relativa al disfrute del más alto nivel de salud (art 12)*”, que claramente señala que el derecho a la salud es un derecho humano fundamental de todas las personas.

¹¹ Sobre la figura de bloque de constitucionalidad, ver Rodrigo Uprimny (2002) “El bloque de constitucionalidad en Colombia. Un análisis jurisprudencial y un ensayo de sistematización doctrinal” en *Compilación de jurisprudencia y doctrina nacional e internacional: derechos humanos y derecho internacional humanitario*. Oficina en Colombia del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, v. I, Bogotá, p.143.

Igualmente, el Comité DESC ha insistido también en esos deberes preventivos generales del Estado en materia de salud, pues ha indicado que una obligación esencial de los Estados es “*adoptar y aplicar, sobre la base de las pruebas epidemiológicas, una estrategia y un plan de acción nacionales de salud pública para hacer frente a las preocupaciones en materia de salud de toda la población*”.¹² Por consiguiente, si los estudios de salud pública señalan consistentemente que el tabaco afecta gravemente la salud pública, entonces es imperativo que el Estado desarrolle políticas para prevenir y controlar ese riesgo sanitario.

Por su parte, el entonces Relator sobre el derecho a la Salud de Naciones Unidas, el señor Paul Hunt, al interpretar los alcances de los mandatos impuestos a los Estados por el PIDESC, ha intentado sistematizar algunos de los elementos básicos que debe reunir un sistema de salud, para ser compatible con los estándares internacionales. Este Relator, cuyos documentos constituyen una doctrina muy autorizada sobre el alcance del derecho a la salud, ha señalado que el derecho a la salud no se reduce al derecho a acceder a la atención médica sino que es más amplio e integral, pues consiste en el derecho a gozar del más alto nivel posible de salud mental y síquica, por lo cual los sistemas y las políticas de salud no pueden limitarse a atender la enfermedad pues deben también tratar los factores subyacentes determinantes de la salud¹³. Ahora bien, si el consumo de tabaco y la exposición al humo de cigarrillo son elementos que claramente ocasionan enfermedades, entonces se trata de un factor subyacente determinante de la salud de las personas, que debe ser adecuadamente enfrentado por los Estados.

Esos deberes del Estado de controlar los factores subyacentes de la enfermedad y de prevenir los males de salud de la población no sólo autorizan sino que incluso ordenan que haya una regulación pública muy estricta del mercado y consumo de tabaco y confiere, en principio, una base constitucional muy sólida al Convenio Marco, tal y como lo reconoció claramente la Corte Constitucional en la sentencia C-665 de 2007, que declaró exequible dicho tratado. Dijo entonces la Corte al respecto:

¹² Observación General 14, párrafo 43, lit f)

¹³ Ver en particular los siguientes dos documentos: su informe al Consejo de Derechos Humanos de 2008 (Consejo de Derechos Humanos. A/HRC/7/11, 31 de enero de 2008, versión editada) y su informe a la Asamblea General de 2007 ((A/62/214)

“La finalidad del Convenio, señalada en su artículo 3, se enmarca en la protección de las generaciones presentes y futuras frente a las consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo, y por tanto, desarrolla los principios contenidos en los artículos 49, 78 y 79 de la Carta. En efecto, dichas normas señalan la obligación del Estado en la atención a la salud y saneamiento ambiental, en relación con el control de bienes y servicios ofrecidos a la comunidad, así como de la información que debe suministrarse al público en su comercialización, de la misma manera establecen la responsabilidad de los productores de sustancias que atentan contra la salud pública. Por otro lado, señalan el deber de toda persona de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.”

El examen precedente muestra entonces que la existencia de políticas severas para regular el mercado del tabaco y controlar su consumo tiene amplio sustento constitucional y eso explica que la Corte Constitucional haya avalado el Convenio Marco. Sin embargo, y como bien lo precisa la Corte y se desprende de la propia naturaleza de este tratado, el Convenio Marco, si bien impone directamente ciertas obligaciones a las autoridades estatales, requiere también medidas complementarias para su adecuada implementación, como leyes o reglamentaciones administrativas. En ese sentido, se trata de un convenio general o “marco” que requiere desarrollos normativos suplementarios. Ahora bien, a veces se plantean críticas frente al propio Convenio Marco y frente a los proyectos de leyes o reglamentos para su implementación, como la Resolución 1956, en el sentido de que regulaciones demasiado estrictas, como aquellas que prohíben de manera total la publicidad o plantean ambientes cerrados totalmente libres de humo de cigarrillo, pueden ser inconstitucionales, supuestamente por afectar la libertad económica o por vulnerar la autonomía y el libre desarrollo de la personalidad de los consumidores de tabaco. Conviene pues examinar hasta qué punto los derechos constitucionales al libre desarrollo de la personalidad de los consumidores de tabaco y a la libertad económica de los productores y comercializadores de tabaco impiden que se pongan en marcha medidas estrictas para implementar el Convenio Marco y para reducir los daños sanitarios asociados al consumo de tabaco y a la exposición del humo de cigarrillo. En los siguientes puntos abordamos entonces ambos aspectos.

2. Las limitaciones constitucionales de la libertad económica

Desde sus primeras sentencias la Corte constitucional ha considerado que la libertad de empresa puede ser restringida en aras de salvaguardar derechos fundamentales consagrados en la Constitución. Así en la sentencia C- 425 de 1992 afirmó lo siguiente:

“La libertad económica ha sido concebida en la doctrina como la facultad que tiene toda persona de realizar actividades de carácter económico, según sus preferencias o habilidades, con miras a crear, mantener o incrementar su patrimonio. Las actividades que conforman dicha libertad están sujetas a las limitaciones impuestas por la Constitución y las leyes, por razones de seguridad, salubridad, moralidad, utilidad pública o interés social. En términos más generales la libertad económica se halla limitada por toda forma de intervención del Estado en la economía y particularmente, por el establecimiento de monopolios o la clasificación de una determinada actividad como un servicio público, la regulación del crédito, de las actividades comerciales e industriales, etc.”

Esta doctrina se fue decantando, y la Corte estableció cuáles actividades pueden ser objeto de regulaciones rigurosas. Por ejemplo, las actividades económicas comunes no requieren que se expida una normatividad para su ejercicio, pero aquellas iniciativas privadas que implican un riesgo social deben ser reglamentadas. Lo anterior acarrea la obligación estatal de expedir las leyes y decretos que establecen los parámetros para permitir a los particulares ejercer este tipo de actividades. De aquí se desprende también la necesidad de control de estas iniciativas particulares, pues por un lado se puede poner en peligro la dignidad humana; y por el otro, el artículo 365 de la Constitución le ordenó a las autoridades públicas mantener la vigilancia sobre este tipo de actividades. La sentencia C-176 de 1996 precisó que:

“(…) la Constitución no otorga el mismo grado de protección a la iniciativa privada en todos los campos económicos. Así, el contenido esencial de la libertad económica varía según los tipos de actividades;

por ejemplo, una ocupación económica ordinaria no requiere de permiso especial pues es por regla general de libre iniciativa (CP art. 333), pero en cambio no son de libre ejercicio las profesiones que impliquen riesgos sociales (CP art. 26) y los servicios financieros por ser de interés público, requieren de permiso previo para poder ser adelantados (CP art. 335). Es más, la Constitución prohíbe que los particulares puedan consagrarse a ciertas industrias, como la fabricación de armas y explosivos, que es un monopolio estatal (CP art. 223)

Finalmente, el reparto de las competencias entre la ley y el reglamento en materia de intervención del Estado no es el mismo en todas las actividades económicas. Así, en general, para proteger la libertad económica, la dirección estatal se efectúa por el Gobierno con base en leyes de intervención que deben precisar sus fines, sus alcances y los límites de la libertad económica (CP art. 150 ord 21) pero, en otros casos, la intervención se efectúa con base en leyes marco, que son normas más generales, pues en ellas el Congreso fija únicamente los objetivos y criterios de la acción gubernamental (CP art. 150 ord 19)”

Un desarrollo más detallado de estas mismas tesis se encuentra en la sentencia C-624 de 1998. Allí, la Corte determinó los criterios relevantes para determinar los límites de la libertad de empresa, los cuales, a su juicio, son: la función social de la propiedad y la prevalencia del bien general sobre el particular. Para los efectos de este trabajo nos centraremos exclusivamente en el tópic de la prevalencia del interés general sobre el interés particular. La razón para hacerlo de esta manera es que en este punto la Corte dijo que si bien la libertad económica está protegida por la constitución, la cláusula de la prevalencia del interés general sobre el particular es la que introduce los postulados del Estado social de derecho. En este orden de ideas el Estado puede limitar las actividades comerciales que puedan afectar el goce de los derechos fundamentales de los asociados. La Corte lo planteó sin ambigüedades:

(...) es innegable que la libertad del individuo en materia económica, si bien está protegida por la Constitución, también se encuentra limitada por la prevalencia del interés general (artículo 1 C.P.), por las competencias de intervención y regulación a cargo del Estado (artículo 333, 334 y 335 de la C.P) y por los principios de razonabilidad y proporcionalidad que esta Corte ha desarrollado.

Además, la Corte recuerda que es precisamente en el ámbito económico

en donde, el interés general prima con claridad sobre el interés particular (C.P art. 1 y 58), puesto que sólo limitando, de manera razonable y proporcional, las libertades económicas, puede el Estado contribuir a realizar un "orden político, económico y social justo" (preámbulo) y a hacer efectivos los llamados derechos humanos de segunda generación o derechos prestacionales de las personas.¹⁴

En el mismo sentido, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, aprobado por Colombia mediante la Ley 74 de 1968, señala en su artículo 4º que los Estados pueden limitar por ley este tipo de derechos con el fin de promover el bienestar general en una sociedad democrática, siempre y cuando tales restricciones sean compatibles con la naturaleza del derecho. Igualmente, la Convención Interamericana, incorporada al ordenamiento colombiano por la Ley 16 de 1972, en su artículo 21, reconoce la propiedad privada pero claramente determina que la ley puede subordinar su uso al interés social. Igualmente, el artículo 30 de ese instrumento internacional precisa que esas restricciones deben ser dictadas por razones de interés general y con el propósito para el cual han sido establecidas.

En la misma sentencia se consideró que si bien el Estado es el director de la economía y tiene libertad para regular el campo de la iniciativa privada, también es cierto que los órganos de representación política deben tener en cuenta los parámetros establecidos por la jurisprudencia constitucional, con el fin de que la libertad económica no termine subordinando los derechos fundamentales de las personas. Por tanto, la Corte desarrolló un test que debe seguir el legislador y el ejecutivo a la hora de hacer regulaciones sobre la iniciativa privada. Si la norma supera el test quiere decir que esa es una regulación permitida, y por ende, no podrá ser declarada inexecutable por el juez constitucional. Así lo plasmó la Corte:

“Por consiguiente, el Congreso puede hacer extensivas legalmente diversas políticas en tales materias, siempre y cuando ellas tiendan de manera razonable a hacer operantes los principios rectores de la actividad económica y social del Estado y velar por los derechos constitucionales. En tal contexto, sólo en los casos en que tales restricciones o prohibiciones lesionen de manera evidente, manifiesta y directa derechos fundamentales, afecten el núcleo esencial de derechos

¹⁴ Corte Constitucional. Sentencia C-265 de 1994. M.P. Alejandro Martínez Caballero.

constitucionales, violen claros mandatos de la norma fundante, o arbitrariamente carezcan de motivos adecuados y suficientes para limitar los derechos, imponiendo regulaciones manifiestamente irrazonables o desproporcionadas, deberá el juez en su momento declarar la inconstitucionalidad de la norma. Por ende, para establecer la legitimidad de las restricciones del Legislador, la Corte debe evaluar (i) si la limitación, - o prohibición-, persiguen una finalidad que no se encuentre prohibida por el ordenamiento constitucional; (ii) si la restricción propuesta es potencialmente adecuada para cumplir el fin propuesto, y (iii) si hay proporcionalidad en esa relación, esto es, que la restricción no sea manifiestamente innecesaria o claramente desproporcionada. Adicionalmente, (iv) debe la Corte examinar si el núcleo esencial del derecho fue desconocido con la restricción legal o su operatividad se mantiene incólume.

Esta tendencia doctrinal se confirmó tres años después en la sentencia C-616 de 2001. En ella la Corte revisó las posibilidades que tenía el Estado para regular las actividades de las Empresas Promotoras de Salud. La corporación empezó su estudio diciendo que la adopción de la Economía Social de Mercado le permite al Estado establecer normas que limiten o que impongan determinadas cargas a ciertas actividades económicas. Y además aclaró que son sujetos de especial regulación las actividades económicas que tengan que ver de manera directa o indirecta con el bienestar general.

“La reforma constitucional de 1991 adoptó el modelo propio de una economía social de mercado e introdujo una serie de principios e instituciones para armonizar la intervención del Estado con la libertad de los ciudadanos, entre las cuales el de la libertad económica tiene un valor superior dentro del ordenamiento jurídico. En ese orden de ideas, el artículo 333 de la Constitución Política establece que “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.” (...)

La libertad económica que, se encuentra reconocida y garantizada por la Constitución, dentro de los límites del bien común y del interés social, constituye uno de los fundamentos del Estado Social de Derecho. De esta manera, así como la libertad de empresa se orienta a permitir la posibilidad real del individuo de desarrollar actividades económicas que considera necesarias para la satisfacción de sus intereses, también, se

autoriza al Estado para intervenir y crear las condiciones necesarias para que éstas se materialicen en armonía con los valores superiores previstos en la Carta.”

La Corte Constitucional al analizar el caso de las entidades financieras también determinó que el Estado tiene la potestad de regular e imponer límites a la libertad económica. Sin embargo, esta vez fue más lejos, pues en las sentencias anteriores no había contemplado la hipótesis de la restricción gracias a la figura de la función social y ecológica de la propiedad. En efecto, esta providencia de la Corte consideró que al referirse a la función social de la propiedad también debía incluirse la dimensión ecológica de la misma.

A juicio de la Corte para que un particular pueda lucrarse de forma apropiada debe tener en cuenta que la propiedad no es un derecho absoluto. Sobre él recaen una serie de cargas que son necesarias para que el dictado constitucional de la solidaridad sea real y efectivo. Una de esas cargas consiste en que el ejercicio del derecho de propiedad debe servir para mantener el medio ambiente sano y libre de elementos que puedan perjudicar la salud de los ciudadanos. Por ende, en caso de que haya una tensión entre la libertad de empresa y el bienestar general, que incluye la función ecológica de la propiedad, debe primar este último. Así, pues, se concluye que los límites que el Estado le imponga a esa actividad económica son lícitos. La sentencia C-870 de 2003 fue clara al decir:

“En relación con el derecho que tienen las personas a ejercer la libertad de empresa y a percibir las utilidades que le son inherentes, el Estado se erige como director de la economía con dos fines específicos: de una parte, debe regular, vigilar y controlar los procesos económicos en orden a fomentar y estimular la gestión empresarial, impidiendo al efecto que se obstruya o restrinja la libertad económica y evitando o controlando cualquier abuso de la posición dominante; y de otra, promoviendo y exigiendo a la empresa el cumplimiento de su función social a través de su intervención en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados; igualmente, actuando como empresario directo, ya con capital totalmente estatal, ora en alguna de las modalidades de la asociación mixta. Función social que se debe concretar en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y en la preservación de un ambiente sano.”

Por último, la sentencia C-392 de 2007 sistematizó de forma clara la jurisprudencia que en relación a la libertad económica ha producido la Corte. En efecto, además de reiterar todos los pronunciamientos anteriores, la misma corporación estableció los presupuestos de forma y de fondo bajo los cuales se puede presentar una intervención del Estado en la economía. Al respecto la Corte dijo que:

“(...) la sentencia C-624 de 1998 estableció la Corte un conjunto de reglas que debe seguir el juez constitucional al evaluar las restricciones a la libertad económica:

“Por ende para establecer la legitimidad de las restricciones del Legislador, la Corte debe evaluar (i) si la limitación, o prohibición, persiguen una finalidad que no se encuentre prohibida en la Constitución; (ii) si la restricción impuesta es potencialmente adecuada para conseguir el fin propuesto, y (iii) si hay proporcionalidad en esa relación, esto es que la restricción no sea manifiestamente innecesaria o claramente desproporcionada. Adicionalmente (iv) debe la Corte examinar si el núcleo esencial del derecho fue desconocido con la restricción legal o su operatividad se mantiene incólume”¹⁵.

Se trata entonces de un típico caso de aplicación del test débil de proporcionalidad para examinar la constitucionalidad de los límites impuestos por el legislador, pues si bien la libertad económica admite una amplia intervención por parte de los poderes públicos en su configuración para el cumplimiento de los fines de interés general que la Constitución menciona, esta intervención no puede eliminar de raíz la mencionada libertad y debe obedecer a criterios de razonabilidad y proporcionalidad.

En jurisprudencia posterior la Corte ha sistematizado los requisitos formales y materiales de la intervención del Estado en materia económica cuando limita la libertad de económica y ha señalado que tal intervención: i) necesariamente debe llevarse a cabo por ministerio de la ley; ii) no puede afectar el núcleo esencial de la libertad de empresa; iii) debe obedecer a motivos adecuados y suficientes que justifiquen la limitación de la referida garantía; iv) debe obedecer al principio de

¹⁵ En el mismo sentido la sentencia C-333 de 2000.

solidaridad; y v) debe responder a criterios de razonabilidad y proporcionalidad¹⁶.”

La anterior evolución jurisprudencial muestra entonces con claridad que, conforme a la Constitución, la libertad económica puede en general ser limitada, con base en principios de razonabilidad y proporcionalidad, con el fin de alcanzar objetivos de interés general, como es sin lugar a dudas al prevención de los daños a la salud asociados al consumo de tabaco y a la exposición al humo de tabaco. Conviene sin embargo, y para mayor claridad, examinar con mayor detalle las posibles limitaciones que la jurisprudencia de la Corte ha admitido a la libertad económica en relación específicamente con el tabaco.

3. El caso concreto de la industria del tabaco

En relación con la industria del tabaco la Corte ha reconocido que su actividad está sujeta a la regulación estatal. En otras palabras, las tabacaleras sólo pueden comercializar sus productos dentro del marco de acción que el Estado les determine. Por ende, la propaganda, los anuncios comerciales a través de vallas, carteles, etc, las campañas de consumo directo con impulsadores o impulsadoras, entre otras, pueden y deben ser regladas por el Estado con el fin de armonizar la libertad económica con el bienestar general. De allí que a juicio de la Corte sea lícito poner límites muy estrictos a la publicidad de artículos que sean nocivos para la salud. La sentencia C-524 de 1995 trató el tema y concluyó al respecto lo siguiente::

“La libertad de empresa le otorga a toda persona el derecho de ejercer y desarrollar una determinada actividad económica, de acuerdo con el modelo económico u organización institucional que, como ya se anotó, en nuestro país lo es la economía de mercado, libertad que al tenor del Estatuto Supremo no es absoluta, ya que el legislador está facultado para limitar o restringir su alcance cuando así lo exijan "el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación". Además, no puede olvidarse que la empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que cumplir, la que implica ciertas obligaciones, y que la librecompetencia económica "supone responsabilidades".

Así las cosas, el Estado al regular la actividad económica cuenta con facultades para establecer límites o restricciones en aras de proteger la salubridad, la seguridad, el medio ambiente, el patrimonio cultural de la

¹⁶ Sentencia C-361 de 2002.

Nación, o por razones de interés general o bien común. En consecuencia, puede exigir licencias de funcionamiento de las empresas, permisos urbanísticos y ambientales, licencias sanitarias, de seguridad, de idoneidad técnica, etc, pero en principio y a título de ejemplo no podría en desarrollo de su potestad de intervención interferir en el ámbito privado de las empresas, es decir, en su manejo interno, en las técnicas que se deben utilizar en la producción de los bienes y servicios, en los métodos de gestión, pues ello atentaría contra la libertad de empresa y de iniciativa privada; pero sí puede, desde luego, proteger los intereses sociales de los trabajadores, las necesidades colectivas del mercado, el derecho de los consumidores y usuarios, etc”.

En la sentencia C-665 de 2007, que revisó la constitucionalidad de la ley aprobatoria del Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco (Ley 1109 de 2006), la Corte reiteró que la libertad económica puede ser limitada por el Estado, siempre y cuando no haga nugatorio el derecho. Al revisar las medidas que propone el convenio para evitar el consumo de tabaco, la Corte, encontró que todas se ajustaban a la Constitución, en la medida en que buscan proteger a las personas de los efectos nocivos del tabaco. Dijo la Corte:

“Se concluye entonces que la Corte Constitucional ha señalado como legítimas aquellas medidas limitativas de la libertad de empresa que se encuentran justificadas en la búsqueda de fines constitucionalmente válidos y en la protección de bien común.

De igual forma, la Constitución hace un especial énfasis en el papel interventor del Estado en la economía, a través de la ley, con el fin de que por intermedio de diferentes acciones, se procure una mejor calidad de vida (artículo 334). Dentro de esas acciones, cabe destacar el deber de regular el control de la calidad de bienes y servicios prestados a la comunidad, la racionalización de la economía y el cumplimiento de las finalidades sociales del Estado, en particular, la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable. Si el mejoramiento de la calidad de vida es una de las principales metas del Estado colombiano, entonces el amparo y cuidado de las condiciones ecológicas son el pilar esencial sobre el cual deben recaer todas las acciones que para ese efecto se implementen

Así las cosas para la Corte es claro que si uno de los propósitos fundamentales del Estado se encuentra dirigido al mejoramiento de la calidad de vida de los conciudadanos, es lógica y necesaria su

intervención en algunas de las actividades económicas, mediante la cual se protegen los derechos de la colectividad”.

Luego de hacer esta aseveración, la Corte afirma que dentro de la legislación colombiana existen¹⁷ diversas normas que limitan la actividad de las tabacaleras, pues uno de los deberes del Estado es velar por la calidad y la salubridad de los bienes que ingresan o se producen en Colombia. En este orden de ideas, es claro que según la jurisprudencia constitucional la libertad de empresa puede y debe tener límites en aras de conseguir los objetivos del Estado constitucional de derecho. La defensa del derecho a la salud, tanto de los fumadores como de los no fumadores, es un objetivo deseable dentro de un Estado que se predica asimismo respetuoso de la dignidad humana. La declaratoria de constitucionalidad de todo el convenio demuestra que las medidas contenidas en este instrumento internacional son, a juicio de la Corte, razonables y proporcionadas para proteger a las personas de los efectos perjudiciales del tabaco.

Conforme a lo anterior, no resulta válido invocar la libertad económica para oponerse a medidas drásticas para continuar con la implementación del Convenio Marco, pues siendo la producción, distribución y consumo del tabaco una actividad que pone gravemente en riesgo la salud de fumadores y de no fumadores, el Estado no sólo tiene la facultad sino también la obligación de regular en forma estricta ese mercado para amparar la salud. Y para ello, las autoridades pueden adoptar las medidas previstas en el Convenio Marco, como pueden ser las medidas tributarias y no tributarias destinadas a reducir el consumo de tabaco, o el establecimiento de prohibiciones destinadas a crear espacios libres de humo, en especial para proteger a los no fumadores, o la prohibición de la publicidad a los productos de tabaco, o la obligación de

¹⁷ Decreto 3340 de 1982. Dispone que las propagandas emitidas por televisión, deberían decir que el cigarrillo es nocivo. /Ministerio de Comunicaciones, Salud y Presidencia de la República. Decreto 3446 de 1982 Ministerio de Comercio Exterior. Establece que en los bienes y servicios que sean nocivos para la salud "deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un nexo que incluya dentro de estos, su nocividad...". Acuerdo 3 de 1983. Concejo de Bogotá. Prohíbe fumar en cines, teatros, bibliotecas, museos, coliseos deportivos cerrados, vehículos de uso público, espacios cerrados de colegios y demás centros de enseñanza.... Decreto Ley 30 de 1986 "Estatuto Nacional de Estupefacientes", sólo podría expendirse cigarrillos y tabaco a personas mayores. Todo empaque de cigarrillo nacional o extranjero deberá llevar en el extremo inferior de la etiqueta, y ocupando una décima parte de ella, la leyenda "El cigarrillo es nocivo para la salud..." Acuerdo 004 de octubre 19 de 2005, de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, "por el cual se reglamenta la publicidad de cigarrillo, tabaco y bebidas con contenido alcohólico en televisión" Acuerdo 01 de 2006, por parte de la misma Comisión Nacional de Televisión, que reglamenta la emisión de publicidad de bebidas con contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital, que modifica el anterior."

establecer advertencias a los usuarios acerca de la nocividad del producto. Ese tipo de medidas no pueden ser consideradas vulneratorias de la libertad económica ya que, como se ha explicado anteriormente, dicha libertad puede ser limitada en forma estricta, cuando se trata de perseguir un objetivo constitucional de una obvia y clara importancia, como es la protección de la población frente a los riesgos sanitarios ocasionados por el consumo del tabaco y por la exposición al humo de cigarillo.

Ahora bien, a pesar de lo anterior, algunos podrían argumentar que algunas de esas medidas, como aquellas que prohíben consumir tabaco en ciertos espacios, podrían vulnerar el libre desarrollo de la personalidad y la autonomía de los fumadores. Entramos pues a examinar esa posible objeción.

4. Las limitaciones al libre desarrollo de la personalidad y el consumo del tabaco

La Constitución de 1991 implicó un cambio en la concepción de las libertades individuales; en efecto, la Constitución de 1886 tenía una fuerte tendencia a la limitación de las mismas pues otorgaba al Estado la potestad de dirigir la vida de los ciudadanos, pues las actividades contrarias a la moral cristiana eran perseguidas por la ley (ver, entre otros: arts 40, 41, 42 y ss). La Carta de 1991 marcó una diferencia profunda con los derroteros señalados por la Constitución anterior. Por un lado, la Constitución de 1991 separó a la iglesia y al Estado, de tal manera que ya no se puede hablar de una moral única en Colombia, lo cual se ve complementado con el amplio reconocimiento del pluralismo que hace el actual ordenamiento constitucional. Lo anterior implica que el Estado ya no puede perseguir conductas que sean consideradas impropias por el cristianismo. Por otra parte, el artículo 16 de la CP consagra el derecho al libre desarrollo de la personalidad, de tal suerte que se redujo la posibilidad del Estado de reglar la conducta moral de las personas, pues éstas gozan de autonomía y tienen derecho a escoger sus propios modelos de virtud. Con base en esos mandatos, la Corte ha considerado que es inconstitucional que la ley penalice el consumo de sustancias sicoactivas (sentencia C-221 de 1994) u obligue a las personas a someterse a tratamientos contra su voluntad, por lo cual esa Corporación llegó a considerar contraria a la Carta la penalización de la eutanasia consentida (sentencia C-239 de 1997).

Sin embargo este derecho no es absoluto, pues el mismo art. 16 de la CP, dice que dicho derecho encuentra limitaciones, como los “los derechos de los demás y el orden jurídico” Esto quiere decir que una primera hipótesis de claro

sustento constitucional en donde el Estado tiene perfecta legitimidad para limitar la autonomía individual es cuando ésta se invoca para desconocer derechos de terceros. Sin embargo, ésta no es la única hipótesis; también en algunos casos muy específicos el Estado tiene la posibilidad de limitar la autonomía individual incluso cuando el comportamiento no afecta derechos de terceros sino los intereses propios de una persona determinada e incluso contra su voluntad aparente. Según la jurisprudencia de la Corte, en los casos en que el libre desarrollo de la personalidad entre en conflicto con el derecho a la vida o la salud de la propia persona, entonces, dentro de límites determinados, es lícito limitar la autonomía, por medio de lo que la Corte denominó “medidas de protección de los intereses de la propia persona”, y que corresponden a lo que usualmente se conoce en filosofía política y moral como medidas “paternalistas”¹⁸. En efecto, la Corte ha distinguido entre las llamadas medidas perfeccionistas, que se encuentran prohibidas, por cuanto implican la imposición de modelos de virtud a las personas, y las medidas paternalistas o de protección de los intereses de la propia persona, que son admisibles, puesto que en ellas el Estado no impone un determinado modelo de excelencia personal sino que establece restricciones e incluso sanciones pero orientadas a amparar los intereses del individuo, según su propia visión del mundo. Ese punto fue ampliamente estudiado por la sentencia C-309 de 1997, en donde la Corte avaló la constitucionalidad de la obligación de que los conductores llevaran cinturón de seguridad. Dijo entonces la Corte:

“La Carta no es neutra entonces frente a valores como la vida y la salud sino que es un ordenamiento que claramente favorece estos bienes. El Estado tiene entonces un interés autónomo en que estos valores se realicen en la vida social, por lo cual las autoridades no pueden ser indiferentes frente a una decisión en la cual una persona pone en riesgo su vida o su salud. Por ello el Estado puede actuar en este campo, por medio de medidas de protección, a veces incluso en contra de la propia voluntad ocasional de las personas, con el fin de impedir que una persona se ocasione un grave daño a sí mismo. Las medidas de protección no son entonces incompatibles con la Carta. Sin embargo, ello no significa que cualquier medida de esta naturaleza sea admisible, puesto que, en ocasiones, el Estado o la sociedad, con el argumento de proteger a la

¹⁸ Ve al respecto, entre otros, Gerald Dworkin (1990) "El paternalismo" en Jerónimo Betegón, Juan Ramón de Páramo (Ed) *Derecho y moral*. Barcelona: Ariel. Ver también Carlos Santiago Nino (1989) *Ética y Derechos Humanos. Un ensayo de fundamentación*. (2 Ed) Buenos Aires: Astrea, capítulo X. Igualmente ver Ernesto Garzón Valdés (1993) "¿Es éticamente justificable el paternalismo jurídico?" en *Derecho, ética y política*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales. pp 361 y ss.

persona de sí misma, terminan por desconocer su autonomía. Por ello la Corte, al reconocer la posibilidad de estas medidas, había sido muy cuidadosa en señalar que éstas perdían toda legitimidad constitucional cuando se convertían en políticas "perfeccionistas", esto es, "en la imposición coactiva a los individuos de modelos de vida y de virtud contrarios a los que ellos profesan, lo cual obviamente contradice la autonomía, la dignidad y el libre desarrollo de la persona, fundamentos esenciales de nuestro ordenamiento jurídico"

En esa ocasión, la Corte insistió entonces que, dentro de límites precisos, un Estado pluralista y respetuoso de la autonomía y el libre desarrollo de la personalidad, podía imponer esas medidas de protección de los intereses de la propia persona, incluso contra su voluntad aparente, en especial cuando se encuentre en juego la vida y la salud de la persona concernida, lo cual explicó la sentencia en los siguientes términos:

“(E)stas medidas pueden justificarse en casos de negligencia, de incoherencia o de lo que la filosofía ética denomina “debilidad de voluntad” de la persona. Se trata de aquellos eventos en donde la persona acepta que un determinado bien es valioso para ella y no desea afectarlo, pero se niega a evitar un comportamiento que lesiona ese interés, o no tiene la voluntad actual suficiente para realizar una conducta que es necesaria para proteger el bien. En estos casos, la intervención coactiva del Estado, frente a esa momentánea “debilidad de voluntad”, se justifica a fin de impedir que la persona, por una incompetencia temporal, afecte intereses personales que ella misma juzga más importantes que los móviles actuales de su comportamiento. Esto explica además que las medidas de protección encuentren mayores posibilidades de justificación en relación con intereses o bienes, como la vida o la integridad física, frente a los cuales es lógico considerar que la casi totalidad de las personas los aceptan como elementos valiosos de su propio proyecto de realización personal, por lo cual resulta razonable suponer que presenta una debilidad de voluntad o una incompetencia puntual la persona que, a pesar de tener la información relevante, se comporta de una manera que afecta gravemente esos intereses propios”.

Obviamente la Corte precisó que dichas medidas, para no vulnerar la autonomía, deben ser proporcionadas y razonables, y por ello sistematizó ciertos requisitos que deben reunir dichas medidas de protección para ajustarse a la Constitución. En particular, la Corte precisó que esas medidas paternalistas deben buscar proteger derechos muy valiosos, como la vida o la salud, ser

eficaces para tal propósito, no imponer cargas desmesuradas en relación con el beneficio obtenido, y no pueden llegar a imponer un modelo de virtud, punto que fue explicado por la citada sentencia C-309 de 1997 así:

“En ese orden de ideas, una política de protección invade el contenido esencial del libre desarrollo de la personalidad cuando se traduce en una prohibición de un determinado proyecto de realización personal y de una opción vital, aun cuando ella sea riesgosa para intereses que la propia Constitución considera valiosos, como la vida o la salud. Por ejemplo, el Estado puede intentar disuadir a la persona de asumir determinados riesgos para su salud, por lo cual tiene la facultad de establecer regulaciones que impliquen obstáculos a fin de evitar que la persona lleve a cabo una actividad que puede tener consecuencias fatales, pues es razonable pensar que la mayoría de las personas no quieren ver afectada su vida ni quieren morir. Sin embargo, si una persona plenamente competente y consciente de los peligros que implica una determinada actividad decide, a pesar de las advertencias de las autoridades y de los obstáculos que ellas han impuesto, llevarla a cabo, el Estado no puede llegar al extremo de prohibírsela en forma absoluta, ya que, con su persistencia, la persona ha mostrado que esa actividad constituye un elemento esencial de su proyecto personal. Un ejemplo puede fácilmente explicar lo anterior: una típica medida de protección que opera en muchos países es la prohibición de que, en las playas públicas, las personas naden sin la presencia de un salvavidas, o en determinadas condiciones climáticas, por los riesgos que existen de que un mal nadador se ahogue, sin quererlo, y pudiendo ser salvado. La presunción que justifica la medida es que muy pocas personas valoran tanto la natación como para aceptar un riesgo de muerte, por lo cual el ingreso al mar en condiciones de peligro puede ser considerado como un típico caso de “debilidad de voluntad” o de incompetencia básica transitoria. Sin embargo, si un individuo valora tanto los desafíos de la natación, a tal punto que enfrentar tales riesgos constituye un elemento esencial de su forma realización personal, es ilegítimo que el Estado le impida, por ejemplo, cruzar a nado unas aguas peligrosas, si es claro que la persona conoce y acepta los riesgos de tal actividad. En ese orden de ideas, las prohibiciones o los deberes derivados de las medidas de protección operan como especies de filtros que ponen a prueba la autenticidad de la decisión de una persona de asumir un determinado riesgo, de tal manera que aquellos que no valoraban realmente la actividad, puedan ser

desestimulados, y sólo terminen enfrentando efectivamente los peligros las personas que los consideran un elemento esencial de su modo de vida.”

En ese sentido, la Corte distinguió el caso de esas legítimas medidas protectoras de la propia persona, que le hacen difícil realizar un comportamiento riesgoso para sí mismo pero sin llegar a prohibírselo, de aquellas otras, que se convierten en dispositivos perfeccionistas inadmisibles en una sociedad pluralista, en donde el Estado prohíbe de manera absoluta ese comportamiento, a pesar de que el mismo no afecta derechos de terceros. Dijo entonces la Corte en esa misma sentencia C-309 de 1997:

“El anterior análisis muestra también que la obligación de utilizar ese dispositivo de seguridad es distinta de la penalización del consumo de drogas, lo cual justifica la diferente decisión tomada por la Corte en los dos casos. En efecto, las normas declaradas inexecutable en la sentencia C-221/94 no se limitaban a obstaculizar el consumo de sustancias psicoactivas haciendo difícil el acceso a ellas, o no eran prohibiciones a su uso en determinados ámbitos, caso en el cual muy posiblemente se hubieran ajustado a la Carta como formas legítimas de protección coactiva, sino que eran disposiciones que prohibían en forma absoluta todo consumo de determinadas sustancias psicoactivas. Por tal razón, esas normas del Estatuto de Estupeficientes configuraban una típica medida perfeccionista, ya que se excluía un determinado modo de vida, a pesar de que éste no afectaba derechos de terceros, por lo cual tuvo razón la sentencia C-221 de 1994 en retirar del ordenamiento esas disposiciones (subrayado nuestro.)”

Sin embargo, conviene resaltar que esa sentencia C-221 de 1994, que declaró la inconstitucionalidad de la penalización absoluta del consumo de sustancias psicoactivas, la Corte precisó que las autoridades podían regular ampliamente, en desarrollo del poder de policía, dicho consumo, entre otras cosas, para proteger la salud pública. Dijo entonces la Corte en esa sentencia C-221 de 1994:

“En ese mismo orden de ideas puede el legislador válidamente, sin vulnerar el núcleo esencial de los derechos a la igualdad y a la libertad, desconocidos por las disposiciones que serán retiradas del ordenamiento, regular las circunstancias de lugar, de edad, de ejercicio temporal de actividades, y otras análogas, dentro de las cuales el consumo de droga resulte inadecuado o socialmente nocivo, como sucede en la actualidad con el alcohol y el tabaco. Es ésta, materia propia de las normas de policía. Otro tanto cabe predicar de

quienes tienen a su cargo la dirección de actividades de instituciones, públicas o privadas, quienes derivan de esa calidad la competencia de dictar reglamentos internos que posibiliten la convivencia ordenada, dentro de los ámbitos que les incumbe regir. Alude la Corte a los reglamentos laborales, disciplinarios, educativos, deportivos, etc” (subrayado nuestro).

Como quedó claro en los párrafos anteriores, tanto la Constitución como la jurisprudencia consideran que el derecho al libre desarrollo de la personalidad no es absoluto. En efecto, el libre desarrollo a la personalidad puede ser limitado al menos por dos razones claras: de un lado, si este afecta la vida y a la salud de los demás ciudadanos, pues sería un claro caso en donde la autonomía se encuentra limitada por los derechos de los otros; Y es que si una actividad individual afecta los derechos mencionados, es factible, pero no sólo factible, es perentoria la intervención del estado para que cese la vulneración de los derechos fundamentales de los asociados. De otro lado, incluso en comportamientos que no afecten derechos de terceros, también puede el Estado imponer restricciones si se trata de una medida paternalista o, en los términos de la Corte, de una “medida de protección de los intereses de la propia persona”, siempre y cuando ésta respete los elementos de proporcionalidad que señalamos en el punto anterior de este escrito.

Ahora bien, las restricciones impuestas por la mayor parte de las normas que prohíben el consumo de tabaco en ciertos sitios y casos, o que pretenden a hacer difícil el acceso al tabaco o desestimular su uso, caben claramente en algunos de esos supuestos. En efecto, algunas de ellas, como las que pretenden crear espacios totalmente libres de humo de cigarrillo buscan amparar los derechos de los no fumadores frente a los fumadores, pues de no existir tales medidas, los primeros quedan expuestos al humo de tabaco producido por los segundos al fumar, y es ahora muy claro que dicha exposición al humo de cigarrillo es muy perjudicial para la salud. Por su parte, otras medidas, como las que prohíben la publicidad del tabaco o prevén impuestos altos para esos productos, se inscriben claramente en la hipótesis de las medidas legítimas paternalistas o protectoras de los intereses de la propia persona, puesto que, sin llegar al extremo de penalizar totalmente el consumo de tabaco (lo cual vulneraría el libre desarrollo de la personalidad y la visión pluralista de la Constitución) pretenden desestimular el consumo de cigarrillo, lo cual es legítimo en un Estado democrático, que se preocupa de la salud de sus habitantes pero sin llegar a imponerles modelos de moralidad individual.

Esos criterios generales son suficientes para concluir que las medidas previstas por la Convención Marco o por la Resolución 1956 no desconocen el derecho al libre desarrollo de la personalidad ni la autonomía de las personas. Simplemente para reforzar esa conclusión, puede ser útil hacer referencia a algunas sentencias de la Corte Constitucional que muestran en casos concretos la legitimidad constitucional de ese tipo de medidas. Así, la sentencia C-665 de 2007, que examinó el Convenio Marco, claramente señaló que el Estado puede restringir las zonas de consumo de tabaco, con el fin de proteger a las personas de la exposición del humo del tabaco. La Corte dijo al respecto:

“El instrumento en su artículo 8 obliga a los Estados Partes a adoptar y aplicar medidas legislativas, administrativas para proteger espacios públicos y de transporte libre de humo. La Corte Constitucional considera que esta obligación a cargo de los Estados se encuentra encaminada a proteger los derechos de los no fumadores y del medio ambiente, y por tanto desarrolla los principios de protección a la salud y a un medio ambiente sano establecidos en la Carta Política en sus artículos 49, 78, 79, 80 y 81”.

Igualmente, la restricción de fumar en algunos sitios, o durante la realización de determinadas actividades, busca proteger tanto la vida como la salud de las personas. Por ejemplo, la restricción que trae el código de tránsito para que los conductores de vehículos no fumen tiene su fundamento en la necesidad de proteger a los transeúntes de un posible descuido del conductor de un vehículo. Así, pues, la idea del legislador al implementar esta prohibición es la de dar primacía al derecho a la vida y a la salud gracias de las personas que son transportadas, y al mismo tiempo propender por la seguridad de los ciudadanos de a pie que circulan por la calle.

La Corte Constitucional ha respaldado estas intervenciones del legislador en el ámbito privado. Así, en la sentencia C-1090/03 la Corte consideró que las medidas legislativas que le prohibían a los conductores de servicio público fumar era constitucionales. Sin embargo, la Corte fue más allá, pues amplió la prohibición al servicio particular al considerar que las medidas de ese tipo eran necesarias para la seguridad vial. Según la Corte:

“Entonces, si el fin de la norma es propender por la seguridad vial, la diferencia de trato que da el legislador al conductor de servicio público, a quien sanciona cuando lo sorprende fumando mientras conduce, respecto del conductor de transporte particular, al que no sanciona cuando se encuentra en idéntica situación, pierde su sentido pues no

asegura una verdadera protección de la vida y seguridad de todas las personas.

De tal manera, encuentra la Corte que tal trato distinto es inconstitucional, al no encontrar justificación alguna del legislador para ello. Si el Estado tiene el deber constitucional de velar por la vida e integridad de todas las personas y tal es el propósito de sancionar a un conductor que sea sorprendido fumando mientras conduce, tal finalidad no se cumple al dejar por fuera de dicha sanción a los demás conductores que incurren en la misma conducta.

En desarrollo de los mandatos constitucionales, el legislador goza de un margen de apreciación al momento de establecer una sanción en materia administrativa sancionatoria; y por lo tanto, dentro de ciertos límites, puede sancionar ciertas conductas que pongan en peligro la vida y seguridad de los peatones, del mismo conductor y en general de toda la comunidad, asegurando la protección a todos los habitantes del territorio colombiano. Pero, si las autoridades tienen el deber de amparar igualitariamente la vida e integridad de las personas, una diferencia de trato como la que aquí se analiza requiere una especial y rigurosa justificación por parte del legislador.

Cabe recordar que tanto los conductores de servicio público de transporte de pasajeros como los demás conductores, bien sea de servicio particular u otra clase de servicio público, que sean sorprendidos fumando mientras conducen se encuentran en una situación fáctica idéntica, dado que en materia de seguridad vial las distinciones entre servicio público de transporte de pasajeros o los conductores de otra clase de servicio público y los conductores de servicio particular tienden a desdibujarse debido a que los factores de riesgo, y por ende la amenaza que se cierne sobre la sociedad, resultan ser equiparables. Por ello, la seguridad vial se constituye en un común denominador a toda clase de transporte. Téngase en cuenta, que de vieja data, la jurisprudencia nacional y la doctrina extranjera han considerado que la conducción de cualquier clase de vehículo automotor, público o particular, constituye de suyo una actividad peligrosa que coloca a la comunidad en su conjunto ante un inminente riesgo y que diversos estudios técnicos recientes demuestran el riesgo que genera el acto de fumar durante la conducción de cualquier clase vehículo automotor.”

En sentido semejante se pronunciaron las sentencias C-529 de 2003, relativa a la restricción de fumar en el transporte público y la sentencia C-355 de 2003, que declaró la constitucionalidad de la sanción a imponer a las personas sorprendidas fumando mientras conducen

5. Conclusiones sobre el marco constitucional, el Convenio Marco y las medidas para la implementación de dicho convenio.

El análisis adelantado en los puntos precedentes muestra con claridad que el derecho a la salud, previsto por la Constitución y por el PIDESC, imponen al Estado colombiano el deber de prevenir afectaciones a la salud de las personas. Las autoridades colombianas tienen entonces no sólo la facultad sino incluso la obligación de regular en forma estricta la comercialización y el consumo del tabaco, con el fin de enfrentar los riesgos a la vida y a la salud vinculados al consumo de tabaco y a la exposición al humo de cigarrillo, intentando no sólo desestimular su uso, por ejemplo por medio de altos impuestos o la prohibición de la propaganda, sino también amparando, por medio de la prohibición de fumar en ciertos sitios, a los llamados “consumidores pasivos”, esto es a las personas que sin ser fumadoras se ven expuestas al dañino humo del cigarrillo. En ese sentido, las posibles objeciones a esas regulaciones estrictas, por supuestamente desconocer la libertad económica de la industria tabacalera o afectar la autonomía y el libre desarrollo de la personalidad de los fumadores, no son admisibles.

De un lado, la libertad económica admite, conforme a la Constitución, formas de regulación e intervención intensas, cuando se trata de perseguir objetivos constitucionales de obvia importancia, como es la protección de la salud. Las medidas previstas por el Convenio Marco, como bien lo señaló la Corte en la sentencia C-665 de 2007, son limitaciones proporcionadas a la libertad económica, que se encuentran plenamente justificadas por la protección de la salud pública.

De otro lado, la autonomía individual y el libre desarrollo de la personalidad pueden ser limitados para proteger derechos de terceros. Muchas de las medidas previstas por el Convenio Marco, como la consagración de prohibiciones de fumar en ciertos sitios, a fin de tener ambientes libres de humo de tabaco, tienen tal finalidad, pues amparan los derechos de los no fumadores que, de no existir tales prohibiciones, se verían sometidos al dañino humo de cigarrillo. Además, es también posible, en ciertos casos, que el Estado también limite la autonomía de una persona a fin de proteger sus propios intereses, por medio de medidas

paternalistas o de protección de los intereses de la propia persona, siempre y cuando dichas restricciones respeten los elementos de estricta proporcionalidad señalados por la jurisprudencia constitucional, y en especial por la sentencia C-309 de 1997. En particular, dichas medidas resultan admisibles si implican restricciones o prohibiciones que le hacen difícil a la persona realizar un comportamiento riesgoso para sí mismo y que no afecta derechos de terceros, pero sin llegar a prohibírselo. Una prohibición absoluta de tales comportamientos en una persona adulta y competente es problemática en una sociedad pluralista pues implicaría la imposición de modelos de virtud. Ahora bien, las medidas previstas por el Convenio Marco se ajustan perfectamente a los requisitos de legitimidad de una medida paternalista en una sociedad democrática, pues buscan disuadir el consumo de cigarrillo (por ejemplo prohibiendo la propaganda) o hacen más difícil el acceso al tabaco (por ejemplo imponiendo impuestos altos a tales productos o prohibiendo la venta de cigarrillos a menores o al detal) pero no llegan a prohibir totalmente el consumo de cigarrillo por parte de adultos competentes.

Esos criterios generales son suficientes para concluir que las medidas previstas por la Convención Marco se ajustan perfectamente a la Constitución. Una obvia conclusión se sigue de lo anterior; todas las medidas legales y administrativas destinadas a poner en marcha dicho Convenio Marco deben presumirse ajustadas a la Constitución, pues es obvio que si la Corte, por la sentencia C-665 de 2007, declaró que dicho tratado era constitucional, entonces es natural que debemos considerar ajustadas a la Carta todas aquellas medidas que sean un desarrollo o forma de implementación de dicho Convenio Marco. El análisis precedente tiene una consecuencia jurídica natural; si una ley o una medida administrativa es un desarrollo del Convenio Marco, entonces esa medida está amparada por una clara y vigorosa presunción de constitucionalidad; corresponde entonces a quien quiera oponerse jurídicamente a tal medida demostrar con total claridad su inconstitucionalidad pues debe derrotar esa fuerte presunción.

En ese orden de ideas, es claro que la Resolución 1956 de 2008 del Ministerio de Protección Social se ajusta a la Constitución pues es un pleno desarrollo del Convenio Marco.

Esta resolución, expedida por el Ministerio de la Protección Social, es una medida importante en la lucha contra la reducción del consumo de tabaco. En efecto, la directiva del ministerio en su artículo 3 prohibió fumar en los lugares públicos que estuvieran cerrados, es decir, aquellos recintos que no estuvieran al aire libre. Sin embargo, la resolución no se queda allí, pues

también vedó la posibilidad de consumir productos de tabaco en centros de salud, hospitales, centros de educación formal y no formal que atienden a los y las menores de edad, los medios de transporte y los lugares donde son atendidos los menores de edad. Estas disposiciones están no sólo en perfecta concordancia con el Convenio Marco sino con la Constitución. El artículo 14, numeral 2, del Convenio Marco afirma que es obligación del Estado partes tomar las medidas adecuadas para desincentivar el consumo de tabaco. Dentro de esas medidas menciona la de “idear y aplicar programas eficaces de promoción del abandono del consumo de tabaco en lugares tales como instituciones docentes, unidades de salud, lugares de trabajo y entornos deportivos”. Si bien la resolución no hace mención a los lugares deportivos y todavía una marca de cigarrillos patrocina el torneo profesional de fútbol, por lo menos restringió de forma severa el consumo de tabaco en lugares cerrados, en los centros de salud y en los lugares donde se atienden a los y las menores de edad.

Otra medida importante de la resolución es que le impuso obligaciones a los dueños, o a los representantes legales, de los sitios donde está prohibido fumar. Una de las más importantes es la fijación de unos avisos donde se diga a las personas que entran en esos lugares que son sitios libres de humo. Además, prohíbe que en esos afiches aparezca algún dibujo, marca de cigarrillo o referencia al tabaco que pueda llevar a las ocupantes del lugar a tener deseo de fumar incitado por el anuncio, que precisamente busca que la persona no fume mientras está al interior de ese establecimiento. El art. 13, numeral 4, literales a,b y c del Convenio Marco que insta a los Estados parte a restringir de forma progresiva todos los incentivos publicitarios, gráficos, etc, que puedan llevar a las personas a fumar. Aunque la resolución no hace referencia a la prohibición de la publicidad de los cigarrillos, si dice que leyendas del tipo: “este es un espacio libre de humo, cortesía de la empresa tabacalera XXXX” quedan absolutamente proscritos dentro de los lugares públicos antes mencionados, ya que puede llevar a alentar el consumo de tabaco.

Por último la resolución ordena a los gobernadores y alcaldes promover la creación de espacios libres de humo, y también a hacer campañas para que el contenido de la resolución sea conocido por todos los ciudadanos. Al mismo tiempo, dictamina que las EPS, las ARS, las ARP y todas las entidades vinculadas al sistema de seguridad social hagan campañas para que sus afiliados conozcan y tengan conciencia sobre los riesgos del consumo del tabaco; unido a lo anterior, se les ordena que diseñen programas preventivos que tengan como fin disuadir a todos los posibles consumidores de tabaco de

que se abstengan de hacerlo, debido a los daños que pueda causar a la salud. El artículo 12 del Convenio Marco en sus literales a,b y c da las perspectivas que deben tener en cuenta los Estados en materia de educación, difusión y formación del público relacionado con el consumo del tabaco. La resolución está conforme a este artículo del Convenio Marco, pues ordena a todas las entidades involucradas en la seguridad social a que elaboren el plan que ya se mencionó en la parte superior de este párrafo.

En la actualidad se encuentran en trámite en el Congreso de la República dos proyectos de ley que tienen como fin reglar y restringir la publicidad y el consumo de tabaco. Sin embargo, uno de los proyectos, el presentado por la senadora Dilian Francisca Toro, fue modificado de forma relevante, por lo tanto, no será tenido en cuenta en este comentario. El proyecto de ley que sigue su trámite legislativo es el del Representante Name, el cual, en varios aspectos es muy semejante al proyecto modificado de la senadora Toro. Por este motivo los comentarios se harán sobre este proyecto de ley del Representante Name.

El proyecto de ley en curso en la Cámara de Representantes al redactar este documento a comienzos de mayo de 2009 recoge en líneas generales lo que está contenido en la Resolución 1956 de 2008 del Ministerio de la Protección Social. Sin embargo, el proyecto es mucho más amplio, pues además de las prohibiciones de la resolución trae un catálogo de derechos para los no fumadores (art.17); también establece restricciones a la publicidad de los productos de tabaco, normas correspondientes para la ubicación de los avisos sanitarios, y ordena que las cajetillas, en sus caras laterales, digan si el producto es importado para Colombia con el fin de evitar el contrabando (arts 10 al 14); le ordena al Ministerio de la Protección Social la elaboración de una política pública para prevenir el tabaquismo en donde estén involucradas las comunidades indígenas y los afrocolombianas (arts 5 al 9); prohíbe que los menores de edad tengan fácil acceso a los productos de tabaco y también el consumo de productos de tabaco (arts 2 al 4); le ordena a las tabacaleras que le den al ministerio de la Protección Social, siempre y cuando lo solicite, toda la información sobre las actividades de la industria tabacalera (art. 19). Por último, impone un régimen de sanciones para todos aquellos que infrinjan la norma; las sanciones van desde la imposición de multas o hasta la asistencia a cursos para concientizar a los infractores. Todas estas medidas que están en el proyecto aprobado por la Cámara de Representantes están en concordancia con el Convenio Marco. Sin embargo, el proyecto aprobado no prohíbe que las tabacaleras patrocinen actos deportivos, fiestas patronales, salones de arte, etc, tal y como ocurre en la actualidad. Esto es una deficiencia del proyecto que

debe ser enmendada si quiere estar en todos los puntos acorde con el texto del Convenio Marco.

En ese contexto, resulta desafortunado que al momento de revisar la versión final de este documento, a finales de mayo de 2009, según información de prensa, la Comisión VII de la Cámara de Representantes, sin mucho debate, haya desvirtuado gran parte del contenido de tal proyecto, pues permitió la creación de zonas de fumadores en sitios públicos cerrados y favoreció la publicidad de cigarrillos. Los argumentos invocados por algunos parlamentarios para defender esos cambios de defensa de la libertad económica y de los derechos de los consumidores resultan jurídicamente irrelevantes, por las razones ampliamente desarrolladas en este documento.

6. Políticas comparadas frente al tabaco.

El estudio constitucional desarrollado en la primera parte mostró que las medidas estrictas de regulación del comercio y el consumo de tabaco previstas tanto por el Convenio Marco como por la Resolución 1956 resultan compatibles con la Constitución y los tratados de derechos humanos. Esta última parte del documento, que no es tanto un análisis jurídico sino un estudio de políticas públicas, realiza un análisis comparado de distintas estrategias nacionales puestas en marcha para implementar el Convenio Marco, con el fin de extraer algunas conclusiones de ese examen comparado.

El estudio de la legislación de los diferentes países se hizo así: En primer lugar se identificó la legislación interna sobre consumo del tabaco de 32 países que ratificaron el Convenio Marco. La lista de países incluye 15 países de América (Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) y 17 países europeos (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania y Suecia). Las principales variables utilizadas para hacer la comparación fueron el análisis de las medidas relacionadas con la reducción de la demanda del tabaco y con el control de la exposición al humo de cigarrillo. Estas medidas incluyen lo siguiente: incremento de impuestos y precio, creación de ambientes libres de humo, prohibiciones a la publicidad y la promoción e información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria.

De los países de América los países que tienen los impuestos más altos tanto para el consumo interno como para la exportación de tabaco son Brasil y Canadá. En Brasil los impuestos a la exportación de tabaco son del 150%. En Canadá existe un impuesto federal que obliga al pago de una estampilla al productor o al importador de los productos de tabaco. Existen modelos intermedios como el venezolano y el boliviano. El venezolano impone un gravamen del 40% al cigarrillo que se traslada al consumidor final y otro del 30 % para las picaduras y productos a fines; sin embargo, no hay impuestos a la exportación de cigarrillos. En los demás países no se han tomado medidas para elevar el costo de los impuestos al cigarrillo; el único caso diferente es el de Bolivia, pues a través del Decreto Supremo 29376 del 12 de diciembre de 2007 ordenó incrementar los impuestos al tabaco, pero hasta el día de hoy eso no se ha cumplido. El ámbito europeo es mucho más diverso que el americano. Por un lado, varios países tienen precios mínimos para el consumo de tabaco como es el caso de Francia, Italia, Austria, Hungría, Polonia y Rumania tienen precios mínimos para los productos de tabaco. Otros países como Reino Unido, Países Bajos, la misma Italia y Dinamarca utilizan la política fiscal como uno de sus instrumentos privilegiados para desincentivar el consumo de cigarrillo. El resto de países no toman medidas al respecto.

Las zonas libres de humo son otro mandato del Convenio Marco. En casi toda América está prohibido fumar en las instituciones educativas e instituciones sanitarias; también la prohibición de fumar se extiende a los recintos cerrados. Sin embargo, en países como Chile y Venezuela, esta prohibición es difusa, pues permite que en las discotecas y en los bares existan las zonas de fumadores y no fumadores. Esto implica que haya contaminación de humo de segunda mano para los no fumadores. La regulación de los países europeos es dispar. Pero antes de mostrar las disparidades es mejor comenzar por las similitudes en todas las legislaciones europeas. Todos los países que se analizaron de Europa prohíben fumar en los hospitales y en los establecimientos públicos; también está vedado fumar en las instituciones públicas y en los lugares de trabajo tanto públicos como privados donde no haya una diferenciación entre fumadores y no fumadores. Ahora, las diferencias en relación con el tema de la permisión de fumar en sitios de diversión como bares, discotecas y restaurantes saltan a la vista. En Bélgica está permitido fumar en estos lugares, pero en Italia, por ejemplo, prácticamente está prohibido fumar en lugares que no sean el hogar del fumador o al aire libre. Los demás países optan por medidas intermedias, como por ejemplo, la instalación de ventiladores extractores de humo, o la instalación de zonas exclusivas de fumadores y no fumadores que estén

debidamente separadas por mecanismos que hagan efectiva dicha separación; otra de las medidas intermedias que es muy común en los países de Europa es que los establecimientos que tengan un determinado número de metros cuadrados deben definir si es un establecimiento sólo para fumadores o para no fumadores.

La prohibición de propaganda del consumo de tabaco es muy similar. Todos los países de América tienen restricción a la propaganda de cigarrillos en Televisión. El principal instrumento que se ha utilizado es la restricción por horarios, aunque en Brasil, la restricción es total, en otras palabras, en ningún horario de televisión se pueden pasar propagandas de cigarrillo. Todos comparten la prohibición de vender cigarrillos a los menores de edad. También está prohibida la repartición de productos gratis de tabaco, excepto en Paraguay. Sin embargo, en el patrocinio de eventos la cosa es más variopinta, pues en Canadá y Brasil, salvo en el Gran Premio de la F1 de Interlagos, está totalmente prohibido. En el resto de países esta prohibición no es tan severa, pues en Colombia las tabacaleras patrocinan salones de arte, fiestas populares y el torneo de fútbol profesional; en Paraguay no se hace ninguna referencia a este tema, por lo tanto, estas propagandas están permitidas. Otro asunto en el que las legislaciones cambian es en el tema del número mínimo de cigarrillos permitidos para la venta. Casi todos los países aceptan un mínimo de 10 cigarrillos para la venta prohibiendo la venta al detal. En Colombia, Paraguay, Venezuela, Guatemala, Nicaragua y Perú esa prohibición no existe. En Europa la cuestión es muy uniforme, ya que todos los países que se analizaron tienen severas restricciones a la publicidad de productos de tabaco. Esto en parte se debe a la directiva de la UE de 2001 que restringía severamente la publicidad de los cigarrillos y derivados del tabaco. Incluso los países que no hacen parte de la UE tienen severas restricciones contra la propaganda de tabaco, con el fin de poner sus legislaciones a tono con las directivas europeas.

Salvo el caso de Paraguay, en todos los países los paquetes de cigarrillos deben contener avisos sanitarios que alerten a los consumidores de los peligros que acarrea el consumo de tabaco. Los demás países tienen diferencias, por ejemplo: los avisos sanitarios ocupan desde el 30% hasta el 50% de las cajetillas del tabaco. La diferencia es que la gran mayoría de los países utilizan leyendas alusivas a los perjuicios de salud que causa el consumo de cigarrillo, pero no pictogramas. Los únicos países que utilizan pictogramas en las cajetillas son Brasil y Uruguay. De nuevo el caso chileno, es intermedio, pues un consejo que depende del ejecutivo es el que determina cual es el tipo de aviso sanitario más adecuado para evitar el consumo de

cigarrillo. Por eso en algunas ocasiones ha considerado que lo mejor son los pictogramas y las leyendas, pero en el último año sólo han utilizado leyendas alusivas. En Europa el tema es uniforme, los avisos sanitarios utilizan el 50% del espacio de la cajetilla y deben utilizar tanto leyendas como pictogramas para que las personas tomen conciencia de los efectos nocivos que causa el consumo de cigarrillo.

Este examen comparado ha mostrado entonces que los países han desarrollado con diversa intensidad las medidas para implementar el Convenio Marco. Este estudio comparado se encuentra mucho más detallado en el anexo de este documento, en donde el lector encuentra las fichas que resumen las estrategias nacionales desarrolladas por los 32 países analizados para poner en marcha el Convenio Marco. Este análisis comparado es sin lugar a dudas útil para el debate colombiano, pues muestra las malas prácticas que deberían evitarse – como la admisión de zonas de fumadores en bares y discotecas en países como Chile o Venezuela, pues se incrementan los riesgos ligados a la exposición al humo de cigarrillo- como aquellas regulaciones que aparecen más apropiadas para evitar los daños asociados al tabaquismo, como la estricta prohibición de publicidad para el cigarrillo en varios países europeos o en Brasil.

ANEXO: Fichas sintéticas de las distintas estrategias nacionales de implementación del Convenio Marco

| PAIS  BOLIVIA | FIRMA 27 de febrero de 2004 | RATIFICACIÓN 15 de septiembre de 2005 | |
|--|--------------------------------|--|--|
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: En el término de un año, el ministerio de La Salud y el Deporte así como el Ministerio de Hacienda y Aduanas nacionales deben crear una política pública que limite el contrabando y aumente la carga impositiva de estos productos. ○ Creación de ambientes libres de humo: Está prohibido fumar en la mayoría de los espacios cerrado ya sean estos públicos o privados. En todas las Instituciones educativas y en todos los espectáculos deportivos. Hay un artículo de la norma que permite que en establecimientos de diversión como discotecas y cafés se pueda fumar bajo la advertencia que queda prohibida la entrada para menores de 18 años. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: No se pueden vender cajetillas de menos de 10 cigarrillos. No se puede distribuir ningún producto de tabaco gratuitamente. Las maquinas expendedoras de tabaco no pueden ser ubicadas en ningún lugar al que puedan acceder menores de 18 años. La publicidad el patrocinio y la promoción de productos de tabaco está totalmente prohibida de manera directa o indirecta en radio, prensa, televisión y medios estáticos. La publicidad de tabaco sólo es permitida en espacios cerrados y exclusivos para mayores de edad. Queda además prohibida cualquier clase de frase como "Light" "mild" "suave o extrasuave" de las cajetillas. ○ Información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: La norma indica que el Ministerio de la Salud y el Deporte proporcionara frases e imágenes que deben ser | | | <p>TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.)</p> <p>El convenio fue ratificado por la Ley No 3029 del 22 de Abril de 2005. Esa ley se reglamentó mediante el Decreto Supremo No 29376 del 12 de Diciembre de 2007</p> |

insertadas en las cajetillas y en la publicidad de cigarrillos. Esas frases y esas imágenes deben ocupar al menos el 50% del espacio de la cajetilla. La norma también abarca a otros productos de tabaco como los puros y la picadura de pipa. La norma también da algunos ejemplos de la clase de frases que deben ubicarse en estos productos. Ningún producto de tabaco puede ser comercializado sin seguir las directivas anteriores.

- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**

- **Eliminación del comercio ilícito:** Hay una norma que obliga a los ministerios de Hacienda y de Salud a combatir el contrabando. O por lo menos crear políticas públicas que avancen en ese sentido. Se prohíbe la importación de productos de tabaco desde zonas francas.
- **Prohibición de venta a menores y por menores:** Se crea una fuerte campaña educativa para evitar el consumo y la venta de tabaco por parte de menores y para menores. No se pueden vender productos de tabaco en 100 metros alrededor de escuelas, centros educativos o recreativos. No se pueden fabricar ni distribuir ninguna clase de golosina con forma alusiva al tabaco o a su consumo. También hay un sistema de vigilancia epidemiológica.
- **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**

- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** Los ministerios de Educación y Culturas y de Salud y Deportes están obligados a escribir una cartilla escolar para concientizar sobre el uso del tabaco. Se crea un sistema de divulgación e información académica que pretende disminuir el consumo. Además de una política nacional de combate a la dependencia y el consumo.

**ESTUDIOS
REALIZADOS PARA
MEDIR LA
EFECTIVIDAD DE LAS
MEDIDAS**

Existe un estudio de 2006 sobre la economía del control del tabaco en el MERCOSUR, que fue elaborado por el Ministerio de Salud y los Deportes.

<http://www.ops.org.bo/textocompleto/nta27664.pdf>

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>PAIS</p>  <p>BRASIL</p> | <p>FIRMA</p> <p>16 de junio de 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>3 de noviembre de 2005</p> | |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> | | | |
| <p>• MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Los cigarrillos que son exportados a America Latina tienen un impuesto de exportación del 150%, esa cuota también incluye materias primas para la fabricación de cigarrillos, la medida es muy importante ya que el Brasil es un gran exportador de tabaco. Se creó el ANVISA o agencia nacional de vigilancia sanitaria que es responsable de la regulación y el control fiscal de todos los productos derivados del tabaco. Hay multas para todos aquellos que no cumplan con las regulaciones establecidas por las leyes federales en contra del uso del tabaco. Hay gran cantidad de controles a la importación, por ejemplo sólo puede ser realizada por establecimientos industriales. Hay un programa especial de informes fiscales de tributación relacionada con los productos de tabaco, el programa permite un mayor control a las empresas fabricantes, exportadores e importadoras de productos de tabaco. Se aumentaron los impuestos después de la aplicación del CMCT ○ Creación de ambientes libres de humo: Está prohibido el consumo de productos de tabaco en todos los recintos públicos y privados abiertos al público. Hay un grupo de trabajo del Ministerio de Salud que se encarga de examinar el cumplimiento de las distintas medidas referidas a los ambientes libres de humo. Existen medidas especiales para lugares específicos como por ejemplo los puertos, en general estas medidas responden a las directivas ambientales relacionadas con el uso del tabaco. De igual manera hay iniciativas que estimulan la creación de ambientes libres de humo en provincias y municipios. Varias directivas del ministerio de salud proponen la creación de estamentos de vigilancia y control para vigilar dichos ambientes. En lo que se refiere a los ambientes libres de humo, vale la pena rescatar que en el caso brasilero existen varias medidas y directivas del Ministerio de Salud que refuerzan el componente pedagógico de las restricciones. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: La publicidad fija exterior está completamente prohibida, sin embargo existen matices a esta prohibición ejemplo de lo anterior es que la legislación se flexibiliza para casos especiales como la realización del gran premio de Interlagos de formula Uno, el gran premio es muy importante puesto que una parte de las medidas se flexibiliza por tratarse de un | | | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>En Brasil existen varias leyes federales que reglamentan el consumo de tabaco, algunas de estas son: la Ley 8.069 de 1990 y la Ley 10.702 de 2003, ley 9.294 de 1996, decreto 2.018 de 1996, Ley 10.167 de 2000, además de una gran cantidad de instrumentos legislativos que limitan tanto el consumo como la publicidad de productos de tabaco. La legislación brasilera es muy fuerte con respecto al tema,</p> |

| | |
|--|--|
| <p>“evento deportivo internacional”. Esta prohibida cualquier distribución gratuita o promocional al igual que la hecha por Internet, así como las muestras gratis. Está prohibida la publicidad en cualquier tipo de evento deportivo o cultural. La publicidad está sujeta a restricciones legales y contiene advertencias sobre los maleficios del tabaco. En la televisión nacional existen fuertes recomendaciones para evitar que personalidades públicas aparezcan fumando. También está prohibida la propaganda en televisión, radio y medios electrónicos. También se instituyó el día nacional de lucha contra el tabaco los 29 de agosto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: En Brasil no se pueden vender cigarrillos en paquetes de menos de 20 unidades. Existen estrictas medidas con respecto a la información del consumidor así como varias clases de etiquetas de advertencia sanitaria que exigen no sólo letreros alusivos a los daños que provoca el tabaco sino que también contienen una serie de imágenes proveídas por los ministerios para desestimular el uso del mismo, las imágenes son, esencialmente, de consecuencias directas que tiene el uso del tabaco sobre la salud (dentadura, pulmones, garganta, etc.) Están prohibidos los descriptores como suave, Light, mild, etc. | <p>incluso antes de la existencia del CMCT</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Los fabricantes están obligados a instalar controles al producto que permiten el control y el rastreo de los productos en todo el territorio nacional, posibilitando la identificación de los mismos y evitando el contrabando. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de productos de tabaco está completamente prohibida para los menores de edad. De igual manera está prohibido que menores de 18 años participen en la publicidad de productos derivados del tabaco. Igualmente está prohibida la participación y el trabajo de menores de edad en espacios que no sean libres de humo. Esta prohibida la comercialización, la producción, la importación y la distribución de alimentos o productos con formas alusivas a los productos de tabaco. También están prohibidos los alimentos que usen paquetes que se asimilen a los productos de tabaco o que se aprovechen de su imagen comercial. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: Existe un sistema de créditos para las pequeñas unidades agrícolas que dependen del cultivo del tabaco. • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Existen políticas para el financiamiento de asistencia farmacéutica. Hay una política pública nacional oncológica para la prevención y el tratamiento del Cáncer. | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>Existen estudios hechos por el INCA (Instituto Nacional De Cáncer) La mayoría no examinan la efectividad de las medidas del CMCT pero sí muestran algunas tendencias con respecto a restricciones que ya existían antes del convenio en el</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Se amplía el tratamiento de tabaquismo en la red de atención media y básica del sistema de salud nacional. Hay además un protocolo clínico de directrices terapéuticas para luchar contra la dependencia del tabaco.</p> | <p>Brasil.</p> <p>http://www.inca.gov.br/tabagismo/31maio2004/tabag_br_folheto_04.pdf</p> <p>http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/tabaco_inquerito_nacional_070504.pdf</p> |
|---|--|

| | | | |
|--|--|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>CANADA</p> | <p>FIRMA</p> <p>15 de julio de 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>26 de noviembre de 2004</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Canadian Tobacco Act</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: En el caso de Canadá la obligación federal es impuesta por el Excise Act 2001, debe ser impuesta al momento del empaquetamiento y la importación, debe ser pagado por el importador o por el productor. Hay una estampilla al tabaco que indica el pago de esta obligación. El impuesto en el nivel provincial es impuesto dependiendo de la legislación provincial. En muchas provincias el lobby de las tabacaleras ha funcionado de una manera efectiva y las medidas no han dado resultado, incluso en algunos casos se disminuyó el impuesto. El valor del impuesto varía mucho de provincia en provincia. El impuesto es visto en general como una forma o elemento sustancial en la disminución de la cantidad de canadienses que fuman. La cantidad de auditorías e inspecciones a los lugares de venta de tabaco ha aumentado radicalmente durante los últimos 5 años, de la misma manera se ha ampliado el número de visitas y | | | |

| | |
|---|---|
| <p>monitoreos a los productores que tienen licencias de producción tanto de cigarrillos como de otros productos de tabaco. El problema del impuesto al tabaco en Canadá es muy importante desde los 90 y en los últimos años el gobierno federal y las provincias llegaron a un acuerdo tácito mediante el cual los impuestos aumentan todos los años, aunque en las provincias más grandes Ontario y Quebec estos impuestos son más bajos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de ambientes libres de humo: Como en el caso de los impuestos, las zonas libres de humo en Canadá dependen de la legislación provincial. En Alberta desde enero de 2008 está completamente prohibido fumar en lugares públicos y lugares de trabajo incluyendo restaurantes, bares, casinos, patios y en sitios que estén a menos de 5 metros de una puerta de entrada. En el caso de esta provincia las regulaciones municipales pueden ser más fuertes. En British Columbia esta prohibido fumar en todos los lugares públicos y de trabajo incluyendo restaurantes, bares y casinos así como en vehículos de pasajeros en los cuales estén personas de menos de 16 años. En Manitoba desde 2004 está prohibido fumar en todos los lugares públicos y de trabajo como restaurantes, bingos, boliches, casinos. En Newfoundland y Labrador desde el 2005 esta prohibido fumar en establecimientos hospitalarios, todavía se puede fumar en smoking rooms y lugares de trabajo no abiertos al público. En New Brunswick está prohibido fumar en todos los lugares de trabajo desde 2004. En Northwest Territories esta prohibido fumar en todos los lugares públicos y ambientes de trabajo. En Nova Scotia desde el 1 de diciembre de 2006 está prohibido fumar en todos los lugares públicos y ambientes de trabajo, también esta prohibido fumar en lugares públicos al aire libre y en automóviles con pasajeros menores de 19 años. En Nuvatut desde 2006 todos los lugares públicos y ambientes de trabajo son 100% libres de humo. En Ontario todos los lugares públicos y ambientes de trabajo son 100% libres de humo, las municipalidades pueden endurecer esas medidas. En Prince Edward Island no existen prohibiciones para los fumadores con la excepción de los lugares para jugar bolos. En Quebec todos los lugares públicos y ambientes de trabajo son 100% libres de humo desde el 30 de mayo de 2008. En Saskatchewan desde 2005 los lugares públicos son 100% libres de humo, sin embargo en los ambientes de trabajo todavía está permitido fumar. En Yukon todos los ambientes públicos y lugares de trabajo son libres de humo, también está prohibido fumar en automóviles donde se encuentren personas menores de 18 años. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: No se puede vender, transportar o comercializar ningún producto de tabaco por correo regular. Tampoco se puede hacer publicidad a los productos de tabaco a través de ese medio. Ninguna persona puede promover productos de tabaco mediante publicidad falsa o que lleve a una mala interpretación de la misma por las características o los efectos sobre la salud que conlleva el uso de los productos de tabaco. Ninguna persona debe promover los productos | <p style="text-align: center;">1997</p> <p>Aunque Canadá ratificó el tratado en el 2004, es posible aceptar que la legislación contenida en el Canadian Tobacco Act de 1997 se relaciona directamente con las directrices del convenio, es más generalmente se acepta que varias de las limitaciones impuestas por el tratado fueron inspiradas por la legislación canadiense. También es importante entender que la legislación canadiense en lo que se refiere al control del tabaco puede ser discriminada en federal, provincial y territorial. Esa diferencia resulta crucial en casos como el de los impuestos puesto que cada región tiene un Tax Act diferente.</p> <p>En Canadá existe el Consejo Nacional para el Control del Tabaco, que a través de sus iniciativas controla todo lo que tiene que ver con el tema.</p> |
|---|---|

de tabaco a partir de su testimonio personal, esta forma de testimonio incluye incluso a animales o a productos de la imaginación. No se puede hacer publicidad de productos de tabaco mostrando cajetillas o cigarrillos. La publicidad está prohibida para lugares, personas, entidades, eventos, actividades o lugares. Ningún lugar puede tener el nombre de un producto asociado al tabaco. No puede usarse ninguna clase de producto de tabaco para promocionar otro bien o producto. No se puede promocionar ningún producto de tabaco en transmisiones de radio o televisión, ni tampoco en éstas los que están involucrados pueden nombrar los productos de tabaco. Con respecto a la publicidad en Canadá existen muchas limitaciones que tienen que ver fundamentalmente con el hecho que la mayor cantidad de medios audiovisuales que consumen los canadienses son norteamericanos. Algunas de las restricciones que se plantean con respecto a la publicidad encontraron limitantes en cosas como el Gran Premio de Canadá de formula uno, el gran premio desapareció del calendario de la F-1 en el 2009.

- **Información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** La venta de paquetes de menos de 20 unidades de productos de tabaco está prohibida. Es posible vender cantidades diferentes si estas cantidades hacen parte de una prescripción. También está prohibido vender más de una clase de producto de tabaco. Los productos de tabaco no pueden ser exhibidos para la venta de forma que la persona que los va a comprar los pueda manejar antes de pagarlos. No se puede vender tabaco en ninguna maquina de distribución a menos que está este ubicada lejos del público o en un lugar como una taberna o lugar no libre del humo del tabaco, caso en el que la maquina debe tener mecanismos de seguridad apropiados. No se puede vender ninguna clase de producto de tabaco que en sus empaques no contenga toda la información de peligros a la salud así como los contenidos de cada uno de los productos o sus emisiones.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito:** El contrabando es uno de los principales problemas que afecta la lucha contra los productos de tabaco en Canadá, el contrabando proviene de varios lugares incluido los Estados Unidos. Algunas marcas son falsificadas en China y distribuidas de nuevo en el Canadá. Es tan grave la situación que son las mismas tabacaleras las que presionan al gobierno federal para que tome medidas. Alguna parte del contrabando es hecho por los nativos canadienses de la tribu Mohawk que desde 2001 y en virtud de una sentencia de la corte suprema del Canadá está obligada a pagar impuestos como cualquier otro ciudadano. La idea es que no se pueda romper la ley o que los productos de tabaco traídos de otras partes paguen el impuesto apropiado. El debate en Canadá gira entorno a la manera como se puede controlar el contrabando, puesto que la medida lógica seria bajar los impuestos lo que aumentaría el consumo.

ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS

Hay estudios de organizaciones como Physicians for a smoke-free Canada que analizan las consecuencias del consumo de cigarrillo en el país

http://www.smoke-free.ca/pdf_1/SmokinginCanada-2005.pdf

<http://www.marketwire.com/press->

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Ningún mayor puede vender productos de tabacos a los menores de 18 años de edad. Si hay dudas sobre la edad de una persona, el comerciante debe asegurarse de pedir el documento de identidad y no tener ninguna duda razonable sobre su autenticidad. De la misma manera todos los comercios de productos de tabaco deben tener avisos visibles que indiquen que la venta a menores de edad está prohibida. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: En Canadá existen muchas organizaciones no gubernamentales que combaten el tabaquismo y que construyen alternativas sanitarias y pedagógicas para los tabaco dependientes. La idea de la mayoría de los grupos y del gobierno federal es hacer del uso del tabaco una actividad poco apreciada socialmente. | <p>release/Canadian-Council-For-Tobacco-Control-593485.html</p> <p>http://www.hc-sc.gc.ca/hl-vs/tobac-tabac/research-recherche/stat/ctums-esutcs-2008-eng.php</p> |
|--|--|

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>CHILE</p> | <p>FIRMA</p> <p>25 de septiembre de 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>13 de junio de 2005</p> | |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: ● <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Está prohibido fumar en recintos cerrados y espacios al aire libre de establecimientos de educación prebásica, básica y media, recintos donde vendan combustibles, lugares donde se fabriquen, procesen o manipulen materiales inflamables, medicamentos o alimentos, medios de transporte público o colectivo, ascensores. Estos ambientes libres de humo no incluyen algunos lugares en los que se puede fumar en el patio como recintos o dependencias de órganos del Estado, establecimientos de educación superior públicos y privados y establecimientos de salud públicos y privados, centro de atención abiertos al público en general, supermercados, centros comerciales y establecimientos de libre acceso al público, en estos lugares se pueden habilitar cuartos y salas especiales para fumar eso si con la excepción de los hospitales. Hay medida de separación de ambientes para fumadores y no fumadores en lugares cuya superficie sea | | | |

| | |
|---|---|
| <p>de más de 100 metros cuadrados como restaurantes, bares, pubs, discotecas, cabarets, casinos y establecimientos similares. El espacio de los no fumadores debe ser de mínimo el 60% de esa superficie. Los lugares que tengan menos de 100 metros cuadrados de superficie deben decidir si son ambientes libres de humo o no, para tal efecto deben anunciar a su entrada si se permite fumar o no. Los lugares en los que se puede fumar debe haber ventilación de aire hacia el exterior. En todos los lugares que están reservados para no fumadores debe haber avisos haciendo explícita esa prohibición. En los lugares debe haber un “libro de tabaco foliado” que está a disposición del público para el registro de los reclamos. Está prohibido fumar en todos los vehículos de transporte público.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Está prohibida la venta a través de máquinas expendedoras. La venta de cigarrillos por unidades y por paquetes de menos de 10 unidades está prohibida. No es permitido ofrecer compensaciones por la compra de cigarrillos como reembolsos o participación en juegos, sorteos o rifas. La publicidad exterior está prohibida al igual que los medios de comunicación chilenos y las páginas de Internet con dominio “punto.cl”. La publicidad está prohibida en lugares que estén ubicados a menos de 300 metros de distancia del acceso a establecimientos de enseñanza prebásica, básica y media. También está prohibido el uso de términos como Light, suave, ligero, bajo en alquitrán, etc. La publicidad en los lugares de venta no puede exceder 2 metros cuadrados, además ésta debe incluir una advertencia sobre los daños a la salud que ocupe la mitad del aviso. La publicidad exterior en estos establecimientos debe ser diseñada por el Ministerio de Salud. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Los envases de productos de tabaco que se distribuyan en el país deben contener advertencias claras sobre los daños, las enfermedades y los efectos que implica el consumo de los mismos. En las cajetillas la advertencia deberá figurar en las 2 caras principales y ocupar el 50% de cada una. Las advertencias y los anuncios son diseñados por el Ministerio de Salud. Las compañías deben informar de cualquier cambio en los constituyentes del producto además una de las caras laterales de la cajetilla debe indicar la composición y el porcentaje de los mismos. <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: En los lugares habilitados para fumar está prohibida la entrada de menores de 18 años. La venta, comercialización, ofrecimiento, distribución o entrega gratuita está prohibida para todos los menores de edad. También se prohíbe la venta a menos de 100 metros de distancia del acceso a | <p style="text-align: center;">TIPO DE NORMA</p> <p style="text-align: center;">(Decreto, Ley, etc.)</p> <p style="text-align: center;">Ley 20.105 de 2006</p> <p>Es una ley que modificó la 19.419 y que adecua la legislación chilena al CMCT</p> <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>Estudio sobre la implantación y la efectividad de las medidas en las Universidades.</p> |
|---|---|

| | |
|---|--|
| <p>establecimientos de educación prebásica, básica y media. Los planes y programas de estudio de la Educación Básica y la Educación Media deben considerar objetivos y contenidos diseñados y destinados para educar a los estudiantes sobre los peligros del consumo del tabaco.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: | <p>http://www.scielo.org/pdf/rpsp/v23n5/a13v23n5.pdf</p> |
|---|--|

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>PAIS</p>  <p>COLOMBIA</p> | <p>FIRMA</p> <p>27 de diciembre de 2006</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>10 de abril de 2008</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Fumar está prohibido en todos los lugares cerrados ya sean estos públicos o privados. Sólo puede haber área para fumadores en espacios al aire libre. No se puede fumar en instituciones de salud, instituciones educativas a las que asistan menores de edad, establecimientos donde se atienden menores de edad o medios transporte público y oficial. Todos los dueños de establecimiento público deben indicar mediante un cartel que ese espacio es libre de humo y que por lo tanto está prohibido fumar. La resolución indica cual es el contenido del aviso. Si las personas no respetan la prohibición los dueños pueden suspender el servicio, sacar de las instalaciones o avisar a la policía. Los gobernadores y los alcaldes son los encargados de difundir la resolución en sus territorios. Las ARS están en la obligación de lograr ambientes de trabajo 100 % libres de humo. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Los establecimientos de comercio deben Fijar en un lugar visible al público un aviso que contenga uno de los siguientes textos: "Por el bien de su salud, este espacio está libre de humo de | | | <p>Resolución 01956 de 2008 Ministerio de la Salud y La Protección Social</p> <p>Decreto 3039 de 2007</p> <p>Ley 1098 de 2006 Código de la Infancia y la Adolescencia.</p> <p>Acuerdo de Policía 79 de 2003</p> |
| | | | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> |

| | |
|--|--|
| <p>cigarrillo o de tabaco"; "Respire con tranquilidad, este es un espacio libre de humo de tabaco," "Bienvenido, este es un establecimiento libre de humo de tabaco".</p> <p>Los avisos no deben incluir figuras alusivas al cigarrillo ni ningún recordatorio de marca</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: En Colombia está prohibido vender cigarrillos a los menores de 18 años en virtud del código de policía. Los menores de 18 años en Colombia también tienen prohibido el porte de productos de tabaco. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Las redes o instituciones prestadoras de salud están en la obligación de desarrollar campañas de educación sobre los efectos nocivos del tabaco. Además de estrategias para desestimular o cesar el consumo. Las instituciones deben difundir esta información por todos los medios posibles. | |
|--|--|

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA |
|--|--------------------|----------------------|---|
|  COSTA RICA | 3 de julio de 2003 | 21 de agosto de 2008 | (Decreto, Ley, etc.) En Costa Rica no hay ninguna norma que |

| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: La Ley de Fumado a pesar de ser una ley antigua contiene varias medidas que van en consonancia con las directivas del CMCT, entre ellas se encuentra la creación de espacios libres de humo. En Costa Rica está prohibido fumar en cines, teatros, museos, auditorios, clínicas, hospitales, instalaciones deportivas y todo lugar en el que se recreen menores de edad. Igualmente existe una prohibición de fumar en vehículos de transporte público, centros de enseñanza para privados o públicos con excepción de los colegios para adultos, puesto que en estos lugares se permite la creación de espacios para fumadores. Igualmente está prohibido fumar en Instituciones Públicas que sean cerradas o techadas, así como instalaciones del sector privado techadas y de uso colectivo. Aquí existen excepciones para los dueños de restaurantes, cafeterías y bares. La prohibición de fumar en los espacios libres de humo rige para todas las personas presentes en el lugar, el único lugar que está excluido es la cárcel pues los reclusos del sistema Penitenciario Nacional pueden fumar bajo techo. Debe haber avisos y advertencias en las que se manifieste la prohibición de fumar, estos deben ser instalados en todos los lugares en los que opera esa prohibición. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Se prohíbe toda actividad privada que se destine a la publicidad de productos de tabaco que incluya menores de 18 años, que tengan en su contenido cosas dirigidas a los menores de edad. También está prohibida la publicidad que le atribuye al cigarrillo efectos estimulantes, así como la publicidad que emplea a deportistas, científicos, profesionales o modelos que representen esos personajes. También están prohibidos los anuncios con alto contenido erótico. Igualmente están prohibidas las publicidades con gente fumando. La publicidad está prohibida en lugares destinados a las prácticas deportivas, escuelas, colegios y otros centros de enseñanza, también está prohibida la publicidad en medios masivos los días domingos y festivos. Radio y televisión nacionales desde la seis de la mañana hasta las nueve de la noche. La publicidad está prohibida en actividades dirigidas a menores de edad. La publicidad no puede ser engañosa. También la ley crea un consejo de control de propaganda de tabaco que está integrado por 5 miembros elegidos por el ejecutivo para periodos de cuatro años, el consejo es el que decide sobre la viabilidad de una publicidad de tabaco o no. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Todo los productos de tabaco que se destinen al consumo nacional, ya sean estos nacionales o importados deben imprimir en las cajetillas o los empaques | <p>aplique las directivas del CMCT. El congreso trabaja en un proyecto de ley que ponga en marcha esas iniciativas. En Costa Rica existe la ley 7501 del 5 de mayo de 1995, llamada Ley de Regulación del Fumado.</p> |
| | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p style="text-align: center;">NO HAY ESTUDIOS</p> |

| | |
|--|--|
| <p>advertencias y leyendas que ejemplifiquen los daños provocados por el consumo de productos de tabaco, especialmente en poblaciones vulnerables como mujeres embarazadas y niños. La autoridad policial puede decomisar los productos y la autoridad judicial puede destruirlos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de productos de tabaco está prohibida para todos los menores de edad. Hay multas para los establecimientos de comercio que rompan la prohibición y sean sorprendidos vendiéndole a menores de edad productos de tabaco. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | |
|--|--|

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA |
|---|---------------------|---------------------|---|
|  ECUADOR | 22 de marzo de 2004 | 25 de julio de 2006 | (Decreto, Ley, etc.) Ley orgánica reformatoria a la ley |

| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Los impuestos directos al tabaco aumentan un 150% de acuerdo a la Ley de Justicia Tributaria. ○ Creación de ambientes libres de humo: El consumo de cigarrillo y otros productos derivados del tabaco está prohibido al interior de sitios públicos que por sus características propicien el consumo pasivo como restaurantes, cines, teatros, auditorios, coliseos, estadios, etc. La prohibición también se extiende a cualquier lugar en el que se presten servicios públicos, bancos, centros de salud, escuelas, colegios, en espacios cerrados de las universidades, centros comerciales, iglesias y en el transporte público. Está prohibida la creación de espacios para fumadores en todos los lugares con excepción de los terminales terrestres, marítimos y aéreos que pueden crear zonas especiales para fumadores. También excepcionalmente se puede fumar en bares, discotecas, casinos y centros de diversión nocturnos. En los hoteles se puede fumar en las habitaciones privadas. Las autoridades sanitarias nacionales son las encargadas de revisar la calidad del aire de los no fumadores. Hay una multa tasada en 50 dólares. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: El artículo 41 de la ley orgánica de salud prohíbe la publicidad directa o indirecta de productos de tabaco, la promoción por cualquier medio, así como el patrocinio de cigarrillos y otros productos del tabaco, en eventos educativos, culturales o deportivos. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Todas las cajetillas y cajas de cigarrillos deben contener la advertencia explícita en su empaque de que está prohibida la venta para menores de 18 años de edad. La ley indica qué debe decir el mensaje, en qué tipo de letra se debe hacer y en qué lugares de la cajetilla se imprime. Además debe estar la advertencia de que fumar causa cáncer en el 40% de la parte frontal de la cajetilla, "fumar mata" en el 40% de la cara posterior de la cajetilla, la ley también indica el tipo de letra, el lugar, las advertencias. El incumplimiento tiene multas y decomiso de mercancía. | <p>orgánica de defensa del consumidor "Ley Antitabaco" 14 de septiembre de 2006, No 2006-54.</p> <p>Ley de Justicia Tributaria</p> <p>Ley Orgánica de Salud</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Esta prohibida la venta a menores de edad y el que incumpla será sancionado con multa. En caso de reincidencia se clausura el negocio por 15 días. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>En Ecuador se aplicó la segunda encuesta mundial de tabaco en jóvenes de la OMS.</p> |

| TOMAN MEDIDAS | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: El Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación Pública están encargados de diseñar y promover campañas de prevención educativa en contra de los productos de tabaco. Todas las multas que se recolectan a los fabricantes que no pongan advertencias sanitarias en sus productos van directamente a la Sociedad de Lucha Contra el Cáncer que debe invertir esos dineros en inversiones para estudios y equipamiento. Existe un Comité Interinstitucional de Lucha Antitabáquica con la incorporación de los delegados de los Ministerios de Inclusión Económica y Social, Finanzas, Industrias y Competitividad, Fuerzas Armadas. Policía. Además existe el Plan Nacional de Prevención y control del tabaquismo. | |

| PAIS  GUATEMALA | FIRMA 25 de septiembre 2003 | RATIFICACIÓN 16 de noviembre 2005 | |
|---|--|---|--|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> Incremento de impuestos y precio: Esto esta regulado por el decreto 0061 de 1977 o Ley de tabacos y sus productos que sigue vigente y es anterior al CMCT. Creación de ambientes libres de humo: En Guatemala está prohibido fumar en cualquier espacio cerrado público. En cualquier lugar de trabajo, en los medios de transporte ya sean estos públicos o comunitarios. Los hoteles y los moteles están afuera de está prohibición siempre y cuando los cuartos para fumar estén en un mismo piso y el humo no se filtre a los lugares de no fumadores. En los espacios libres de humo debe haber advertencias claras y explicitas | | | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) Ley de creación de ambientes libres de humo Decreto 74-2008 |

| | |
|--|--|
| <p>así como señales que indiquen que está prohibido fumar. Las multas por el incumplimiento de las normas es multa de 10 salarios mínimos diarios legales, dinero que es destinado a actividades agrícolas. El ministerio de Salud Pública y Asistencia Social es el encargado de vigilar el cumplimiento de las normas y el respeto por los ambientes libres de humo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Esto esta regulado por el decreto 0061 de 1977 o Ley de tabacos y sus productos que sigue vigente y es anterior al CMCT. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Esto esta regulado por el decreto 0061 de 1977 o Ley de tabacos y sus productos que sigue vigente y es anterior al CMCT. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Las prohibiciones a la venta a menores de edad existen en Guatemala desde antes del CMCT y de la ley que pretende hacer efectivas las recomendaciones del convenio. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Los fondos provenientes de las multas por el incumplimiento de la norma deben ser dedicados a la creación de campañas y programas de prevención contra el tabaquismo. | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>En Guatemala existe una Comisión Ministerial para la Aplicación del Convenio que es la encargada de elaborar mediciones sobre la efectividad de las medidas.</p> |
|--|--|

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">PAIS</p>  <p style="text-align: center;">MÉXICO</p> | <p style="text-align: center;">FIRMA</p> <p style="text-align: center;">12 de agosto de 2003</p> | <p style="text-align: center;">RATIFICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">28 de mayo 2004</p> | <p style="text-align: center;">TIPO DE NORMA</p> <p style="text-align: center;">(Decreto, Ley, etc.)</p> <p style="text-align: center;">Ley General Para El Control Del Tabaco.</p> |
|---|---|---|---|

| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: El consumo de productos de tabaco está completamente prohibido en cualquier espacio libre de humo, así como en las escuelas públicas y privadas de educación básica y media superior. En algunos lugares con acceso al público y en áreas interiores de trabajo ya sean públicas o privadas incluidas las universidades está permitido fumar en zonas exclusivas de fumadores que deben estar ubicadas al aire libre o en lugares que cerrados en los que el humo no llegue a no fumadores. El responsable de estos lugares es el dueño o administrador de los mismos. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Está prohibido comerciar, vender, distribuir o exhibir productos de tabaco por unidad o en empaques que sean de menos de 14 unidades. También hay un máximo de 25 cigarrillos. En el caso del tabaco picado no se puede vender menos de 10 gramos, ya sean estos productos nacionales o importados. No se pueden poner los cigarrillos en un lugar en el que el consumidor los pueda coger libremente. Está prohibido el uso de maquinas expendedoras o distribuidores automáticos. No se puede vender, distribuir, promocionar o exhibir productos de tabaco por teléfono, correo, Internet o cualquier otro medio de comunicación. No se puede dar muestras gratis de ningún producto de tabaco. No se puede vender, ni promocionar, ni distribuir productos de tabacos en instituciones de educación básica y media superior. Los menores no pueden participar en ninguna actividad que implique su contacto como productos de tabaco incluido el comercio, la producción, distribución, suministro y venta. Queda prohibida toda forma de patrocinio de los productos de tabaco así como elementos para posicionar las marcas de alguna manera. La publicidad y la promoción de productos de tabaco debe estar dirigida solo para los mayores de edad. No se puede promocionar ninguna clase de producto o elemento con la imagen o el símbolo de un producto de tabaco. | <p>Vale la pena recordar que México es un Estado Federal y que por lo tanto hay legislaciones variadas en distintos estados, sin embargo si existe esta ley General que aplica en todo el territorio nacional.</p> <p>Es una ley cuyas normas son consideradas de orden público.</p> <p>Actúa como legislación supletoria la Ley Nacional de Salud.</p> |
| | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> |

paquete y las cajetillas. En la cara anterior deben ir las fotos. En el empaque debe haber un número telefónico de información y prevención. Además también deben tener información expresa sobre su contenido y peligro para la salud. No se pueden usar términos o elementos descriptivos que indique de alguna manera que el producto de tabaco es menos dañino que otro. Quedan prohibidas las expresiones como “bajo en alquitrán” “Light” “Mild” “Suave” “Extra suave”. Todos los empaques de productos de tabaco deben decir “Para venta exclusiva en México”.

- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**

- **Eliminación del comercio ilícito:** La Secretaria de Salud es la encargada de vigilar el contrabando de los productos de tabaco. De igual manera los productos importados deben cumplir todas las normas tal cual los mexicanos. Se debe pedir permiso sanitario. La competencia de la Secretaria se extiende a aeropuertos, puertos y aduanas nacionales, todo con el objetivo de vigilar que los productos importados sean legales y se ajusten a la normativa vigente. Se perseguirá a todo el comercio ilícito y el contrabando.
- **Prohibición de venta a menores y por menores:** Existe prohibición para el comercio, la venta, la distribución o el suministro a menores, los que comercien con productos de tabaco deben, al interior de su establecimiento, elaborar leyendas que manifiesten la prohibición anterior clara y expresamente. Toda persona que se acerque a comprar un producto de tabaco debe acreditar su mayoría de edad con documento con foto.
- **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**

- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** La Secretaria de Salud debe coordinar acciones que eviten el tabaquismo, promueve mecanismos de detección temprana así como programas de orientación y atención para ciudadanos que quieran dejar de consumir productos de tabaco. También la Secretaría de Salud debe desarrollar investigaciones que indaguen sobre las causas del tabaquismo y sus consecuencias en México. El programa contra el Tabaquismo comprende la promoción de la salud, el diagnóstico, la prevención, el tratamiento y la rehabilitación de los consumidores de productos de tabaco. En últimas la secretaria es la que desarrolla las políticas públicas que comprenden los mecanismos para prevenir y atacar el consumo de productos de tabaco. Se incluyen no sólo terapias, opciones terapéuticas, medidas para desestimular el consumo, sino también campañas de publicidad y estudios que contribuyan al control del tabaco.

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>NICARAGUA</p> | <p>FIRMA</p> <p>7 de junio 2004</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>9 de abril 2008</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>En Nicaragua no se ha elaborado ninguna ley para reglamentar las exigencias del CMCT que fue ratificado en el 2008, hace algunos años se promulgó la ley que limita el consumo de productos de tabaco, como la ley es anterior al CMCT no obedece a todos sus lineamientos. Ley 224, Ley de Derechos Humanos de los No Fumadores de 1996 y reglamentada en el año 2000 por el decreto No 29.</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: En Nicaragua está prohibido fumar en vehículos de transporte colectivo, ya sean terrestre, marítimo y aéreo. No se puede fumar en cines, museos, auditorios, teatros, estudios de televisión, salón de convenciones, centros educativos en todos los niveles incluido el superior técnico, hospitales, centros de salud, clínicas o centros de salud, ascensores, áreas de atención al público, bancos o entidades financieras, áreas de atención al público en municipios o entidades públicas de desarrollo. Lugares para prácticas deportivas cerrados. Los centros de diversión para adultos como restaurantes, bares, cantinas, discotecas, salones de baile, hospedajes, salones de belleza, hoteles, tiendas y supermercados pueden acondicionar áreas especialmente destinadas para los fumadores. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: No se pueden transmitir propagandas alusivas al consumo de productos de tabaco y sus derivados en los canales de televisión nacional antes de las 8.00 PM. La publicidad no puede ser dirigida para menores de 18 años ni usar modelos que aparenten menos de esa edad. La publicidad no puede contener ninguna referencia que lesione la integridad, dignidad e inteligencia de la mujer, la niñez o la juventud. Los héroes y próceres de la patria así como los recursos naturales no pueden ser utilizados en la publicidad de productos de tabaco. No se puede hacer ninguna clase de publicidad de tabaco a menos de 150 metros de cualquier institución educativa o museo. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: La cuarta parte del empaque de todos los productos de tabaco debe contener la advertencia "Fumar es dañino para la salud". • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA | | | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://www.icas.net/new-icasweb/docs/Tabaquismo%20un%20problema%20de%20Otodos%20y%20todas.pdf</p> |

| | |
|---|--|
| <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de cualquier producto de tabaco está prohibida en cualquiera de sus formas para los menores de 18 años de edad. Existen sanciones para las personas que infrinjan esta disposición. Solo se pueden comprar productos de tabaco exhibiendo la cedula de ciudadanía. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <p>• FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Las multas producto del incumplimiento de las medidas se divide en tres partes iguales que se destinan al Hospital Psiquiátrico Nacional, el Fondo Nicaragüense para la Infancia y los programas de prevención y tratamiento del cáncer.</p> | |
|---|--|

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>PAIS</p>  <p>PANA MÁ</p> | <p>FIRMA</p> <p>26 de septiem bre 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>16 de agosto 2004</p> | |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: El consumo de productos de tabaco está prohibido en las oficinas públicas y privadas del orden nacional, provincial, comarcal y local; los medios de transporte público y las terminales de transporte terrestre, marítimo y aéreo, los lugares cerrados de acceso al público donde haya concurrencia de personas, los ambientes públicos y privados, abiertos y cerrados destinados a actividades deportivas; las áreas comunes de los edificios públicos, comerciales y domésticos; los | | | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>LEY No 13 del 24 de Enero de 2008</p> |

ambientes laborales cerrados; las instituciones educativas y de salud, públicas y privadas. Los gerentes de esos establecimientos públicos o privados son los encargados de hacer cumplir las directivas de la ley, si es necesario pueden recurrir al auxilio de la policía.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** Se prohíbe cualquier forma de publicidad o patrocinio dirigida a menores de edad al igual que cualquier clase de publicidad transnacional. En Panamá está prohibida cualquier forma de comercialización de productos de tabaco en forma de venta o regalo que no estén destinados para la distribución dentro del territorio nacional. No se pueden vender cigarrillos sueltos o en paquetes de menos de veinte cigarrillos. No se pueden usar maquinas expendedoras de tabaco ni mucho tampoco vender tabaco en establecimientos deportivos, educativos y de salud. El incumplimiento de los puntos anteriores conlleva el decomiso y la destrucción del producto.

- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** En los paquetes y envases de los productos de tabaco debe aparecer la advertencia "Fumar puede causar la muerte", debe aparecer en un costado del empaque o envase del producto. También hay una advertencia sanitaria adicional en la parte inferior de las caras frontal y posterior de cada paquete o envase de productos de tabaco con un pictograma que debe rotar anualmente, debe ser clara y visible y escrita en castellano. Información sobre el origen del producto, la fecha de producción y la caducidad del mismo producto, lote, registro y código de barras. Debe estar impreso el contenido tóxico de los productos de tabaco, especialmente la nicotina y el alquitrán, así como el monóxido de carbono y el benzopireno. En ambas caras del paquete o envase debe aparecer al menos el 50% de la superficie o con advertencia o con pictograma alusivo a los peligros que causa fumar. Las advertencias no sólo deben tener la letra clara y grande sino que además deben combinarse con el pictograma que debe ocupar al menos el 60% del espacio para toda la advertencia sanitaria. En el país deben circular al menos 5 advertencias sanitarias distintas al tiempo. Las advertencias deben ser diseñadas por el Ministerio de Salud. Están prohibidas todas las denominaciones que den la impresión de ser menos dañinas para la salud como Light, Mild, Fresco, Suave, etc.

- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**

- **Eliminación del comercio ilícito:** Se prohíbe la venta de productos importados que no estén dirigidos específicamente al mercado panameño. En todas las zonas francas del país existen medidas para vigilar, documentar y controlar el almacenamiento y la distribución de los productos de tabaco que se desplacen en régimen de suspensión de impuestos o derechos. Las personas naturales o jurídicas que incumplan lo anterior serán sancionadas pecuniariamente.
- **Prohibición de venta a menores y por menores:** La venta

**ESTUDIOS
REALIZADOS PARA
MEDIR LA
EFECTIVIDAD DE LAS
MEDIDAS**

http://www.thepanamanews.com/pn/v11/issue_01/spanish_opinion_07.html

| | |
|--|--|
| <p>de productos de tabaco está completamente prohibida para todos los menores de edad, por lo tanto los proveedores y distribuidores de productos de tabaco deben colocar carteles visibles y claros dentro de los lugares de venta en los que especifiquen que no se puede vender a menores de edad. Ningún almacén de venta al por menor puede tener productos de tabaco accesibles para los menores de edad. No se puede ni fabricar, ni importar, ni vender productos de tabaco con forma de juguete, refrigerio o dulce. Los vendedores de productos de tabaco están obligados a comprobar la mayoría de edad del comprador. En Cualquier caso pueden exigir la presentación de un documento que lo certifique. Los menores de edad no pueden dedicarse ni ser empleados en la venta de productos de tabaco.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: El Estado diseñará y aplicará programas de promoción para el abandono del consumo de tabaco, en ese sentido adopta medidas para que el sector público de la salud facilite el acceso a tratamientos contra la dependencia del tabaco que incluye tanto los tratamientos psicológicos como los farmacéuticos. Los planes y programas educativos de educación general básica y de educación media deberán considerar contenidos destinados a instruir a los alumnos sobre los daños que provoca el consumo de tabaco. Los fondos captados por la infracción a las medidas deben ser usados para programas de prevención y promoción educativa de los efectos nocivos del tabaco. | |
|--|--|

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>PAIS</p>  <p>PARAGUAY</p> | <p>FIRMA</p> <p>16 de junio 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>26 de septiembre 2006</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>En Paraguay aún no existe una norma que</p> |
|---|---|---|---|

| | |
|---|--|
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: El consumo de tabaco o sus derivados está prohibido en lugares como coliseos cerrados, salas de cine, teatros, bibliotecas, museos y cualquier otro sitio cerrado destinado a actividades públicas. Tampoco se puede fumar en ningún medio de transporte de pasajeros. La prohibición se extiende a los espacios cerrados de centros de enseñanza de todos los niveles, áreas de atención al público y espacios donde se realicen reuniones estatales, igualmente en zonas cerradas donde se expendan alimentos. Los bares, restaurantes y similares deben crear áreas separadas para los no fumadores. También está prohibido fumar en ambientes de trabajo cerrados. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: En todas las áreas en las que está prohibido fumar debe haber un aviso visible que indique que está prohibido fumar, la ley indica las dimensiones del cartel. <p>Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: NO SE TOMAN MEDIDAS</p> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | <p>ponga en práctica los lineamientos del CMCT, sin embargo existe desde 1996 la Ley 825 de protección a los no fumadores.</p> |
| | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> |

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>PAIS</p>  <p>PERÚ</p> | <p>FIRMA</p> <p>21 de abril 2004</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>30 de noviembre 2004</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Ley No 28705 de Abril de 2006 o Ley general para</p> |
|---|---|--|--|

| | |
|---|--|
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Está prohibido fumar en las áreas abiertas y cerradas de los establecimientos públicos y privados dedicados a la salud y a la educación, así como en las dependencias públicas y el transporte público. Los propietarios de los centros laborales privados como cafés, bares, hoteles, centros deportivos y centros de entretenimiento podrán habilitar un área designadas para fumadores que no puede ser mayor al 20% del total de la superficie del lugar. Además en estos espacios está prohibida la entrada de menores de edad. El área de fumadores debe estar separada físicamente del área de no fumadores, debe tener buena ventilación y un sistema de extracción de aire adecuado. Las inspecciones municipales son las encargadas de medir el nivel de contaminación producido por el humo de tabaco. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: En los lugares en los que está prohibido fumar se deben colocar carteles con la prohibición de una manera expresa. Los locales comerciales deben fijar en un lugar visible un cartel con la advertencia sanitaria “El consumo de tabaco es dañino para la salud. Prohibida su venta a menores de 18 años”. La venta directa o indirecta de productos de tabaco está prohibida dentro de cualquier establecimiento público o privado dedicada a la salud y a la educación. También está prohibida la venta ambulatoria con la excepción de las personas que cuenten con autorización vigente para ejercer el comercio en la vía pública. Está prohibida la distribución gratuita promocional de cualquier producto de tabaco en la vía pública o en establecimientos en los que puedan ingresar menores de 18 años de edad. Los anuncios publicitarios permitidos por Ley deben contar con una advertencia sanitaria que debe ocupar el 15% del aviso, el mensaje sanitario debe ser legible y visible para el consumidor. La ley incluso sugiere la ubicación y el tipo de letra que debe ser usado en dichas advertencias sanitarias. Las advertencias deben rotar cada seis meses. La publicidad está limitada a diarios y revistas dirigidos para mayores e 18 años. No puede existir publicidad de productos de tabaco en ningún establecimiento público y privado dedicado a la salud o la educación. También está prohibida la publicidad directa o indirecta en radio, televisión y páginas Web locales. No se permite la publicidad exterior y 500 metros de cualquier centro educativo. La publicidad para eventos deportivos está completamente prohibida. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de | <p>prevención y control de los riesgos del consumo de tabaco.</p> |
| | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> |

advertencia sanitaria: Está prohibido incluir en cualquier forma en los envases y empaques para productos de tabaco publicidad que implique pensar que el producto es menos tóxico o hace menos daños o tiene ventajas al consumir. Todas las envolturas de productos de tabaco destinados al consumidor final deben llevar impreso en el 50% de una de las caras principales advertencias sanitarias sobre los riesgos de fumar. La comercialización en el mercado interno indica que las advertencias sanitarias deben ser impresas en toda la envoltura y los empaques de productos de tabaco. En ningún caso las advertencias sanitarias pueden ser cubiertas por otro tipo de información o publicidad. En el caso de las cajetillas de cigarrillo la advertencia debe estar en ambos lados del producto. La Ley plantea las frases que deben constituir las advertencias de los empaques de productos de tabaco, son once frases distintas. Igualmente en las advertencias debe aparecer expresamente la prohibición de la venta para menores de 18 años de edad. No se pueden usar frases como “ligero” “ultraligero” “Light” o sinónimos de los mismos que sugieran que el contenido del producto es menos dañino. Igualmente la Ley indica los componentes carcinogénicos que componen los productos de tabaco. Toda la información debe estar en español y debe incluir el país de fabricación, el precio de venta y la fecha de vencimiento del producto. Así como la publicidad en prendas de vestir y accesorios.

- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**

- **Eliminación del comercio ilícito:** Los productos de tabaco elaborados en otro país deben cumplir con todas las normas de etiquetado y advertencias sanitarias. Una vez que los productos entren al país no pueden ser etiquetados o rotulados de ninguna manera.
- **Prohibición de venta a menores y por menores:** La venta a menores de edad está completamente prohibida, ya sea para consumo propio o consumo de terceros. En caso de cualquier duda sobre la edad del comprador, los establecimientos pueden exigir la presentación de identificación. Los juguetes, golosinas y similares no pueden ser distribuidos si tienen alguna forma alusiva al consumo de tabaco. Las máquinas expendedoras de productos de tabaco sólo estarán permitidas para la venta en lugares en las que no puedan acceder menores de 18 años de edad.
- **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**

- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** El Ministerio de Educación establecerá políticas y estrategias para la prevención y reducción de los factores de riesgo derivados del

| | |
|---|--|
| <p>consumo de tabaco. En el diseño curricular nacional hay programas de prevención para evitar el consumo en los jóvenes. Igualmente en el ámbito nacional, el gobierno debe diseñar programas de prevención a nivel universitario. El Ministerio de Salud es el encargado de coordinar los programas de prevención y control de la dependencia de tabaco. El Ministerio de Salud son responsables del establecimiento de programas de diagnóstico y lucha del tabaquismo así como tratamientos para abandonar el consumo, cualquiera que sea el nivel de adicción de las personas.</p> | |
|---|--|

| PAIS  URUGUAY | FIRMA 19 de junio de 2003 | RATIFICACIÓN 9 de septiembre 2004 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) Decreto 268 del 5 de septiembre de 2005: Ambientes 100% libres de humo Ley 18256 sobre control del tabaco. |
|--|--|---|---|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Todos los locales cerrados de uso público y toda área laboral, ya sea en la órbita pública o privada destinada a la permanencia en común de personas, deberán ser ambientes 100% libres de humo de tabaco. Está prohibido fumar en espacios cerrados. No se permite fumar ni en el transporte de pasajeros ni en los lugares de trabajo. No se puede fumar en dependencias públicas, instituciones de salud, centros de enseñanza, ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Se prohíbe la difusión de publicidad de productos y/o marcas de cigarrillos, tabacos y afines en canales de televisión abierta, cerrada, por cable y codificada durante los horarios para menores. También está prohibida la publicidad de tabaco en cualquier escenario y práctica deportiva. No se permite el uso de marcas de productos de tabaco o logos en ningún otro producto comercial. Tampoco se pueden elaborar juguetes o golosinas con forma de productos de tabaco. Tampoco se puede hacer publicidad en juegos, video juegos o computadores. No se permite el uso de dibujos animados, publicidad por SMS, vía correo, vía pública, el uso de incentivos directos o | | | ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS http://www.cieturuguay.org/index2.php?mod=act |

indirectos que fomenten la compra de productos de tabaco, los obsequios, las promociones, etc. No se permite la publicidad exterior. No están permitidas las maquinas expendedoras, ni los cigarrillos en paquetes de menos de 10 cigarrillos y la distribución gratuita de productos de tabaco.

- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** Todos los envases, cartones y empaques de productos de tabaco deben contener advertencias sanitarias. Estas advertencias deben rotar cada 12 meses. Queda prohibido el uso de términos o marcas que pretendan hacer creer que el producto es menos dañino para la salud. fabricantes e importadores de productos de tabaco que se expendan en el país, quedan obligados a divulgar cada tres meses, en los principales medios de comunicación, de acuerdo a lo que establezca la reglamentación, la información relativa a los componentes tóxicos de los productos de tabaco y de las emisiones que éstos pueden producir, las advertencias sanitarias también deben contener pictogramas con figuras alusivas a los peligros del tabaquismo. La advertencia debe ocupar el 50% del espacio del empaque.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS**
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** La venta para los menores de 18 años de edad están completamente prohibidas, esa prohibición debe estar visible en todos los establecimientos en los que se venden productos de tabaco.
 - **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**
- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** Los servicios de salud públicos y privados incorporarán el diagnóstico y el tratamiento de la dependencia del tabaco en sus programas, planes y estrategias nacionales de atención primaria de la salud, promoviendo los tratamientos de rehabilitación y dependencia. Asimismo, deberán publicar adecuadamente los servicios básicos disponibles para el tratamiento a la dependencia del tabaco, incluyendo los productos farmacéuticos, sean éstos medicamentos, productos usados para administrar medicamentos y medios diagnósticos cuando así proceda. El 10% de las multas por infracciones son dedicadas a la promoción de programas de lucha contra el tabaco.

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|---|-----------------------|------------------|---|
|  VENEZUELA | 22 de septiembre 2003 | 27 de junio 2006 | <p>LEY DE IMPUESTO SOBRE CIGARRILLO Y MANUFACTURAS DE TABACO 14 de septiembre de 1978. La ley en el caso de Venezuela es restrictiva desde ese año. Pero no existe una ley nueva para la implantación de las exigencias del CMCT.</p> <p>En Venezuela existen varias resoluciones del Ministerio del poder popular para la Salud que regulan el consumo de productos de Tabaco como la 109 del 23 de marzo de 2004, la 011 de 8 de febrero de 2006 y la 012 de 8 de febrero de 2006.</p> <p>La Ley Orgánica de Protección al Niño y al Adolescente</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Los productos de tabaco son gravados con un impuesto que la ley establece. El impuesto es del 45% del precio de venta al público de la especie. El impuesto sobre las picaduras es del 30%. El impuesto se aplica al consumidor final. El ejecutivo tiene la posibilidad de exonerar total o parcialmente el cobro de los impuestos. El impuesto no se causa cuando los cigarrillos o productos de tabaco están destinados para la exportación o se encuentran en tránsito en alguna zona franca. El encargado de liquidar el impuesto es el Ministerio de Hacienda. Todas las personas dedicadas a la fabricación o importación de productos de tabaco se deben inscribir en el Ministerio. Toda ○ Creación de ambientes libres de humo: En los establecimientos abiertos al público deben crearse áreas separadas para los fumadores y los no fumadores. Estos espacios libres de humo incluyen a todos los vehículos de transporte público. El Ministerio de Hacienda debe determinar las medidas pertinentes para el control de los contadores de fábrica, el uso de timbres o la garantía de los envases y cajetillas de productos de tabaco. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Está prohibida la reproducción, por cualquier medio, de imágenes que estimulen el consumo de tabaco. También están prohibidas las propagandas de televisión y radio desde el año de 1981. Igualmente la publicidad exterior está prohibida. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: En el empaque de los productos de tabaco o en su propaganda debe indicarse que “se ha determinado que el tabaco es nocivo para la salud” • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Hay una regulación estricta con respecto a los puntos de venta que pueden ser usados para la distribución de productos de tabaco. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta está prohibida a los menores de 18 años de | | | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://www.mpps.gob.ve/ms/modules.php?name=News&file=article&sid=2098</p> |

| | |
|---|--|
| <p>edad, además no se puede fumar en ninguna institución educativa en la que se encuentre personas menores de 21 años. En Venezuela puede haber penas de prisión para los que vendan productos de tabaco a los menores de edad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | |
|---|--|

| PAIS  ALEMANIA | FIRMA 24 de octubre 2003 | RATIFICACIÓN 16 de diciembre 2004 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|--|-----------------------------|--------------------------------------|---|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: En algunas regiones del país existen ambientes completamente libres de humo como es el caso de Baden-Wurtemberg y Lower Saxony, sin embargo como regulación federal la mayoría de los bares pueden permitir fumar siempre y cuando no sirvan comida ni permitan la entrada de menores de edad. En Bavaria la legislación es muy prohibitiva. A nivel nacional esta prohibido fumar en el transporte público, hospitales, aeropuertos y edificios públicos y federales incluidos el parlamento, los colegios, los cines, los teatros, los museos, los centros educativos y centros deportivos. El tribunal federal ha reconocido en varias oportunidades que en Alemania existe el derecho a exigir un ambiente de trabajo libre de humo. En algunos estados la prohibición de fumar | | | <p>En Alemania existe un debate sobre las leyes antitabaco puesto que estas no respetan los standards promulgados por la Unión Europea. En general los Alemanes han considerado el problema del consumo de productos de tabaco un dilema que hace parte del ámbito individual de las personas. En Alemania los gobiernos estatales están en la libertad de promulgar leyes anti – humo y anti – tabaco según su preferencia. Hay sin embargo una legislación federal que pretende reducir el número de lugares en los cuales es permitido fumar. En 16 Estados del país se aprobó</p> |

| | |
|---|---|
| <p>se extiende a todos los lugares públicos pero lo usual es que se permita fumar en los lugares en los que hay ambientes comerciales al aire libre.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Hay un intento por reducir la publicidad de productos de tabaco tanto en los cines como en la televisión. Vale la pena recordar que en el marco de la Unión Europea ésta tiene una legislación sancionada contra la publicidad de productos de tabaco. En la discusión del proyecto no sólo se opusieron los alemanes sino también los ingleses. La legislación europea no permite la publicidad de productos de tabaco ni en revistas, ni en periódicos, ni por Internet ni en el patrocinio de eventos deportivos. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Los menores no pueden fumar en lugares públicos. Igualmente no pueden usar las máquinas expendedoras de tabaco, de hecho dichas máquinas tienen una tecnología que les permite identificar documentos de identidad que tengan el año de nacimiento. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | <p>una ley antitabaco que sin embargo fue declarada inconstitucional por el tribunal superior alemán. El senado debe enviar una nueva ley en el año 2009. No podemos olvidar que Alemania es el país donde más se consumen productos de tabaco en la Unión Europea. La industria tabacalera en Alemania tiene un gran equipo de lobbystas trabajando con miembros del parlamento. De ahí la gran dificultad que han tenido las distintas iniciativas legislativas.</p> <p style="text-align: center;">Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz de1997.</p> <p style="text-align: center;">Vorläufiges Tabakgesetz 2005</p> <p style="text-align: center;">Deutschen Hotel und Gaststättenverband Marzo de 2005</p> <p>La Ley de Protección de la Maternidad (MuterschutzGestetz) 2002</p> <p>También existe una motivación histórica que impide el desarrollo de una ley antitabaco adecuada. Durante el Nazismo en Alemania se inició una fuerte campaña para reprimir a los consumidores de tabaco. En gran medida la campaña era un ejemplo de racismo y antisemitismo</p> |
|---|---|

| | |
|--|---|
| | ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS |
|--|---|

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p style="text-align: center;">PAIS</p>  <p style="text-align: center;">AUSTRIA</p> | <p style="text-align: center;">FIRMA</p> <p style="text-align: center;">28 de agosto 2003</p> | <p style="text-align: center;">RATIFICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">15 de septiembre 2005</p> | <p style="text-align: center;">TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.)</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: El impuesto a los productos de tabaco fue elevado la última vez en el año 2005, el impuesto es de 18 centavos por paquete. Igualmente durante el 2006 se introdujo un precio mínimo de 3.25 euros por paquete. ○ Creación de ambientes libres de humo: En general el consumo de tabaco está prohibido en bares y restaurantes al igual que en lugares dedicados a la industria del turismo. Sin embargo en relación con los espacios libres de humo la ley contiene un gran número de excepciones que permite a los comerciantes la | | | <p>Ley Nacional del Tabaco de julio 9 de 2008. Iniciativas anteriores fueron inútiles en el pasado por la negativa de la gente a aplicar dichas leyes. La ley del 2008 fue conciliada entre los representantes de la industria gastronómica y el Estado.</p> <p>Act anti-tabaco de 1995.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>libertad de elegir. Los bares y restaurantes con más de 80 metros cuadrados deben crear obligatoriamente un área separada de al menos el 50% del área total del lugar. Cuando el establecimiento es de menos de 80 metros el dueño tiene la posibilidad de elegir si tiene un negocio para fumadores o no fumadores. Todos los lugares deben contener una advertencia que diga “fumar causa daños a su salud y a la de la gente a su alrededor”. Los dueños de los establecimientos tienen hasta el 2 de julio de 2010 para tomar medidas definitivas entorno al asunto. Está prohibido el consumo de productos de tabaco en todos los edificios públicos, en los ambientes de trabajo en los que no hay separación entre fumadores y no fumadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: De acuerdo a las directivas de la Unión Europea, la publicidad de directa de tabaco está prohibida en la mayoría de los medios de comunicación. Desde el 1 de enero de 2007 la publicidad estática está prohibida en el país. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: En Austria existen medidas para controlar el contrabando de cigarrillos desde la República Checa, los oficiales de aduanas imponen fuertes multas y confiscan todos los cigarrillos ilegales introducidos al país. Los turistas y ciudadanos austriacos que provengan de la República Checa sólo pueden pasar 200 cigarrillos, el exceso es cobrado con una multa de 50 Euros por cada cartón. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Los menores de 16 años no pueden comprar cigarrillos ni productos de tabaco ni en comercios normales ni en máquinas expendedoras, de hecho las máquinas tienen un dispositivo que previene que los menores de esa edad compren. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Hay muchas campañas de salud pública han comenzado en el país desde el 2006. Igualmente en cooperación con fondos de seguridad social se ha establecido un programa para ayudar a los fumadores a abandonar su hábito. | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p style="text-align: center;">http://www.hpm.org/en/Surveys/IHS/08/Austria_s_anti-smoking_strategies.htm</p> <p style="text-align: center;">!</p> <p style="text-align: center;">http://www.euromonitor.com/Tobacco in Austria</p> <p style="text-align: center;">a</p> |
|--|---|

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>BÉLGICA</p> | <p>FIRMA</p> <p>22 de enero 2004</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>1 de noviembre 2005</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Arrete Royal du 06 juillet modifiant l'arrete royal du 13 decembre 2005 portant interdiction de fumer Dans les lieux publics.</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: En Bélgica está permitido fumar en bares, clubs y algunos restaurantes. Usualmente los grandes restaurantes tienen sección de fumadores y no fumadores Los ambientes de trabajo cerrados tanto privados como públicos tienen prohibición de consumo de cigarrillo. La prohibición no se extiende a vehículos pero sí a las áreas comunes de hoteles y bares. En los lugares donde está permitido fumar se debe instalar un extractor de humo. La nueva ley entró en vigencia el 1 de enero de 2006. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: A la entrada de todos los lugares públicos debe haber una señal sobre la prohibición de fumar, la advertencia debe obedecer al modelo propuesto por el Ministre de la Santé Publique. Desde 1997 existe en Bélgica una ley que prohíbe la publicidad de productos de tabaco, contra esa iniciativa reaccionaron muchos sectores de la sociedad que querían evitar esa prohibición de hecho lo anterior se logró en aras de defender la realización del Gran Premio de Bélgica de Formula Uno. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: En Bélgica y de acuerdo con las normas de la Unión Europea todos los cartones y paquetes de productos de tabaco contienen advertencias sanitarias que deben ocupar la mitad de la superficie del empaque. Igualmente en la advertencia se debe incluir un pictograma con los efectos nocivos del consumo de cigarrillos. • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Uno de los principales problemas que presenta la legislación antitabaco en Bélgica es el hecho de que el país es uno de los lugares de transito del contrabando de productos de tabaco en Europa. La mayoría del contrabando proviene de la China. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: | | | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://err.ersjournals.com/cgi/content/full/17/110/205</p> <p>https://biblio.ugent.be/input?func=downloadFile&fileOld=504700</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Desde el 1 de diciembre de 2004 la venta de productos de tabaco para menores de 16 años está completamente prohibida, el no cumplimiento de la prohibición puede resultar en la aplicación de una multa que va de los 275 Euros a los 5500 Euros. Incluso la ley Belga permite prisión de 8 días a 6 meses. Todos los compradores de tabaco deben demostrar su mayoría de edad a los vendedores. Las maquinas de cigarrillos están equipadas con un "agecoin" que permite que sólo los adultos usen ese tipo de maquinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | |
|---|--|

| | | | |
|---|----------------------------------|---|--|
| PAIS  DINAMARCA | FIRMA 16 de junio 2003 | RATIFICACIÓN 16 de diciembre 2004 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Actualmente cursan propuestas, elaboradas por la política fiscal, que pretenden elevar el precio y los impuestos que son cobrados a los productos de tabaco. ○ Creación de ambientes libres de humo: El consumo de cigarrillo está permitido a menos que exista un aviso que lo prohíba. Sin embargo no se puede fumar en viajes de avión domésticos, buses, trenes, aeropuertos y taxis. El consumo también está prohibido en todos los lugares públicos y lugares de trabajo. Igualmente en todos los establecimientos educativos para menores de | | | Act No 492 junio 7 de 2001 Act 512 6 de junio de 2007 Act 375 6 de junio de 2002 Son del Ministerio del Interior y la Salud |

16 años quedan prohibidos los lugares para fumadores. Sin embargo en lugares de menos de 40 metros cuadrados y oficinas privadas la prohibición no tiene efecto a pesar que cumplen la condición fundamental de la prohibición que es ser espacios cerrados.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** Todas las formas de publicidad de productos de tabaco está prohibida, sin embargo la prohibición no se extiende a la información dirigida a los especialistas de la industria, la exhibición de productos de tabaco en lugares de venta de los mismos, los carteles con el precio de los productos de tabaco ofrecidos a la venta, carteles en los lugares de venta con la palabra “tabaco”, publicidad dirigida a los compradores en lugares de venta que se especializan en pipas, picadura de tabaco y habanos, el uso de nombres que se asocian a productos de tabaco siempre y cuando este nombre haya sido usado antes del 13 de diciembre de 2000 y se diferencie por completo del producto de tabaco original.
- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** Por iniciativa del Ministerio de la Salud en Dinamarca los productos de tabaco incluyen una advertencia sanitaria con un pictograma de unos pulmones negros por causa del humo de tabaco. El Ministerio considera que el uso de pictogramas es mucho más efectivo que las advertencias sin está clase de contenido. El Ministerio también es el encargado de fijar los límites mínimos y máximos de contenido de nicotina, monóxido de carbono y alquitrán de los cigarrillos, en el caso del consumo interno los niveles de los tóxicos mencionados anteriormente deben ser impresos en uno de los lados de la cajetilla ocupando al menos el 10% de la superficie de la misma. Cada uno de los paquetes de productos de tabaco debe tener impresas las siguientes advertencias generales “Fumar puede matar” “fumar puede causar graves daños a las personas cerca suyo”, las advertencias deben ser impresas en el lugar más visible de la cajetilla y ocupar al menos el 40% de la misma. La ley contiene instrucciones precisas sobre el tipo de fuente, el tamaño, la ubicación y el idioma de las mismas.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS**
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** Desde el primero de septiembre de 2008 en Dinamarca está prohibida la venta o importación de productos de tabaco por parte de personas menores de 18 años. La idea de la ley es posponer la edad en la que la gente se inicia en el consumo de cigarrillo. En todos los lugares en los cuales se comercialicen productos de tabaco debe haber advertencias que indiquen el nuevo límite de edad, los empleados de estos lugares deben exigir

**ESTUDIOS REALIZADOS
PARA MEDIR LA
EFECTIVIDAD DE LAS
MEDIDAS**

http://www.earthtimes.org/articles/show/248112_survey-smoking-on-the-decline-in-denmark.html

| | |
|--|--|
| <p>la exhibición de un documento de identidad que pruebe la mayoría de edad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | |
|--|--|

| | | | |
|--|----------------------------------|---|---|
| PAIS  ESPAÑA | FIRMA 16 de junio 2003 | RATIFICACIÓN 11 de enero 2005 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Los productos de tabaco sólo pueden ser consumidos en los lugares en los que no esta completamente prohibido hacerlo. Fumar está completamente prohibido en centros de trabajo públicos y privados salvo en espacios al aire libre, centros y dependencias de las administraciones públicas y de derecho, establecimientos sanitarios, centros docentes y de educación, instalaciones deportivas y lugares donde se desarrollen espectáculos públicos cerrados, zonas destinadas a la atención directa al público, centros comerciales, grandes superficies y galerías, centros de atención social, centros de ocio y esparcimiento para menores de 18 años, centros culturales, salas de lectura, bibliotecas, museos, salas de fiesta, áreas o establecimientos donde vendan o preparen alimentos, cabinas telefónicas, cajeros automáticos, espacios públicos de reducido tamaño, vehículos de transporte público y colectivo de todas las clases, teleféricos, funiculares, ambulancias, aviones, estaciones de servicio. A parte de está prohibición total existe una prohibición relativa sobre algunos lugares públicos en los cuales se pueden acondicionar espacios o lugares para fumar como bares, hoteles, restaurantes con área de atención al cliente superior a 100 metros cuadrados, | | | Ley 28 del 26 de Diciembre de 2005 que entró en vigor el 1 de Enero de 2006. De medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. |
| | | | ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS http://cnpt.es/ http://www.sedet.es/secciones/noticias/noticias.php?id_categoria=5 |

salas de fiestas y de juegos para mayores de edad, estas zonas en las que se permite fumar deben estar visiblemente señalizadas en castellano y lengua cooficial, además deben estar separadas físicamente del resto del establecimiento y no ser lugar de paso de no fumadores o menores de 16 años. En ningún caso el área de fumadores puede ser mayor del 30 por ciento del área total del establecimiento.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** La venta y suministro al por menor de los productos de tabaco sólo podrá ser realizado a través de la red de expendedorías de tabaco o mediante el uso de máquinas expendedoras legalmente aprobadas. No se puede comercializar ningún tipo de producto de tabaco en paquetes de menos de 20 unidades. Se prohíbe la entrega, el suministro o la distribución de muestras gratis de cualquier producto de tabaco al igual que la venta de los mismos en descuento. No se puede vender ningún producto de tabaco por cualquier otro método que no sea la venta personal o a través de máquinas expendedoras. Toda venta a distancia o impersonal queda completamente prohibida. Las máquinas distribuidoras de tabaco no pueden ser instaladas sino en los lugares comerciales en los que esté permitido fumar. Las máquinas distribuidoras deben tener mecanismos que impidan que los menores de edad las usen. La venta de productos de tabaco está prohibida en centros y dependencias de administraciones públicas y entidades de Derecho público, centros sanitarios o de servicios sociales, centros docentes o de enseñanza, centros o instalaciones deportivas, centros de ocio y de esparcimiento para menores de edad, en todos los lugares en los que esté prohibido el consumo. La publicidad de productos de tabaco, su patrocinio y promoción está completamente prohibida en todos los medios y soportes incluidas las máquinas expendedoras con la excepción de las publicaciones dirigidas a los profesionales que intervienen en el comercio de tabaco, las publicaciones que no hacen parte de la Unión Europea, también están prohibidas las denominaciones comunes o la promoción de otros productos asociados a marcas de productos de tabaco.
- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** En el empaquetado de los productos de tabaco debe estar expresamente la advertencia de que se prohíbe la venta a menores de 18 años. En todas las máquinas distribuidoras debe haber advertencias sanitarias tanto en castellano como en las lenguas cooficiales.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS**
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** Se prohíbe vender o entregar a personas menores de 18

| | |
|--|--|
| <p>años cualquier tipo de productos de tabaco así como cualquier otro producto que induzca a fumar. En particular se prohíbe la venta de dulces, juguetes, refrigerios u otros objetos con forma de producto de tabaco. Los menores de 18 años tampoco pueden vender productos de tabaco. En todos los lugares donde se expendan tabaco debe haber advertencias expresas sobre las prohibiciones de la venta de estos productos, los carteles deben estar escritos tanto en español como en las distintas lenguas cooficiales. En los establecimientos se debe exigir la presentación de documento de identidad que acredite la mayoría de edad. El uso de maquinas expendedoras de tabaco está prohibido para todos los menores de 18 años de edad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: En la legislación se promueven acciones y programas como medidas para la prevención del tabaquismo, la promoción de la salud y la facilitación de la deshabituación tabáquica. Las Administraciones públicas deben promover directamente y en colaboración con organizaciones sociales y agentes sociales, programas de educación para la salud, en la adopción de estas medidas se tiene que tener una perspectiva de género y de desigualdades sociales al igual que una protección especial dirigida a los menores de edad. El Ministerio de Sanidad y Consumo debe crear un observatorio para la prevención del tabaquismo que se encargue de crear programas e iniciativas para desestimular el consumo y eliminar la dependencia de los consumidores. | |
|--|--|

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA |
|--|------------------|------------------|---|
|  FINLANDIA | 16 de junio 2003 | 24 de enero 2005 | (Decreto, Ley, etc.) Acto de medidas para reducir el consumo de tabaco No 693 de 1976. |

| | |
|---|--|
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Fumar está prohibido en lugares cerrados en las premisas de instituciones educativas destinadas para menores de 18 años de edad. Los lugares cerrados en los que funcionen agencias del gobierno o que sean de atención del público, en los eventos públicos realizados en recintos cerrados así como en medios de transporte público y en lugares de trabajo cerrados y en los que se atiendan clientes o compradores. Los restaurantes o lugares con espacios al aire libre pueden acondicionar áreas para fumadores garantizando que exista una ventilación adecuada, un espacio separado y en el que no entren personas menores de 18 años de edad. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Los productos de tabaco sólo pueden ser vendidos en paquetas y no por unidades con excepción de las Habanos que pueden venderse individualmente debidamente etiquetados. La publicidad directa o indirecta de productos de tabaco está completamente prohibida. Igualmente los símbolos de los productos de tabaco no pueden ser usados para promocionar cualquier otro producto de consumo, lo anterior también aplica para los accesorios para fumar. También están prohibidas las promociones comerciales y las distribuciones gratuitas. La venta a través de maquinas está permitida siempre y cuando la maquina se ubique en un lugar en el que pueda ser vigilada. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Las advertencias sanitarias deben estar escritas tanto en Finlandés como en Sueco y deben tener textos sobre los daños a la salud por el tabaco, igualmente debe haber información sobre el alquitrán, la nicotina y el monóxido de carbono al igual que información para saber de donde proviene el producto. El Ministerio de Asuntos Sociales y Salud debe mediante decreto indicar el tipo de advertencias tanto textuales como pictóricas que deben ser incluidas en el empaquetado de los productos de tabaco. Las advertencias en sueco y finlandés no incluyen a los productos de exportación. No se puede incluir ninguna clase de texto o nombre que sugiera que el producto de tabaco específico es menos dañino que otro. | <p>La ley se ha transformado muchas veces y en muchos sentidos incorporó el CMCT.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de cualquier producto de tabaco, parafernalia, | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://sjp.sagepub.com/cgi/content/short/37/2/1</p> <p><u>53</u></p> |

| | |
|---|--|
| <p>elemento para fumar o accesorio está completamente prohibida para los menores de 18 años de edad. Los dueños de los establecimientos de comercio en los que se vendan productos de tabaco deben asegurarse de que el comprador debe ser mayor de edad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: El Ministerio de asuntos sociales y salud es responsable de monitorear los efectos de las medidas y de igual manera es encargado de promover políticas públicas en salud que contribuyan a la disminución de los productos de tabaco. | |
|---|--|

| PAIS  FRANCIA | FIRMA 16 de junio 2003 | RATIFICACIÓN 19 de octubre 2004 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|--|----------------------------------|---|--|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> ● MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Francia tiene disposiciones para imponerle a los productos de tabaco un precio mínimo, la UE le ha repetido en varias ocasiones al país que puede tener un límite para el impuesto pero no para el precio. ○ Creación de ambientes libres de humo: La ley prohíbe fumar en lugares públicos cerrados y cubiertos como centros de trabajo, hospitales, medios de transporte colectivos, escuelas y en varios lugares del sector hotelero. La prohibición se extiende a los lugares privados y no importa si trabaja una sola persona o | | | <p>Decreto No 2006-1386 del 15 de noviembre de 2006</p> <p>El decreto creó un cronograma de aplicación para varios años.</p> <p>Además existe desde los 90 la famosa Loi Évin una norma que regulaba el consumo y publicidad del tabaco.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>muchas. En las empresas privadas se pueden crear sitios especiales para fumar, pero deben contar con un adecuado sistema de ventilación y no superar los 35 metros cuadrados. El incumplimiento de estas normativas acarrea sanciones de multa. También está prohibido fumar en lugares de ocio en todo el país, los bares, restaurantes, casinos, discotecas y salones donde se pretenda fumar deben instalar lugares apropiados para ello</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Desde la Loi Evin la publicidad favorable directa o indirecta de productos de tabaco está prohibida en Francia, esa prohibición incluye vallas, la distribución promocional o gratuita de productos de tabaco, la publicidad en eventos deportivos y una norma que le indicaba a las programadoras de televisión que cuando transmitieran un programa extranjero con publicidad de tabaco trataran de ocultar dicha publicidad. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: La Loi Evin consignaba normas sobre el empaquetado de los cigarrillos, especialmente debían contener una advertencia indicando los niveles de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono de los cigarrillos y una advertencia sanitaria que ocupara el 30% del paquete indicando los efectos nocivos del tabaco así como una advertencia indicando que es ilegal vender cigarrillos a menores de edad. La advertencia sanitaria actual reza "FUMAR MATA" <ul style="list-style-type: none"> ● MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Nadie puede entrar al territorio francés más de 10 cajetillas de cigarrillos. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de todos los productos de tabaco está prohibida para los menores de edad en Francia. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: El Gobierno Frances aporta una suma de 50 dólares anuales para los que se quieran desprender del hábito de fumar, ese dinero debe ser usado en chicles, parches y demás tratamientos contra el tabaquismo. | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p style="text-align: center;">http://www.blogexpert.info/doc/dnftetude100tabac.pdf</p> |
|---|---|

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA |
|---|------------------|------------------|---|
|  | 16 de junio 2003 | 27 de enero 2006 | <p style="text-align: center;">(Decreto, Ley, etc.)</p> <p style="text-align: center;">En Grecia existen leyes</p> |

| | | |
|--|--|---|
| GRECIA | | <p>antitabaco desde la Reina Amalia en 1856.</p> <p>El que está vigente hoy es un decreto Ministerial del año 2002</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: En Grecia existen normas para los espacios libres de humo, fumar está prohibido en muchas zonas que incluyen el transporte público, lugares de trabajo tanto públicos como privados. Fumar también está prohibido en escuelas, universidades, oficinas estatales y hospitales. Los dueños de restaurantes o lugares privados en los que se quiera fumar deben designar un área específica para fumadores. Los lugares de menos de 70 metros cuadrados deben decidir si son o no ambientes libres de humo. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: En Grecia y en concordancia con la Directiva Europea 2003/3/EC la publicidad y el patrocinio por parte de productos de tabaco está completamente prohibida, así como la distribución gratuita y la promoción. La ley prohíbe la publicidad de los productos en revistas, prensa, radio y televisión pero permite que los productores de tabaco sigan usando la publicidad estática. Sin embargo la publicidad de productos de tabaco en cine y por medio de otros productos sigue siendo permitido. Los eventos especiales aún pueden ser promocionado por productos de tabaco. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: De acuerdo a las directiva 2001/37/EC de la Unión Europea, Grecia le exigió a sus productores de tabaco la introducción de grandes advertencias sanitarias en los empaques de productos de tabaco, la norma incluye fotografías e ilustraciones en color sobre los efectos nocivos de los productos de tabaco. • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La nueva ley con efecto al primero de julio de 2009 prohibirá la venta de productos de tabaco a los menores de 18 años, por extraño que parezca la prohibición aún no existe en el país donde no existe edad mínima para comprar tabaco. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS | | <p>La mayoría de las medidas nunca son adoptadas en Grecia puesto que éstas no son respetadas. El Ministro de Salud Dimitris Avramopoulos dictó unas medidas nuevas que entran en efecto el primero de julio de 2009.</p> <p>Con Grecia pasa algo poco común puesto que su consumo está determinado por unas estructuras socio-históricas que son muy difíciles de romper culturalmente. De hecho el país es el que tiene el mayor número de fumadores en toda Europa y el hábito es considerado un pasatiempo común.</p> <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://eurpub.oxfordjournals.org/cgi/reprint/17/2/211.pdf</p> |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: Existe una iniciativa gubernamental para construir clínicas para tratamientos anti-tabaco | |
|---|--|

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>HUNGRÍA</p> | <p>FIRMA</p> <p>16 de junio 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>7 de abril 2004</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: En Hungría suben los impuestos para el cigarrillo anualmente por encima de la inflación, sin embargo en el país el tabaco es considerado barato. ○ Creación de ambientes libres de humo: En Hungría está prohibido fumar en todos los edificios públicos. Los lugares en los que está permitido fumar deben tener una sección especial para fumadores. No se puede fumar ni en instituciones educativas ni hospitales ni en estaciones de tren. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: No está permitido vender productos de tabaco en escuelas, instituciones sociales u hospitales. En Hungría toda la publicidad de productos de tabaco está prohibida con la excepción del Gran Premio de Budapest de Formula Uno, las publicaciones dirigidas a los trabajadores del campo del tabaco o las revistas escritas en otro idioma. Sin embargo la legislación húngara en este tema es bastante restrictiva. Tampoco se permite que marcas de otras cosas aprovechen el nombre de productos de tabaco para promocionarse. La venta callejera de cigarrillos está prohibida. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Se toman las medidas de la directiva 2001/37/EC de la Unión Europea que indica el | | | <p>ACT LVIII de 1997, Directiva de aproximación a las leyes publicitarias de productos de tabaco COM/2001/0283;</p> <p>ACT No XLII de 1999 sobre protección de los no fumadores. Decreto del ministerio de economía No 16 de 2001.</p> <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://health21.hungary.globalink.org/capa_intro.pdf</p> |

| | |
|--|---|
| <p>tipo de advertencias que se deben imprimir en los productos de tabaco, así como en sus empaques o envases.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de productos de tabaco está completamente prohibida para los menores de 18 años. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | <p>http://www.who.int/tobacco/media/en/Hungary.pdf</p> <p>http://tobaccocontrol.bmj.com/cgi/reprint/11/3/280.pdf</p> |
|--|---|

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>PAIS</p>  <p>IRLANDA</p> | <p>FIRMA</p> <p>16 de septiembre 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>7 de noviembre 2005</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Public Health Tobacco Act de 2002 y enmendado en 2004.</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Para evitar que se juegue con el precio del tabaco como medio para hacer promociones o publicidad el Ministerio de Salud Pública tiene la facultad de decir el precio al que se pueden vender los productos de tabaco. ○ Creación de ambientes libres de humo: En todo momento y lugar en el que se permita usar productos de tabaco debe haber señales que indiquen claramente cuales son los predios en los cuales se puede fumar, el aviso debe indicar el nombre de la persona que está encargada de controlar el consumo de productos de | | | |

tabaco y recibir las quejas de las personas que se observan faltas a la prohibición. No se puede fumar en ningún vehículo de uso público, estos vehículos deben tener señales que manifiesten la prohibición en todo momento. No se puede fumar en aviones, trenes, barcos o cualquier otra clase de vehículo de servicio público, la prohibición se extiende a centros de salud, hospitales, escuelas, colegios y universidades, todos los lugares de un edificio en el cual el público tiene acceso o es usado para el desarrollo de actividades gubernamentales o estatales. Cines, teatros, salas de concierto o lugares públicos cerrados de entretenimiento.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** En Irlanda está prohibida la publicidad de productos que usen el nombre, la marca o el logo de una marca de productos de tabaco. No se pueden publicitar productos de tabaco en periódicos que tengan una circulación mayor a 3000 ejemplares y se salgan del ámbito local, es decir las publicaciones estatales tienen prohibida la publicidad de productos de tabaco. La publicidad si puede estar dirigida a las personas que se dedican al negocio del tabaco. La gente no puede recibir para ningún acto ninguna clase de patrocinio por parte de una compañía de productos de tabaco o una compañía que use el logo o el nombre de una. Está prohibido vender productos para niños con forma de productos de tabaco. Hay una prohibición muy estricta entorno a la venta e importación de productos de tabaco que en su empaque no cumplan las directrices del Ministerio de Salud Pública en lo que tiene que ver con las advertencias sanitarias. También es una ofensa vender productos de tabaco que no tengan la fecha de fabricación, importación, el lote, los compuestos y la fecha de vencimiento de los mismos. No se pueden suplir o distribuir productos de tabaco gratuitamente. También están prohibidos los cupones y los descuentos para la compra de productos de tabaco. Los productos de tabaco no pueden ser puestos en exhibición para que puedan ser comprados mediante el auto servicio, los productos deben encontrarse en un lugar cerrado o dispensador que no es visible ni accesible por ninguna persona que no sea el vendedor.
- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** En Irlanda está prohibido vender cigarrillos en paquetes de menos de 20 unidades. No se puede fabricar, importar, suplir, vender, ofrecer o comparar tabaco para masticar. Está prohibido que los empaques de productos de tabaco lleven inscripciones que sugieran que el producto es menos lesivo para la salud, por lo tanto las denominaciones como "Light" "suave" "mild" "bajo en alquitrán" etc. Están completamente prohibidas.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN**

**ESTUDIOS REALIZADOS
PARA MEDIR LA
EFECTIVIDAD DE LAS
MEDIDAS**

http://tobaccofreeair.org/downloads/Irishstudy_3.13.3_final5.pdf

<http://heapro.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/8/4/275>

| | |
|--|--|
| <p>MEDIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta para menores de 18 años de edad está completamente prohibida, de igual manera esta prohibido suplir, invitar u ofrecer productos de tabaco a menores de edad. El vendedor debe asegurarse que la persona a la que le esta vendiendo u ofreciendo productos de tabaco es mayor de 18 años de edad, si no está convencido de lo anterior el vendedor puede exigir la exhibición de un carnet que certifique la edad del comprador. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <p>• FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS</p> | |
|--|--|

| PAIS  ITALIA | FIRMA 16 de junio 2003 | RATIFICACIÓN 2 de julio 2008 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) Ley 3 del 16 de enero de 2003 |
|---|----------------------------------|--|--|
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: En Italia durante el 2007 y como parte de una estrategia gubernamental para disminuir el consumo de tabaco, tanto el precio mínimo de venta al público como el valor de los impuestos al consumo de tabaco subieron. ○ Creación de ambientes libres de humo: Existe una prohibición general que impide fumar en todos los espacios cerrados con excepción de los espacios privados no abiertos a usuarios o al público; además de los espacios reservados para fumadores y señalizados como tales, que deben estar dotados de instalaciones | | | <p>Relativa a la salud de los no fumadores, entró en plena vigencia el 10 de enero de 2005. Circular 17 de diciembre de 2004 por parte del Ministerio de Sanidad. En materia de publicidad en Italia hay legislación desde la Ley 165 de 1992 y luego con el Decreto ministerial 425 de 1991. Sin embargo en la actualidad el país se acoge a las directivas del acuerdo 33 de 2003 de la Unión Europea.</p> |

de ventilación y renovación de aires como parte de la estructura de la construcción. En resumidas cuentas en Italia sólo se puede fumar en la casa o en lugares al aire libre, de resto está prohibido en todos los lugares abiertos al público. No se puede fumar en oficinas, fabricas, medios de transporte público, aeropuertos, estaciones de tren, establecimientos comerciales. Los bares, restaurantes, bingos y discotecas pueden disponer de un espacio para fumadores siempre y cuando el espacio sea del menos del 50% del tamaño total del local. Los sistemas de aire deben garantizar 30 litros de aire fresco por persona (cada segundo). Las salas para fumadores no pueden ser bajo tierra. Deben tener muchos avisos y advertencias sanitarias y explicativas de la prohibición.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** En Italia está prohibida, desde 1992, la publicidad directa o indirecta de productos de tabaco en televisión, la prohibición incluye los logos y símbolos de las marcas. Sin embargo intentos por prohibir la publicidad de productos de tabaco existen desde abril de 1962. Hoy en día rige la directiva de la Unión Europea que prohíbe la publicidad de productos de tabaco en todos los países, especialmente la que se hace por medio de eventos deportivos, la prohibición vuelve a ser clave en el caso Italiano por la realización de los dos premios de formula Uno de los que son sede. Igualmente Italia ha adoptado una recomendación de la misma Unión Europea en la cual se prohíbe la publicidad directa e indirecta de productos de tabaco tanto en radio, como en televisión e Internet. También se prohibió la venta de productos con marca relacionada con productos de tabaco y la publicidad en eventos culturales abiertos al público.
- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** En Italia también tienen efecto las directivas de la Unión Europea en relación con las advertencias sanitarias. Estas deben estar en todos los paquetes e incluir el porcentaje de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono. En algunos casos el empaque de productos también tiene un folleto anexo con los efectos dañinos que tienen fumar para el consumidor y las demás personas. En relación con esa misma directiva la advertencia sanitaria también incluye un pictograma, son desde fotos a color, hasta caricaturas e ilustraciones relacionadas con el consumo de productos de tabaco. La advertencia a veces tiene el número de la línea nacional de atención o imágenes más agresivas que muestran los daños directos del consumo de tabaco.

http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/Documents/it_pictures.pdf

- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**

ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS

<http://www.iss.it/binary/ofad/cont/Monitoraggio%20ambientale%20e%20biologico.1153395055.pdf>

<http://www.slideshare.net/Partecipasalute/divieto-di-fumare-nei-locali-pubblici-primarie-valutazioni-delleffetto-della-legge-presentation>

[http://www.tumorionline.it/allegati/00396_2008_06/fulltext/03%20-%20Ferketich%20\(793-797\).pdf](http://www.tumorionline.it/allegati/00396_2008_06/fulltext/03%20-%20Ferketich%20(793-797).pdf)

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: En Italia la edad mínima para comprar productos de tabaco es de 16 años. En este sentido la venta está prohibida en todas las modalidades incluida la que se hace a través de maquinas que en el caso italiano deben tener instalado un sistema que permita identificar si el comprador es menor de edad. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: En Italia se implantó desde el año 2000 una línea telefónica de ayuda en la que se pueden resolver todas las dudas que se tienen con respecto al consumo de productos de tabaco. La importancia de la línea está en lo innovador que resulta el método como medio para combatir el tabaquismo. En la línea se puede encontrar consejería psicológica, información para dejar de fumar, kits de auto ayuda e información sobre la legislación más importante, está manejada por el Instituto Superiore di Sanità. | |
|--|--|

| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA |
|---|------------------|------------------|---|
|  <p>PAÍSES BAJOS</p> | 16 de junio 2003 | 27 de enero 2005 | <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Stb 201 Wet van 18 april 2002 tot wijziging van de Tabakswet</p> |

| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: El Ministerio de Finanzas tiene la misma política fiscal en relación con el tabaco fino y los cigarrillos comunes. Una de las principales estrategias antitabaco del gobierno tiene que ver con la imposición de tasas fiscales que se aplican al consumidor. ○ Creación de ambientes libres de humo: Una de las características más importantes de la ley anti-tabaco en Holanda es que se aplica a todos los sectores hoteleros y turísticos incluidos los famosos “coffe-shops” donde sigue siendo permitido fumar marihuana o hachis siempre y cuando éstos no se mezclen con el tabaco. No está permitido fumar en cafés, bares, discotecas, instalaciones como museos o cines y restaurantes. Existen sitios para fumadores pero deben ser terrazas al aire libre. La prohibición se extiende a los medios de transporte y todos los edificios públicos del país así como lugares en los que se estén realizando prácticas deportivas. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Parte de las medidas tomadas en Holanda se enfocan en los lugares en los que es permitido vender cigarrillos que se ha limitado mucho en los últimos años. En Holanda no esta permitida la publicidad ni en radio ni en televisión, en otros medios el gobierno ha hecho un proceso de reconocimiento de actores y concilia tanto con la industria tabacalera como con la editorial sobre las prohibiciones a la publicidad. La venta de productos de tabaco está prohibida en las instituciones prestadoras de servicios de salud, instituciones de servicios sociales, y trabajo socio-cultural, instalaciones deportivas y escuelas. No se puede hacer publicidad dirigida a gente joven. La publicidad sólo está permitida en lugares de venta de productos de tabaco, ésta sólo puede ser interior y completamente estática. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: En cuanto a las etiquetas sanitarias relacionadas con el uso de productos de tabaco, en Holanda se está en concordancia con las directivas de la Unión Europea que consolidan un marco común que incluye no sólo las advertencias sanitarias clásicas sino también fotos e imágenes en color que deben incluir los porcentajes de nicotina, monóxido de carbono y alquitrán de los cigarrillos. | |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: Una de las consecuencias más importantes del aumento de precio sobre el tabaco es el hecho de que existe una mayor preocupación por el contrabando ya que éste no paga | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p style="text-align: center;">http://www.globalink.org/tobacco/docs/whodocs/europe/netherlands.doc</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ninguna clase de impuesto. Dentro de las medidas de control se resalta la de una vigilancia más acuciosa por parte de la misma industria privada.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibición de venta a menores y por menores: Anteriormente no existía una legislación, hace poco se instauró los 16 años como edad mínima legal para poder comprar productos de tabaco. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: La fundación para el tabaco y la salud promueve campañas entre jóvenes y adultos para evitar la dependencia al consumo de productos de tabaco. Se trabaja principalmente con campañas educativas en las escuelas, en los lugares de trabajo y con los inmigrantes. | |
|--|--|

| PAIS  POLONIA | FIRMA 14 de junio 2004 | RATIFICACIÓN 15 de septiembre 2006 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|---|----------------------------------|--|--|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Desde 1999 el impuesto al tabaco en Polonia, que solía ser de los más bajos de Europa, ha aumentado a un ritmo de 30% anual. Lo anterior ha llevado a que el precio del tabaco aumente impactando especialmente a la población consumidora más pobre. ○ Creación de ambientes libres de humo: En Polonia no se puede fumar en establecimientos de salud, escuelas y otras instalaciones educativas, espacios de trabajo cerrados e instalaciones deportivas. La ley antitabaco creó los espacios libres de humo desde 1995 por lo tanto en el país la gran mayoría de ambientes públicos cerrados son libres de humo. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: La publicidad y promoción de productos de tabaco está prohibida en la radio, la televisión y las salas de cine, igualmente la publicidad se prohíbe en las revistas y periódicos dirigidos al público menor de edad así como | | | <p>Ley para la protección de la salud pública contra los efectos del uso del tabaco del 9 de noviembre de 1995 enmendada el 5 de noviembre de 1999. Vale tener en cuenta que en Polonia se introdujeron fuertes cambios sociales después de la caída del comunismo entre ellos, leyes como el Bill antitabaco. Además Polonia es uno de los países del mundo con mayor número de fumadores. En Polonia la acción de los lobbystas en contra de la legislación antitabaco ha sido muy dura en los últimos años.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>los lugares a los que ellos concurren como lugares para la práctica deportiva o centros comerciales. No se puede vender productos de tabaco en hospitales, escuelas e instalaciones deportivas. No está permitido el uso de máquinas de tabaco. También el mercadeo de productos que en teoría “disminuyan” la cantidad de productos de tabaco que se consuman. Existen muchas restricciones para la publicidad en otros medios, de hecho la publicidad en periódicos, revistas y vallas quedó completamente prohibida desde el año 2001.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Las advertencias sanitarias están reguladas por las directivas de la Unión Europea, además la advertencia sanitaria debe estar en todos los empaques de productos de tabaco y ocupar el 30% de cada una de las áreas más grandes de la cajetilla. Se dice que las advertencias sanitarias polacas deben ser las más grandes del mundo. En Polonia existe regulación con respecto a la cantidad de advertencias sanitarias, incluido el contenido en imágenes de las mismas. Los empaques deben tener una medición exacta de los niveles de nicotina, monóxido de carbono y alquitrán. Igualmente no se puede distribuir productos de tabaco en empaques de menos de 20 unidades. <ul style="list-style-type: none"> ● MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Prohibición de venta a menores y por menores: La venta de productos de tabaco para los menores de 18 años de edad está completamente prohibida. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> ● FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: En Polonia los tratamientos para la dependencia del tabaco son gratuitos. El 0.5% del total de las multas impuestas por la inobservancia de las leyes antitabaco es dedicado a la promoción de programas antitabaco. Los tratamientos incluyen las drogas antitabaco que se pueden comprar con o sin prescripción así como campañas publicitarias para disminuir el uso de productos de tabaco. | <p style="text-align: center;">ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://www1.worldbank.org/tobacco/pdf/2850-Ch05.pdf</p> <p>http://www.jpp.krakow.pl/journal/archive/1208_s6/pdf/393_1208_s6_article.pdf</p> |
|--|--|

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>PAIS</p>  <p>PORTUGA L</p> | <p>FIRMA</p> <p>9 de enero 2004</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>8 de noviembre 2005</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> <p>Lei 37 del 14 de agosto de 2007</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: En Portugal no es permitido fumar en los establecimientos, servicios y organismos de la administración pública, lugares de trabajo, los locales de atención directa al público, los establecimientos donde sean prestados servicios de salud como clínicas, farmacias, centros de salud, consultorios, odontologías, etc., lugares en los que habiten personas con discapacidad, lugares destinados a menores de edad, atención de infantes o centros de ocupación del tiempo libre, en todos los establecimientos de enseñanza sin importar el tipo de educación que se imparta incluyendo bibliotecas, gimnasios, etc., centros de formación profesional, museos y locales de cultura, archivos, bibliotecas, recintos destinados a espectáculos culturales, ferias, exposiciones, grandes superficies, centros comerciales, establecimientos comerciales, hoteles y lugares dedicados a la industria del turismo, restaurantes o lugares donde se expendan bebidas, estaciones de servicio, aeropuertos, etc. También está prohibido fumar en todos los vehículos públicos o privados, urbanos o interurbanos. Las excepciones son los lugares donde se realicen rehabilitaciones siquiátricas o de toxico dependencia, al igual que las prisiones. En algunos establecimientos de comercio se permite la adecuación de áreas exclusivas para fumadores siempre y cuando éstas se encuentren al aire libre y tengas un sistema de ventilación, en ningún caso el área puede ser mayor al 30% del total del local eso si el local debe ser de más de 100 metros cuadrados. En estos lugares debe existir una señalización clara y expresa que indique que el consumo de productos de tabaco está prohibido. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: En Portugal no se puede vender productos de tabaco en paquetes de menos de 20 unidades. No se puede vender tabaco en ningún local en el que su consumo esté prohibido. Las maquinas expendedoras de tabaco están permitidas siempre y cuando tengan un | | | <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://www.coppt.pt/docs/200901_resumo_executivo_dgs.pdf</p> |

dispositivo electrónico que permita saber si el comprador es mayor de 18 años. No se puede vender a través de medios como Internet o las televentas. No pueden existir promociones de productos de tabaco en los que se disminuya el precio de los mismos. La publicidad directa o indirecta incluida la oculta, disimulada o subliminal está completamente prohibida. La publicidad impresa sólo está permitida en medios dirigidos a miembros o participantes del sector. Está prohibida cualquier tipo de distribución gratuita de productos de tabaco. No se pueden fabricar ninguna clase de productos con forma de productos de tabaco que pueda ser consumido por menores de edad. Los productos de tabaco no pueden patrocinar ningún evento que tenga transmisión televisiva o radial.

- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** Ningún producto de tabaco puede sobrepasar los límites de alquitrán, monóxido de carbono y nicotina aprobada por la ley, la legislación es muy estricta en éste punto, especialmente porque prevé niveles y controles que deben ser determinados por el ministerio de salud. Los niveles de alquitrán, monóxido de carbono y nicotina de los cigarrillos debe ser impresa en una de las caras laterales de los empaques de productos de tabaco, deben ocupar mínimo el 10% de la superficie de dicha cara. Todos los empaques de productos de tabaco deben contener advertencias generales como “fumar mata”, además de una advertencia complementaria. Las advertencias deben ser alternadas regularmente. La advertencia general debe ser impresa en la parte más visible del empaque y las complementarias en las partes más pequeñas. Las advertencias de acuerdo a las recomendaciones de la unión europea también tienen imágenes y fotografías en color. No se pueden promocionar los productos de tabaco con denominaciones que sugieran que el producto es menos dañino que otro. No se pueden vender productos de tabaco para uso oral.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS**
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** En Portugal está prohibida la venta de cualquier producto de tabaco, por cualquier medio a menores de 18 años. Si el vendedor no está seguro de la edad del comprador tiene la potestad de exigir la exhibición de un documento de identificación.
 - **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**
- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** Las campañas de información y educación para la salud y en contra del

| | |
|--|--|
| <p>tabaquismo deben ser desarrolladas por los sectores de la salud y se dirigen a la educación, la juventud, el deporte, el ambiente y el trabajo. Las campañas deben realizarse no sólo en portugués sino también usando el lenguaje gestual y el braille. Las campañas se realizan por medio de diversas instituciones de salud, que deben encargarse del tema. Las campañas contra el tabaco deben hacer parte de lo que se llama “educación para la ciudadanía” un fenómeno muy relacionado con lo que hoy se conoce como las competencias ciudadanas.</p> | |
|--|--|

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>PAIS</p>  <p>REINO UNIDO</p> | <p>FIRMA</p> <p>16 de junio 2003</p> | <p>RATIFICACIÓN</p> <p>16 de diciembre 2004</p> | <p>TIPO DE NORMA</p> <p>(Decreto, Ley, etc.)</p> |
| <p>MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: El departamento del Tesoro del Reino Unido es el encargado de dirigir la política fiscal de tabaco, como una de las principales armas contra el tabaquismo. ○ Creación de ambientes libres de humo: Todos los lugares abiertos al público deben ser libres del humo de tabaco, también son lugares libres de humo todos los espacios de trabajo en los que se encuentre más de una persona. No son espacios libres de humo los lugares de habitación en los que una persona viva ya sea temporal o permanentemente lo que incluye no sólo las casas, sino también las pensiones, los hoteles y las cárceles. En ningún lugar o espacio cerrado es permitido fumar. No se puede fumar en vehículos dentro de los que se incluye tanto los automóviles como los trenes, los aviones y los barcos. Todos los lugares en los que está prohibido fumar deben tener avisos manifestando tal prohibición. ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: Es una ofensa que cualquier persona con motivo de un negocio o venta tenga a su disposición cigarrillos sueltos. Los empaques deben ser de más de 10 cigarrillos. Nadie puede promocionar productos de | | | <p>Children and young persons (Protection from Tobacco) Act 1991</p> <p>Tobacco Advertising and Promotion Act 2002</p> <p>Health Act 2006</p> <p>Broadcasting Act 1990, 1996</p> <p>ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS</p> <p>http://www.hmrc.gov.uk/pbr2008/tobacco-2800.pdf</p> |

tabaco con avisos impresos en el UK, de igual manera la publicidad electrónica no está permitida. Los dueños de establecimientos dedicados a la venta de tabaco pueden promocionar su producto a través de Web Sites siempre y cuando estos sean comprados en Inglaterra. La publicidad en revistas o periódicos está prohibida, tan estricta es la prohibición que incluso el que distribuye o vende la publicación con publicidad de productos de tabaco puede ser castigado. Igualmente está prohibida la distribución gratuita o promocional de cualquier tipo de producto de tabaco. No está permitido el patrocinio por parte de cualquier producto de tabaco para eventos realizados en el Reino Unido, tampoco se permite la promoción de otros productos que tengan el mismo logo o nombre que una compañía productora de tabaco. No está permitida la publicidad de tabaco ni en televisión ni en radio.

- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** En el Reino Unido las advertencias sanitarias empiezan por la prohibición de cualquier termino que sugiera que el producto de tabaco es menos dañino para la salud “Low Tar”, “Ligth” Mild” etc. Para el 1 de octubre de 2009 todos los empaques de productos de tabaco deben tener una advertencia sanitaria que incluya una fotografía o una imagen en colores. El Reino Unido es el primer país de Europa que exige que la advertencia sanitaria esté en todos los productos de tabaco y no sólo en los cigarrillos. Las nuevas advertencias sanitarias incluyen imágenes de dientes podridos o cáncer de garganta.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito:** El contrabando es concebido como uno de los principales inconvenientes en lo que tienen que ver con la lucha antitabaco. La mayoría de las compañías de tabaco han firmado con el Reino Unido un “memorando de entendimiento” para fortalecer el contrabando de productos de tabaco, pero dicho memorando no tiene fuerza legal vinculante por lo que ha resultado poco efectivo.
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** Desde 1933 en el Children and Young Persons Act está completamente prohibido vender productos de tabaco para menores de 16 años, El Children and Young Persons Act de 1993 prohibía el uso de las maquinas dispensadoras de tabaco. Desde el primero de octubre de 2007 la edad mínima para comprar productos de tabaco en el Reino Unido es de 18 años.
 - **Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS**
- **FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA:** El Secretario de Estado está en la obligación de promover políticas públicas para la prevención del consumo de productos de tabaco.

<http://info.cancerresearchuk.org/healthyliving/smokingandtobacco/howdoweknow/>

http://tobaccocontrol.bmj.com/cgi/content/full/15/suppl_3/iii51

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

| | | | |
|--|------------------------|---------------------|--|
| PAIS | FIRMA | RATIFICACIÓN | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|  RUMANIA | 25 de junio de 2004 | 27 de enero 2006 | Monitorul Oficial nr. 599 din 2 iulie 2004 Ordin nr 764 din 15 iunie 2004 Ley 571 de 2003 |
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: Los impuestos al tabaco y a la industria tabacalera empezaron a elevarse, con el objetivo de igualar los estándares de la Unión Europea, en el año 2003. La idea es que para el 2010 todos los productos de tabaco que se vendan en Rumania deben alcanzar el precio de todos los productos europeos. Los cambios en los impuestos están íntimamente ligados con el objetivo de ser parte de la Unión Europea. En Rumania desde 2006 se creó lo que se llama un impuesto suntuario, que históricamente han impulsado el contrabando, para el tabaco y el alcohol (menos el vino y la cerveza), el objetivo del impuesto es disminuir el consumo interno de esos productos y reforzar las finanzas del sistema de salud. ○ Creación de ambientes libres de humo: Fumar está prohibido en la gran mayoría de los sitios públicos. En Rumania no se puede fumar en hospitales y otras entidades de salud tanto privadas como públicas. Todos los lugares públicos cerrados son espacios libres de humo. Algunos lugares pueden tener cuartos de fumadores, éstos deben ser usados sólo para fumar, no pueden ser ni un pasaje ni un acceso de personas, deben tener sistema de ventilación funcional, deben tener ceniceros y extinguidores. En lo bares, los restaurantes y las discotecas está permitido crear áreas de fumadores que no pueden ser mas del 50% del | | | ESTUDIOS REALIZADOS PARA MEDIR LA EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS http://www.policy.hu/radu/Policy_Paper.pdf |

| | |
|--|--|
| <p>establecimiento y no puede ser pasaje ni debe estar completamente separada de la otra parte.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibiciones a la publicidad y la promoción: En Rumania la publicidad de productos de tabaco está prohibida en toda la prensa escrita y las publicaciones impresas, en las transmisiones privadas y públicas de estaciones de televisión. En los cines, En publicidad estática con grandes estructuras, en el uso de marcas de tabaco en productos que no son de tabaco. Los productos y juguetes para niños que tienen marca o estilo similar a productos de tabaco o con forma de productos de tabaco. La publicidad de tabaco sólo está permitida en la publicidad que se dirige únicamente a los trabajadores de la industria tabacalera, aunque estas no deben ser impresas en Rumania. No se permite el patrocinio de actividades que se realicen en Rumania o en otro país que comparta el evento con Rumania. No está permitida la distribución gratuita de ningún producto de tabaco. ○ Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria: Las advertencias sanitarias están reguladas y son obligatorias en Rumania desde el 1 de julio de 2008, La advertencia sanitaria debe cubrir el 30 % de la parte delantera del empaque y el 40% de la parte trasera. En total el 43% del empaque es dedicado a las advertencias sanitarias. Hay catorce clases de advertencias sanitarias en el país, no se permite usar términos como “Light”, “mild”, “soft” etc. En los empaques también debe aparecer el nivel de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono de los productos de tabaco. <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminación del comercio ilícito: En Rumania existe una preocupación muy clara sobre el impacto de la subida de los impuestos en el tráfico ilegal y el contrabando. La industria tabacalera sostiene que el 10% del tabaco que se vende en el país es de contrabando, especialmente de Moldavia. Rumania es uno de los puntos de transito de contrabando de tabaco más importante del mundo, el gobierno en varias oportunidades ha dicho que combate efectivamente el contrabando pero las medidas no son efectivas. ○ Prohibición de venta a menores y por menores: En Rumania desde el 17 de agosto de 1999 sólo se le pueden vender productos de tabaco a mayores de 18 años de edad. El incumplimiento de la medida acarrea sanciones pecuniarias. ○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS <ul style="list-style-type: none"> • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: En Rumania existe la FEDERATIA“RETEAUA PENTRU PREVENIREA FUMATULUI DIN ROMANIA una red que se encarga de diseñar los proyectos de | |
|--|--|

| | |
|---------------------------------------|--|
| prevención del tabaquismo en el país. | |
|---------------------------------------|--|

| PAIS  SUECIA | FIRMA 16 de junio 2003 | RATIFICACIÓN 7 de julio 2005 | TIPO DE NORMA (Decreto, Ley, etc.) |
|--|----------------------------------|--|--|
| MEDIDAS TOMADAS PARA LA APLICACIÓN DEL CONVENIO <ul style="list-style-type: none"> • MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA DEMANDA DE TABACO: <ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento de impuestos y precio: NO SE TOMAN MEDIDAS ○ Creación de ambientes libres de humo: Fumar está prohibido en todos los recintos dedicados al cuidado de niños, actividades escolares o otras actividades que involucren menores de edad, en parques y áreas abiertas de colegios así como centro recreacionales, en todos los recintos dedicados al cuidado de la salud, en las áreas residenciales y en los establecimientos que ofrecen servicios, en cualquier medio de transporte público y en los lugares que se usan para viajar, | | | The Tobacco Act (1993:581) SFS1993:581 promulgado el 2 de junio de 1993 con enmienda SFS 2005:369 Desde su promulgación en 1993 el Tobacco Act ha tenido muchas enmiendas |

restaurantes, lugares donde se sirvan comidas o bebidas con excepción de los lugares al aire libre. La prohibición se extiende a los lugares donde se realicen eventos públicos. En hoteles la prohibición es hasta en un número determinado de cuartos. En los restaurantes y los bares se puede acomodar un lugar exclusivo para fumadores, pero no puede ser de paso ni los trabajadores deben permanecer mucho tiempo ahí, en los cuartos no se pueden servir ni bebidas ni comidas. Los lugares en los que se permite fumar deben contar con ventilación. Todos los ambientes de trabajo deben permitir que los empleados que no quieran puedan no trabajar en ambientes con humo.

- **Prohibiciones a la publicidad y la promoción:** La publicidad esta prohibida en periódicos, transmisiones de radio o televisión, programas de televisión vía satélite, o similares. No se pueden usar marcas de tabaco para promocionar otros productos. El patrocinio por parte de productores, importadores o comercializadores de productos de tabaco está prohibido para cualquier actividad en la que participe el público en general, incluidos los eventos que acontecen en otro país.
- **Mejor información al consumidor y etiquetas de advertencia sanitaria:** Todos los empaques de productos de tabaco que se pretendan distribuir en el país deben tener mensajes e ilustraciones que informen del riesgo para la salud que significa fumar. También la advertencia de la existencia de tratamientos para librarse de la adicción a la nicotina. El empaque debe tener anuncios diciendo las sustancias dañinas que tienen el tabaco además de una declaración con su contenido. Información sobre el lugar y la fecha de fabricación del producto. No se puede usar ninguna clase de nombres, mensajes, marcas o signos que indiquen o creen la impresión de que el producto es menos dañino para la salud. Los fabricantes o los importadores son los responsables de que el asunto se cumpla. No puede venderse productos por unidades, sólo en paquetes de más de 19 cigarrillos.
- **MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCIÓN DE LA OFERTA:**
 - **Eliminación del comercio ilícito: NO SE TOMAN MEDIDAS**
 - **Prohibición de venta a menores y por menores:** Los productos de tabaco no pueden ser vendidos o distribuidos comercialmente de ninguna manera por menores de 18 años de edad. Una persona que distribuya productos de tabaco tiene como obligación asegurarse que el depositario al que le vende es mayor de edad. En los lugares de venta debe haber anuncios que con claridad indiquen que la compra de productos de tabaco por menores de 18 años está prohibida. La venta de productos de tabaco debe realizarse de tal forma que sea posible comprobar la edad del comprador, incluso cuando se trata de maquinas

**ESTUDIOS REALIZADOS
PARA MEDIR LA
EFECTIVIDAD DE LAS
MEDIDAS**

<http://www.socialstyrels.en.se/NR/rdonlyres/B153184C-5756-46D3-8AE0-EB6D5184142F/12558/20061317.pdf>

<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/118956329/PDFSTART>

| | |
|---|--|
| <p>automáticas. Los productos de tabaco sólo pueden ser importados al país por mayores de 18 años de edad.</p> <ul style="list-style-type: none">○ Apoyo a actividades económicas alternativas: NO SE TOMAN MEDIDAS • FACILIDAD PARA ACCEDER A PROGRAMAS Y TERAPIAS QUE ELIMINEN LA DEPENDENCIA: NO SE TOMAN MEDIDAS | |
|---|--|