

Ley del control del consumo de productos de tabaco, nicotina o sucedáneos

Lima, miércoles 13 de noviembre de 2024

Alerta Legal de Publicidad, Consumo y Privacidad

PROMULGAN LEY DEL CONTROL DEL CONSUMO DE PRODUCTOS DE TABACO, NICOTINA O SUCEDÁNEOS DE AMBOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA VIDA Y LA SALUD (LEY Nº 32159)

El 12 de noviembre de 2024, se publicó en el Diario Oficial El Peruano la Ley Nº 32159, que tiene como finalidad reducir el impacto en la salud causado por el consumo de tabaco, nicotina y sus sucedáneos, prevenir nuevas adicciones, disminuir la mortalidad y morbilidad por enfermedades no transmisibles, y obliga al Estado a promover su cumplimiento. Esta ley deroga las leyes 28705 y 29517.

La nueva ley establece medidas estrictas para la prevención y protección contra los riesgos del consumo de productos de tabaco, nicotina y sus sucedáneos. Se prohíbe fumar o vapear en espacios cerrados como establecimientos de salud, educativos, dependencias públicas, lugares de trabajo, espacios públicos cerrados y en cualquier medio de transporte público, garantizando ambientes cien por ciento libres de humo de tabaco.

Además, la ley exige que en todos estos lugares se coloquen carteles visibles informando *“ESTÁ PROHIBIDO FUMAR Y VAPEAR EN ESTE ESTABLECIMIENTO POR SER DAÑINO PARA LA SALUD. ESTE AMBIENTE ES CIEN POR CIENTO LIBRE DE HUMO Y EMISIONES DE VAPEO”*.

Asimismo, la norma bajo comentario impone prohibiciones y restricciones en cuanto a la publicidad, empaquetado y etiquetado de los productos en mención.

Por un lado, en cuanto a la actividad publicitaria de estos productos, primero, prohíbe toda forma de publicidad, promoción y patrocinio, directa o indirecta, de productos de tabaco y sus sucedáneos, incluyendo los de alcance transfronterizo. Segundo, restringe la publicidad de los productos de nicotina. Siendo ello así, entre las restricciones impuestas a los comercializadores de este tipo de productos se ubican las siguientes:

- Se prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de productos de nicotina en televisión abierta, radio, establecimientos de salud o educación, dependencias públicas y en un radio de 500 metros alrededor de centros educativos con menores.
- No se permite que la publicidad de productos de nicotina incluya imágenes o mensajes que sugieran éxito, atractivo sexual o popularidad.
- Está prohibido promocionar el uso de productos de nicotina a menores en medios gráficos dirigidos a ellos y en actividades donde puedan estar presentes.
- Los anuncios publicitarios de productos de nicotina deben incluir la advertencia: “Prohibida su venta a menores de 18 años. Este producto contiene nicotina”, ocupando un 15% del espacio publicitario en letras negras mayúsculas sobre fondo blanco.

Por otro lado, en cuanto al empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco y nicotina, la norma impone la obligación de que lleven impresa la frase *“PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS”* en cada una de las caras principales, acompañado de frases e imágenes de advertencia sobre el daño a la salud que producen dichos productos.

La norma hace una precisión acerca de la comercialización de este tipo de productos, pues señala que en caso de uso de saborizantes o aromatizantes, no deben emplear nombres de golosinas o postres que

sean atractivos para menores de edad.

Los anunciantes tendrán un plazo de 180 días a partir de la emisión del reglamento para ajustar sus campañas publicitarias. Además, la industria deberá realizar una adecuación progresiva de sus empaques en un plazo no mayor a 2 años, contados desde la promulgación del reglamento. Respecto a este reglamento, el Poder Ejecutivo tiene un plazo de 120 días para emitirlo, el cual será aprobado mediante un decreto supremo refrendado por el Ministerio de Salud (MINSa).

Para mayor información y asesoría sobre la materia, los invitamos a contactarse con el área de Publicidad, Consumo y Privacidad del Estudio, a través de nuestro socio Alex Sosa (asosa@munizlaw.com).

Puede acceder al texto completo de la Ley N° 32159, en el siguiente enlace:
<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2343203-1>

La presente alerta señala no debe ser considerada como una opinión legal ante una consulta específica.