



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CAMARA

(Artículo 36, Ley 5a. de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XIV - Nº 690

Bogotá, D. C., lunes 3 de octubre de 2005

EDICION DE 16 PAGINAS

DIRECTORES:

EMILIO RAMON OTERO DAJUD
SECRETARIO GENERAL DEL SENADO
www.secretariassenado.gov.co

ANGELINO LIZCANO RIVERA
SECRETARIO GENERAL DE LA CAMARA
www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PUBLICO

CAMARA DE REPRESENTANTES

OBJECIONES PRESIDENCIALES

INFORME DE OBJECIONES PRESIDENCIALES AL PROYECTO DE LEY NUMERO 172 DE 2004 SENADO, 162 DE 2003 CAMARA

Bogotá, D. C., 13 de septiembre de 2005.

Doctor

JULIO E. GALLARDO

Presidente honorable Cámara de Representantes

Ciudad.

Asunto: Informe a las Objeciones Presidenciales del Proyecto de ley número 172 de 2004 Senado, 162 de 2003 Cámara.

Por designación hecha por la mesa Directiva de la honorable Cámara de Representantes, para presentar informe a las objeciones presidenciales al Proyecto de ley número 162 de 2003 Cámara, 172 de 2004 Senado, por medio de la cual se autorizan apropiaciones presupuestales para la ejecución de obras en el municipio de Caicedonia, departamento del Valle del Cauca, con motivo de la vinculación de la Nación y el Congreso de la República al primer centenario de su fundación, procedemos a rendir informe en los siguientes términos:

I. ANTECEDENTES

El proyecto de ley de la referencia fue presentado a consideración del Congreso de la República por el Representante a la Cámara doctor Teodolindo Avendaño Castellanos el día 12 de noviembre de 2003, rendido informe de ponencia para primer debate el día 4 de junio de 2004, ponencia para segundo debate en plenaria de la Cámara de Representantes el 21 de octubre de 2004; en el Senado la ponencia para primer debate fue publicada el 18 de abril de 2005 y para la Plenaria del Senado fue publicada el 17 de mayo de 2005.

Finalizado el procedimiento acatando con estricta sujeción a las formalidades establecidas en la Constitución y la ley, es enviado el proyecto de ley en mención para sanción presidencial, el cual fue devuelto sin la misma, argumentando razones de inconstitucionalidad, las cuales deberán ser analizadas por la Comisión Accidental que para el efecto conformó las Mesas Directivas del Senado y la Cámara de Representantes, integrada por los honorables Senadores Juan Carlos Martínez Salazar y Carlos Hernán Barragán Losada, así como por los honorables Representantes Jorge Ubéimar Delgado Blandón y Carlos Arturo Quintero.

II. ANALISIS DE LAS OBJECIONES

Se expone en las objeciones como único cargo, la presunta vulneración al artículo 151 de la Constitución Política, indicando que no obstante reconocen la potestad del Congreso de la República “para decretar gasto público, solo que tal atribución debe ejercerla conforme a lo dispuesto en la Constitución Política y la ley. De tal modo que los proyectos de ley que **decreten o autoricen** gasto deberán cumplir con el análisis del impacto fiscal señalado en el artículo 7° de la Ley 819 de 2003, norma de carácter presupuestal y de naturaleza orgánica, de las previstas en el artículo 151 de la Constitución Política, que condicionan la expedición de leyes que autorizan gasto” (negrilla fuera de texto).

En criterio del Gobierno, el artículo 2° del proyecto de ley vulnera parcialmente la Constitución al desconocer el artículo 7° de la Ley 819 de 2003, en razón a que el Ministro de Hacienda y Crédito Público, doctor Alberto Carrasquilla Barrera, presentó a la Comisión Tercera de la Cámara de Representantes, el Marco Fiscal de Mediano Plazo mediante oficio de 11 de junio de 2004, al cual debía de sujetarse el proyecto de ley, cuando sostienen: “[E]l proyecto de ley en estudio se limitó a cuantificar el valor de las obras a ejecutar, sin incluir la fuente de ingreso adicional para financiarlos ni el análisis de su compatibilidad con el marco fiscal de mediano plazo, exigencias del artículo 7° de la Ley 819 de 2003, en concordancia con el artículo 1° ibidem. En consecuencia, no cumplió con los requisitos establecidos en las disposiciones de carácter orgánico aludidas”.

III. CONSIDERACIONES

1. Al analizar la exposición de motivos y las diferentes ponencias del Proyecto de ley número 172 de 2004 Senado, 162 de 2003 Cámara, se observa que lo único pretendido por los autores y ponentes de la mencionada iniciativa es hacer un reconocimiento a un municipio cafetero, como es Caicedonia, ubicado al norte del departamento del Valle del Cauca, fin que en ningún momento ha sido cuestionado y por tanto partimos que es en defensa de la legalidad, que ha sido objetado por el gobierno el proyecto de ley.

En razón de lo anterior, el grupo de Congresistas que hemos sido designados por las Mesas Directivas del Congreso de la República para analizar las objeciones presidenciales, nos centraremos exclusivamente en los fundamentos de derecho de las mismas presentadas por el Ejecutivo, para establecer como problema jurídico, si el proyecto de ley

objetado debía contener en la exposición de motivos, así como en las ponencias de trámite respectivas, los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso adicional generada para el financiamiento de dicho costo, dando así cumplimiento al artículo 7° de la Ley 819 de 2003.

2. Como punto de partida retomemos el artículo que considera el Gobierno vulnera parcialmente la Constitución Política, es decir el segundo del proyecto de ley objetado, el cual fue aprobado mayoritariamente por el Senado de la República y la Cámara de Representantes en el mismo sentido en que fue presentado por su autor:

“Artículo 2°. *A partir de la promulgación de la presente ley y de conformidad con los artículos 334, 339, 341 y 345 de la Constitución Política, se autoriza al Gobierno Nacional para incluir dentro del Presupuesto General de la Nación las apropiaciones presupuestales que se requieran para vincularse a la conmemoración del centenario del municipio de Caicedonia, así como para la ejecución de las obras de infraestructura de interés social que se requieran, entre las que se encuentran:*

Remodelación parque El Carmen	\$ 717.833.414
Reposición Alcantarillado de la Carrera 15 entre calles 2 y 18	550.416.124
Reposición Alcantarillado de la Carrera 16 entre calles 1ª y 19	605.915.043
Terminación polideportivo la ciudadela	525.347.530
Homogenización de andenes en la Calle 6 entre Carreras 9 y 14	95.000.000
Homogenización de andenes en la Carrera 14 entre Calles 12 y 18	135.000.000
Construcción andenes en la Carrera 9 entre Calles 6 y 12	25.000.000
Reconstrucción pisos andenes y muretes parque Daniel Gutiérrez y Arango	\$161.000.000
TOTAL	\$2.815.512.111”

(Subrayas fuera de texto).

La anterior transcripción y concretamente el aparte subrayado nos permite hacer dos claridades, la primera es que la naturaleza del proyecto de ley, es la de **autorizar** al gobierno para incluir unas partidas en el presupuesto general de la Nación y la segunda, que el Gobierno **podrá** incluir las partidas en el proyecto de presupuesto que estime conveniente.

3. La primera precisión tiene por objeto diferenciar las leyes que autorizan al Gobierno, de aquellas que lo conminan a hacerlo, para lo cual nos remitimos a la jurisprudencia de la Corte Constitucional que se ha pronunciado en el siguiente sentido:

“Esta Corporación se ha pronunciado en múltiples ocasiones acerca de la constitucionalidad de normas que decretan honores o reconocen un hecho importante para la vida de la Nación o de una de sus comunidades, y autoriza la realización de ciertos gastos.

De manera general, la Corte ha señalado que dichas autorizaciones no vulneran la distribución de competencias entre el Legislador y el Gobierno. Así, en la Sentencia C-782 de 2001¹ se declararon exequibles unas normas legales que, con el propósito de exaltar la memoria de un personaje público, autorizaban al gobierno para realizar ciertos gastos específicos en el ámbito municipal.² La Corte consideró lo siguiente:

“La expedición de una serie de normas que dentro del articulado de una ley que decreta honores a un ciudadano, o que reconoce un hecho importante para la vida de la Nación o de una de sus comunidades, autoriza la realización de ciertos gastos, es una materia sobre la cual esta Corporación ya se ha pronunciado:

“La Constitución, y tal y como lo ha señalado esta Corporación³, atribuye competencias diferenciadas a los órganos del Estado según los diversos momentos de desarrollo de un gasto público. Así, en relación con la objeción presidencial en el presente caso, es necesario distinguir entre una ley que decreta un gasto y la ley anual del presupuesto, en la cual se apropian las partidas que se considera que deben ser ejecutadas

dentro del período fiscal respectivo. Así, esta Corte ha señalado que, salvo las restricciones constitucionales expresas, el Congreso puede aprobar leyes que comporten gasto público. Sin embargo, corresponde al Gobierno decidir si incluye o no en el respectivo proyecto de presupuesto esos gastos, por lo cual no puede el Congreso, al decretar un gasto, “ordenar traslados presupuestales para arbitrar los respectivos recursos”⁴. Por ende, el escrutinio judicial para determinar si en este aspecto una ley es o no constitucional consiste en analizar si la respectiva norma consagra ‘un mandato imperativo dirigido al ejecutivo’, caso en el cual es inexecutable, ‘o si, por el contrario, se trata de una ley que se contrae a decretar un gasto público y, por lo tanto, a constituir un título jurídico suficiente para la eventual inclusión de la partida correspondiente, en la ley de presupuesto’⁵, evento en el cual es perfectamente legítima”⁶.

De lo anterior, la Corte Constitucional ha concluido en la Sentencia C-729 de 2005, con ponencia del Magistrado Alfredo Beltrán Sierra, que:

- 1 M.P. Manuel José Cepeda Espinosa; SV Rodrigo Escobar Gil.
- 2 Las normas acusadas estaban contenidas en la Ley 609 de 2000 (por medio de la cual la República de Colombia exalta la memoria del General Gustavo Rojas Pinilla, al cumplirse el primer centenario de su nacimiento). Se destacan los siguientes artículos acusados: “Artículo 3°. Autorízase al Gobierno para la emisión de una estampilla que deberá estar en circulación por los mismos días que se celebra el natalicio del ilustre Presidente, el 12 de marzo del año 2000, con la siguiente leyenda Gustavo Rojas Pinilla “Paz, Justicia y Libertad”. || Artículo 4°. Para la construcción del Auditorio Gustavo Rojas Pinilla, en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja, el Gobierno Nacional autorizará la suma de dos mil cuatrocientos diez millones de pesos (\$2.410.000.000). || Artículo 5°. Para la adecuación del Edificio Municipal de la ciudad de Tunja se autorizará por cuenta del Gobierno Nacional la suma de tres mil cien millones de pesos (\$3.100.000.000). || Artículo 6°. El Gobierno Nacional, por medio de la Unidad Especial de Aeronáutica Civil, autorizará la suma de setecientos veinte millones de pesos (\$720.000.000) para la terminación de las obras, estudios, diseños, adecuaciones, dotaciones de radioayudas, iluminación y equipos necesarios para una apropiada operación del aeropuerto Gustavo Rojas Pinilla de la ciudad de Tunja. || Artículo 7°. Para el rescate del patrimonio histórico de la ciudad de Tunja, Cojines del Zaque, la Capilla de San Lorenzo, la Casa del Fundador, Piedra de Bolívar o Loma de los Ahorcados y la Iglesia de Santa Bárbara, el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de la Cultura, autorizará una partida de dos mil millones de pesos (\$2.000.000.000)”.
- 3 Ver, entre otras, las Sentencias C-490/94, C360/96, C-017/97 y C-192/97.
- 4 Sentencia C-490/94. MP Eduardo Cifuentes Muñoz.
- 5 Sentencia C-360/94. MP Eduardo Cifuentes Muñoz. Fundamento Jurídico número 6.
- 6 Corte Constitucional Sentencia C-324 de 1997 M.P. Alejandro Martínez Caballero. Aquí se estudiaron las Objeciones Presidenciales al Proyecto de ley número 157/95 (S) y 259/95 (C) “por medio de la cual la Nación se asocia a la celebración del Sesquicentenario de la ciudad de Manizales y se vincula con la financiación de algunas obras de vital importancia para esta ciudad”; la doctrina contenida en la cita fue reiterada en la Sentencia C-196 de 2001 M.P. Eduardo Montealegre Lynett. En esta ocasión se declaró la exequibilidad el artículo 4° del Proyecto de ley número 122/96 Senado-117/95 Cámara, “por la cual se honra la memoria de un ilustre hijo de Boyacá”, salvo la expresión “y traslados presupuestales”, que se declara inexecutable, como resultado de las objeciones presentadas por el Presidente de la República. Estas sentencias recogen las reglas establecidas por la Corte desde sus inicios (Cfr. Sentencia C-057 de 1993 M.P. Simón Rodríguez Rodríguez. En esta oportunidad se declararon infundadas las objeciones de inconstitucionalidad formuladas por el Ejecutivo al Proyecto de Ley No. 134 de 1989 (S), 198 de 1989 (C) “por la cual la Nación se asocia a la celebración de los 450 años del Municipio de Marmato, Departamento de Caldas y se dictan otras disposiciones”. Aquí se consideró que la autorización de gastos que hace el Congreso al Gobierno no implica, en principio, la limitación de las atribuciones que tiene cada órgano en la formulación de la política presupuestal).

“Del anterior recuento se desprende que la Corte Constitucional ha establecido:

i) *Que no existe reparo de constitucionalidad en contra de las normas que se limitan a ‘autorizar’ al Gobierno para incluir un gasto, pero de ninguna manera lo conminan a hacerlo. En esos casos ha dicho la Corporación que la Ley Orgánica del Presupuesto⁷ no se vulnera, en tanto el Gobierno conserva la potestad para decidir si incluye o no dentro de sus prioridades, y de acuerdo con la disponibilidad presupuestal, los gastos autorizados en las disposiciones cuestionadas;*

ii) *Que las autorizaciones otorgadas por el legislador el Gobierno Nacional, para la financiación de obras en las entidades territoriales, son compatibles con los mandatos de naturaleza orgánica sobre distribución de competencias y recursos contenidos en la Ley 715 de 2001 cuando se enmarcan dentro de las excepciones señaladas en el artículo 102 de dicha ley, a saber, cuando se trata de las ‘apropiaciones presupuestales para la ejecución a cargo de la Nación con participación de las entidades territoriales, del principio de concurrencia, y de las partidas de cofinanciación para programas en desarrollo de funciones de competencia exclusiva de las entidades territoriales’”.*

La Corte ha manifestado en reiterada jurisprudencia que la estructura gramatical que utiliza el Legislador es relevante y, por lo tanto, ha de analizarse el objetivo perseguido por las expresiones que utiliza, ha dicho “*si su objetivo se contrae a decretar un gasto, resulta claro que la norma contiene una habilitación para que el gobierno lo pueda incluir en la ley de presupuesto. Sin embargo, si se trata de ordenar la inclusión de la partida respectiva en el preexpuesto de gasto, la norma establecería un mandato u obligación en cabeza del gobierno, que a la luz de la Constitución Política sería inaceptable*”⁸.

4. Para el caso en concreto, el artículo segundo del proyecto de ley objetado por el Gobierno, contiene claramente una autorización expresa para que el Gobierno, como y cuando lo estime conveniente, incluya las apropiaciones presupuestales que se requieran para vincularse a tal conmemoración, en el proyecto de ley de presupuesto anual que el Ejecutivo estime conveniente.

En consecuencia al no conminar al Ejecutivo a realizar gasto público alguno, el Congreso de la República no estaba en la obligación de cumplir con el requisito establecido en el artículo 7° de la Ley 819 de 2003, es decir, el de realizar el análisis de ingresos adicionales en las ponencias para debate durante el trámite del proyecto de ley, artículo que a su tenor literal reza:

“*Artículo 7°. ANALISIS DEL IMPACTO FISCAL DE LAS NORMAS. En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo, **que ordene gasto o que otorgue beneficios tributarios**, deberá hacerse explícito y deberá ser compatible con el Marco Fiscal de Mediano Plazo.*

Para estos propósitos, deberá incluirse expresamente en la exposición de motivos y en las ponencias de trámite respectivas los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso adicional generada para el financiamiento de dicho costo.

El Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en cualquier tiempo durante el respectivo trámite en el Congreso de la República, deberá rendir su concepto frente a la consistencia de lo dispuesto en el inciso anterior. En ningún caso este concepto podrá ir en contravía del Marco Fiscal de Mediano Plazo. Este informe será publicado en la Gaceta del Congreso.

Los proyectos de ley de iniciativa gubernamental, que planteen un gasto adicional o una reducción de ingresos, deberá contener la correspondiente fuente sustitutiva por disminución de gasto o aumentos de ingresos, lo cual deberá ser analizado y aprobado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

En las entidades territoriales, el trámite previsto en el inciso anterior será surtido ante la respectiva Secretaría de Hacienda o quien haga sus veces” (negrita y subrayas fuera de texto).

5. Por último y como segunda precisión, declaramos anteriormente que el Gobierno, en virtud de la autorización que aprobó el Congreso de la República, podrá incluir las partidas necesarias para la conmemoración en el proyecto de presupuesto que estime conveniente. Razón por la cual no encuentra justificación esta Comisión Accidental, respecto de la manifestación contenida en el escrito de objeciones, por las cuales considera que al ser presentado por el Ministro de Hacienda el Marco Fiscal de Mediano Plazo el 11 de junio de 2004 ante la Comisión Tercera de la Cámara de Representantes, los ponentes debieron incluir la fuente de ingreso adicional con sujeción a dicho Marco Fiscal de Mediano Plazo, toda vez que el proyecto en ningún momento está ordenando gasto, de una parte, –como quedó claramente establecido en los puntos anteriores– y segundo, en ningún artículo del proyecto de ley objetado, el Congreso de la República determinó, que deberían estar incluidas las partidas necesarias para el cumplimiento del objeto del proyecto de ley, en algún proyecto de presupuesto en específico, motivo por el cual no se explica esta Comisión el Por qué determinó el Gobierno que debía ser con sujeción al Marco de Mediano Plazo del 2005 y no con uno posterior, si tal exigencia legal debiera de ser atendida por el Legislador.

6. En consecuencia, el Proyecto de ley número 172 de 2004 Senado, 162 de 2003 Cámara, no ha desconocido norma constitucional, ni de naturaleza orgánica, que hagan presumir la vulneración de la Constitución Política de 1991 y por tanto esta comisión accidental propondrá negar la objeción presidencial, para continuar con el trámite que le permita convertirse en ley de la República.

IV. Proposición

Por las consideraciones expuestas, solicitamos respetuosamente a los miembros de las Plenarias del Senado de la República y de la Cámara de Representantes, aprobar el informe a la Objeción Presidencial por inconstitucionalidad al Proyecto de ley número 172 de 2004 Senado, 162 de 2003 Cámara, *por medio de la cual se autorizan apropiaciones presupuestales para la ejecución de obras en el municipio de Caicedonia, departamento del Valle del Cauca, con motivo de la vinculación de la Nación y el Congreso de la República al primer centenario de su fundación* y en consecuencia, rechazar las objeciones Presidenciales por inconstitucionalidad.

De los señores Congresistas,

Jorge Ubéimar Delgado B., Carlos Arturo Quintero,
Representantes a la Cámara.

⁷ Artículo 39. Los gastos autorizados por las leyes preexistentes a la presentación del Proyecto Anual de Presupuesto General de la Nación, serán incorporados a este, de acuerdo con la disponibilidad de recursos y las prioridades del Gobierno, si corresponden a funciones de órganos del nivel nacional y guardan concordancia con el Plan Nacional de Inversiones, e igualmente las apropiaciones a las cuales se refiere el párrafo único del artículo 21 de la Ley 60 de 1993.

⁸ Sentencia de la Corte Constitucional. C-197 de 2001.

PONENCIAS

PONENCIA PARA PRIMER DEBATE AL PROYECTO DE ACTO LEGISLATIVO NUMERO 49 DE 2005 CAMARA

por medio del cual se modifica el artículo 347 de la Constitución Política de Colombia.

La reforma al artículo 347 de la Constitución Política que se propone, constituye un elemento fundamental de contención de rango constitucional para lograr que el Presupuesto General de la Nación cumpla con los principios generales establecidos en la ley de presupuesto, en especial los principios de la universalidad y del equilibrio presupuestal,

cuyo propósito no es otro que lograr unos presupuestos que contemplen todas las partidas de ingresos y egresos una vez sea aprobado y además, que exista una igualdad entre ambos de manera que no exista déficit entre los recursos que ingresan al fisco público y los gastos que se realizan.

No es para nadie un secreto que existe un gran déficit presupuestal en el país, que ha avanzado a la par de un desmesurado y creciente gasto público y que se ahonda por situaciones como la del manejo inadecuado del presupuesto con herramientas como las entregadas en el artículo 347 de la Constitución Política, que permite a los gobiernos de turno cuando requieren recursos adicionales, que los mismos sean aumentados vía incorporación presupuestal y que generalmente son obtenidos por endeudamiento, los cuales son destinados a financiar un gasto público voraz, creciente y muchas veces ineficiente; este gasto público en una sana política fiscal debería estar soportado sobre ingresos tributarios y no de capital como lamentablemente sucede en casi todos los casos.

Son distintas las normas de orden constitucional que señalan la conveniencia de tener presupuestos sanos, equilibrados, que atienden al principio de universalidad, y que procuren un buen manejo del recurso público sin desmanes por parte del gobierno de turno, este querer se ha desarrollado en distintas leyes y se han consolidado los principios generales de planificación, anualidad, universalidad, unidad de caja, programación integral, especialización del gasto, inembargabilidad, coherencia macroeconómica y homeostasis presupuestal, principios que en más de las veces resultan pisoteados por situaciones como las que permite el artículo que se pretende modificar.

Ahora bien, como lo señala la exposición de motivos, seguir aprobando presupuestos deficitarios es continuar ahondando el problema del déficit fiscal, por ello, considero de suma utilidad para el país y de gran importancia como instrumento de control para los gobiernos que se dé curso al presente proyecto de acto legislativo, para que nuestra Carta Magna prohíba gastos superiores a los ingresos proyectados.

Por lo anterior, considero de gran utilidad que se apruebe el Proyecto de Acto Legislativo número 049 de 2005, en los términos que fue presentado por los honorable Representantes.

Cordialmente,

Iván Díaz Matéus, Jorge Arango P., Ramón Elejalde A., Germán Varón C.

* * *

PONENCIA PARA SEGUNDO DEBATE
AL PROYECTO DE LEY NUMERO 235 DE 2004 CAMARA
por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.

Bogotá, D. C., 20 de septiembre de 2005

Doctor

MIGUEL ANGEL DURAN GELVIS

Presidente Comisión Séptima Constitucional Permanente

Honorable Cámara de Representantes

Ciudad

Referencia: Informe de ponencia para segundo debate al Proyecto de ley número 235 de 2004 Cámara.

Respetado señor Presidente:

De acuerdo con el encargo impartido por la Mesa Directiva de la Comisión Séptima Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes, procedemos a presentar el informe de ponencia para segundo debate al Proyecto de ley número 235 de 2004 Cámara, por **medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.**

El tabaquismo: Problema de salud pública

No existe duda de que el tabaquismo es, hoy por hoy, una de las principales causas de enfermedad y muerte en el mundo, así como

también que el humo del tabaco es uno de los más grandes contaminantes del ambiente. La lucha contra este fenómeno, ya considerado epidemia, se ha tornado complicada por la ofensiva de las productoras a nivel mundial: los adolescentes se ven bombardeados por anuncios de tabaco y sus derivados en la prensa musical, deportiva, de moda; la prohibición existente para la televisión y la radio se sorteaba con el patrocinio de actividades deportivas y culturales que son retransmitidas por estos medios; las vallas publicitarias se sitúan en las paradas de autobuses y cercanías de centros educativos. Los puntos de venta son incontables, se venden cigarrillos en estancos, bares, tiendas de barrio, cafeterías, panaderías y kioscos de prensa.

En nuestro país el consumo de tabaco y sus derivados, una campaña que aporta enfermedad y muerte, ha tomado mucha fuerza entre nuestros niños y jóvenes, situación que se debe combatir. Por esto consideramos pertinente que el Congreso de la República apruebe este proyecto de ley, que establece puntos de vital importancia para que el país se adapte a los Convenios Internacionales firmados y a la tendencia mundial de reducir el consumo de tabaco y así prevenir sus efectos sobre la salud humana.

Lo que más debe preocupar en Colombia sobre el problema del tabaquismo es que la prevalencia en el consumo por parte de la población joven alcanza el 17.2%, según los últimos estudios de la ONU. La tasa de edad de los jóvenes que consumen tabaco o sus derivados diariamente oscila entre los 15 y 19 años y los 20 y 24 años.

En Colombia mueren anualmente cerca de 25.000 personas a causa de enfermedades atribuibles al consumo de tabaco, en el mundo se estima que la mortalidad por esta causa se incrementará de aproximadamente 4 millones en 1998 a casi 10 millones por año en el 2030. De estos fallecimientos, 70% ocurrirán en países en vías de desarrollo.

En un ejemplo hipotético de un país con 10 millones de habitantes, se estima que se producirían en torno a 2.000 muertes al año por cáncer de pulmón y enfermedades cardiovasculares entre no fumadores por la exposición al aire contaminado por humo de tabaco. Esto sin contar que el tabaquismo produce el 30% de las muertes por cáncer, no solo de pulmón con el 90% de estos tumores (primera causa de muerte por cáncer en varones y segunda en las mujeres); es culpable del 50% de las muertes por cáncer de vejiga y riñón, y de otros como páncreas, estómago, cavidad oral, entre otros.

Asimismo, un 80% de la mortalidad por procesos respiratorios crónicos se deben al tabaco. Y se ha comprobado que después de un infarto, dejar de fumar reduce en un 50% la posibilidad de un segundo infarto a mediano y largo plazo. Al tiempo que continuar fumando después de un primer infarto aumenta a cuatro veces la probabilidad de un segundo infarto y de morir en los siguientes 12 meses;

Si se trata el tema de los no fumadores, la situación no mejora. En Estados Unidos 53.000 no fumadores mueren cada año de enfermedad cardíaca y 3.000 mueren de cáncer de pulmón, causados por la exposición involuntaria al humo de los demás.

A pesar de estos diagnósticos, el consumo y la industria del tabaco no han mostrado una reducción significativa. Aunque el consumo del cigarrillo ha retrocedido un poco más del 1% en Colombia durante los últimos años, más de 21.000 millones de cigarrillos fueron vendidos el año pasado en el país; y las ventas de cigarrillos en el mercado nacional alcanzan hoy más de \$947.000 millones al año.

Hay quienes se preguntan para qué, ante las grandes ventas que presenta la industria del tabaco y lo que esto significa en recaudos de impuestos, restringir el consumo, la venta y publicidad del tabaco en el país y el mundo en general, pero los impuestos del tabaco no alcanzan a pagar el daño causado por el consumo de tabaco, estimado en \$200 mil millones cada año (según cifras del Banco Mundial). Los impuestos del tabaco son relativamente fáciles de imponer y recaudar, y tienden a tener mucho más apoyo popular que otros impuestos. Pero hay muchas otras maneras para los gobiernos para recaudar ingresos. De cualquier manera, según la economía se desarrolla y crece, se convierte en menos dependiente de los impuestos directos y más dependiente de los impuestos sobre la renta.

Igualmente el tabaquismo tiene otras consecuencias y costos, que se reflejan en lo social. Por ejemplo, en México el 20% más pobre de los hogares gasta casi el 20% de sus ingresos domésticos en comprar cigarrillos, mientras que el 20% más rico gastó el 1,5%; y en América Latina cerca de 37.200 hectáreas de vegetación natural se pierden anualmente debido a la tala para plantar tabaco.

Colombia, no firmó el Convenio Marco de Lucha antitabáquica, no ha expedido una ley que se ajuste a los requerimientos planteados dentro de ese acuerdo para proteger a miles de millones de personas de las consecuencias del consumo y la exposición al humo del tabaco y sus derivados. La norma que cursa en el Congreso de la República se ajusta no sólo a lo establecido por el convenio, sino que establece una normativa que no excede el promedio mundial para el control del tabaco.

Estos son algunos casos en los que se ha restringido el uso, comercialización y publicidad del cigarrillo:

Irlanda, fue el primer país de Europa en prohibir el consumo de cigarrillos en todos los lugares públicos; en California las playas están libres de humo y en Singapur se ha levantado la prohibición de consumir chicles para que los fumadores puedan mascar nicotina. Cada nación juega sus bazas para ganar la partida al tabaquismo.

Australia, es un ejemplo a seguir en cuanto a iniciativas antitabaco y a disminución del hábito. La publicidad de tabaco no está permitida, un paquete de cigarrillos cuesta unos 10 dólares (casi seis euros) y no se puede fumar en los aeropuertos, oficinas públicas, restaurantes, centros comerciales y sanitarios, lugares de trabajo e incluso en algunas playas. Desde el 1° de enero de 1995 los productos deben llevar avisos en blanco y negro que ocupan el 25% de la parte superior de la portada e información detallada que ocupa el 33% de la parte trasera de los envases. Aunque ya está prohibido el consumo en los lugares públicos de Sydney y su región, Nueva Gales del Sur, se espera que esta prohibición se generalice. De hecho, Tasmania ha anunciado que será libre de humos en enero de 2006. Victoria y el sur de Australia harán lo propio en julio y octubre de 2007, respectivamente.

Bangladesh, desde el 13 de marzo está prohibido fumar en los lugares públicos. Las personas que incumplan la normativa – consumiendo en las escuelas, oficinas, bibliotecas, hospitales o aeropuertos– podrán ser sancionados con una multa de 50 takas (unos 60 céntimos de euro), una cifra bastante alta si se tiene en cuenta que el salario medio de un agricultor ronda los 60 takas diarios. La normativa prohíbe la publicidad de tabaco y sus productos relacionados en cines, periódicos y televisión. La Organización Mundial de la Salud estima que la mitad de los hombres de Bangladesh y una quinta parte de las mujeres consume esta droga en alguna de sus formas (fumada, mascada...).

En **Bulgaria**, actualmente está vetado el consumo de tabaco en los hospitales, escuelas, museos, centros de día y teatros. Los conductores de autobús o taxi no pueden fumar mientras trabajan y las oficinas deben tener salas de fumadores. La normativa en este país, candidato a formar parte de la Unión Europea, se endurecerá el 1° de julio, fecha en la que los bares y restaurantes deberán tener áreas libres de humos y una ventilación adecuada.

Bután, el 17 de diciembre de 2004 este pequeño reino, vecino de la India, se hizo un hueco en el libro de la fama al convertirse en el primer país del mundo en prohibir totalmente la venta de tabaco y la posibilidad de fumar en público. Parece que los ciudadanos de Bután sólo podrán fumar en sus hogares y si desean importar tabaco deberán pagar un impuesto del 100%.

Canadá, tiene una de las tasas de tabaquismo más bajas del mundo, en 2002 fumaba un 21% de los canadienses mayores de 15 años y posee restricciones en los lugares de trabajo y en la mayoría de los sitios públicos. En el año 2001 implantó avisos acompañados de imágenes en los paquetes, ocupando el 50% de las caras delantera y trasera. Fue uno de los pioneros y su caso sirve de ejemplo para el resto. Hoy en día se utilizan 16 mensajes diferentes, con imágenes en color. En la actualidad, tres provincias y dos territorios de Canadá son completamente libres de humos.

En **Corea del Sur**, en abril de 2005 los miembros del Ministerio de Salud prometieron no volver a fumar y el ministro ha inaugurado una clínica que ofrece tratamiento de forma gratuita, con un 62% de fumadores hombres, este país tiene la tasa más alta de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. Además, está en posesión del mayor número de tiendas minoristas de cigarrillos del mundo: una por cada 319 personas. El Gobierno firmó el Convenio Marco de la OMS contra el tabaco y prohibirá totalmente la venta de cigarrillos, como ya hiciese el reino de Bután.

Cuba desde el 6 de febrero de 2005 no se puede fumar en los lugares públicos cerrados, incluyendo oficinas, teatros, autobuses, taxis, trenes, escuelas, zonas de manipulación de alimentos y estadios deportivos. Además, está prohibida la venta de tabaco a menores de 16 años.

En **Chile** la Comisión de Salud del Senado chileno ha acordado aprobar una norma que prohíbe totalmente la publicidad del tabaco. La decisión incluye la obligatoriedad de que los paquetes de cigarrillos ocupen un 40% de su superficie en advertir sobre la relación entre el tabaquismo y el cáncer y de un 30% para los establecimientos que vendan la sustancia. Además, se prohibirá su venta en las zonas en las que exista cualquier establecimiento educativo para menores de 18 años.

China a finales de noviembre de 2004 bloqueó las nuevas inversiones extranjeras en el mayor mercado de tabaco del mundo, alegando la existencia de una saturación comercial. Este país, que vende 1,8 billones de cigarrillos al año, sí permite que otros países cooperen en la mejora de la tecnología y la importación de hoja de tabaco, papel de cigarrillos y otros materiales. Como contrapunto, el mayor museo de tabaco del mundo está situado en Shangai.

En **Estados Unidos**, en julio de 1998 California se convertía en el primer estado libre de humos y ahora posee una de las legislaciones antitabaco más estrictas y costosas del mundo que impide fumar hasta en las prisiones. Está prohibido fumar en restaurantes, bares, sitios cerrados y, en general, en el interior de los locales. Tampoco está permitido en las playas y en la calle los fumadores pueden encenderse un cigarrillo sólo si se encuentran, como mínimo, a seis metros de distancia de un cualquier edificio público. Además, desde enero de 2005, está vetado el consumo en los parques de San Francisco.

En Nueva York está prohibido fumar en los bares, clubes y restaurantes desde marzo de 2003 y el impuesto sobre los cigarrillos ha aumentado notablemente. Todas estas iniciativas han influido en el consumo entre adultos que ha disminuido un 11% entre 2002 y 2003, según “European Network for Smoking Prevention” (ENSP).

Junto con California y Nueva York, Delaware, Connecticut, Maine, Massachussets y Rhode Island, entre otros, también son estados “sin humos”.

En la **India** las medidas que se llevan a cabo son la prohibición del consumo de tabaco en las películas nacionales, la restricción a la venta a menores y cerca de los centros de educación; se impide fumar en los lugares públicos; se establece la necesidad de que las cajetillas indiquen su contenido de nicotina e incluyan avisos sobre los efectos saludables; y prohíbe toda la publicidad, excepto la realizada en las tiendas.

Irán desde octubre de 2003 no permite fumar en los lugares públicos ni se puede contemplar o escuchar ningún anuncio relacionado con esta sustancia. También está prohibido fumar en edificios religiosos y administrativos, hoteles, restaurantes, aeropuertos, cines y centros deportivos.

Kenia ratificó en el 2004 el Convenio Marco de la OMS contra el tabaco declarando su intención de prohibir el consumo en los espacios públicos, incrementar los impuestos sobre este producto y limitar el acceso de los jóvenes a este producto así como la publicidad de la misma.

Noruega se convirtió el 1° de junio de 2004 en la segunda nación de Europa en prohibir el tabaco en bares y restaurantes, siguiendo el ejemplo de Irlanda. No permite el hábito tabáquico en los lugares de trabajo y desde hace 30 años la publicidad de esta sustancia está prohibida.

Nueva Zelanda desde el 10 de diciembre de 2004 prohibió el consumo de tabaco en los lugares públicos.

Rusia: Recientemente el parlamento ruso ha aprobado la prohibición de fumar en los lugares y en los transportes públicos, así como en trabajo. Esta medida veta, además, la venta de tabaco en los centros de salud, deportes y culturales, y cerca de las escuelas. Rusia es la cuarta nación del mundo en fumadores, según la OMS, ya que casi el 60% de los hombres mayores de 15 años fuma.

En **Singapur** la publicidad de tabaco está censurada desde la década de los 70. Actualmente, no se puede fumar en el transporte público, los ascensores, teatros, oficinas gubernamentales, restaurantes con aire acondicionado, centros comerciales y colas de más de dos personas. A partir de octubre de este año quedará prohibido el consumo en las paradas de autobús, baños públicos, piscinas, estadios y clubes comunitarios. En poco tiempo esta limitación podría extenderse a los “pubs”, bares, “coffee shops” y mercados.

En **Tanzania** está prohibido fumar en los espacios públicos desde julio de 2003 y se han establecido zonas libres de humos en el transporte público, escuelas y hospitales. No está permitida la venta a menores de 18 años y tampoco la publicidad en radio, televisión y prensa.

Unión Serbia-Montenegro. Desde agosto de 2004 está vetado el consumo en lugares públicos y desde el 2005 se prohibirá también la publicidad y la posibilidad de que aparezcan personas fumando en la televisión.

En **Vietnam**, la publicidad de tabaco está prohibida en todo el país. La ley impide el patrocinio de cualquier tipo de eventos y no permite que los anuncios muestren la marca, el logotipo o cualquier clase de símbolo que facilite su identificación. También está contemplado que las tabaquerías no puedan distribuir información sobre sus productos en tiendas de más de medio metro cuadrado.

España en el año 2006 traerá consigo la prohibición del consumo de tabaco en los lugares de trabajo, además de en los restaurantes, bares y cafeterías cerrados que no tengan zonas para fumadores. A pesar de las 50.000 personas que fallecen en España cada año a causa del tabaco, es uno de los países más permisivos de la Unión Europea y, por ello, el Gobierno también ha planteado establecer la edad mínima de 18 años para comprar y limitar la publicidad de esta sustancia. Además, desde 2005 no se puede fumar en los trenes con recorrido inferior a cinco horas. Estas y otras muchas iniciativas han incidido, entre otras cosas, en que la venta de tabaco se haya visto reducida por primera vez en España.

En **Alemania** los mandatarios han preparado un proyecto de ley con el que pretenden censurar la publicidad de tabaco y el patrocinio, una decisión similar a la de la Unión Europea, que planea prohibir todos los anuncios impresos y radiofónicos y el patrocinio de deportes. Además, siguiendo la petición realizada por varios investigadores alemanes, la ministra de Protección del Consumidor y Agricultura ha pedido a los países de la Unión Europea (UE) que se sumen a su iniciativa de prohibir los aditivos potencialmente cancerígenos que las tabacaleras mezclan en sus productos para aumentar la adicción.

En **Austria** en 2004 la ministra de salud anunció una serie de medidas para limitar el uso de cigarrillos en los lugares públicos.

En **Bélgica** desde el 30 de septiembre de 2003 es obligatorio incluir mensajes sobre los riesgos de los cigarrillos en los paquetes belgas. Deben cubrir un 55% de la parte delantera y trasera, un requisito que los convierte en los más grandes del mundo. A partir de 2007, el Ministerio de Sanidad belga planea prohibir el consumo de esta droga en los lugares de trabajo y en todos los restaurantes. Estos últimos pueden tener salas para fumadores pero no servir comida en ellas.

Finlandia en la década de los 70, y a partir de la implantación del “Acta del Tabaco”, prohibió el consumo de tabaco en los lugares públicos así como la publicidad de esta sustancia. Hoy en día, los finlandeses son de los que menos fuman de la Unión Europea y se ha observado una reducción de las enfermedades ligadas al tabaco, entre ellas el cáncer de pulmón.

Irlanda fue el primer país europeo en prohibir totalmente el consumo de tabaco en los espacios públicos. Lo hizo el 29 marzo de 2004 y desde

esa fecha los irlandeses tampoco pueden fumar en ningún lugar de trabajo. Esta droga no está permitida en “pubs”, restaurantes, oficinas estatales y organismos públicos, centros educativos, supermercados, medios de transporte público y sus estaciones, centros médicos, cines, teatros y museos públicos, peluquerías, polideportivos cubiertos. Además, los bares y restaurantes no tienen zonas de fumadores y algunos tienen un espacio para ellos en el exterior del local. Sólo están exentos de prohibición las prisiones y centros de detención policial, hospitales psiquiátricos y hospicios, zonas residenciales con instituciones educativas universitarias y conventos de órdenes religiosas, además de las habitaciones de hoteles y pensiones.

En **Italia** a partir del 10 de enero, los italianos ya no pueden encender un cigarrillo en locales públicos, restaurantes, bares, oficinas, discotecas y “pubs” que no tengan zonas destinadas para tal efecto. Los dueños de los locales podrán ser sancionados con multas de hasta 2.200 euros si no avisan a la policía cuando un cliente fume en las instalaciones. El objetivo principal del gobierno italiano pasa por prohibir este hábito en todos los lugares menos en las casas.

En los **Países Bajos** desde enero de 2004 los cigarrillos no están permitidos en los trenes ni en las estaciones, los cuartos de baño, las oficinas y otros lugares públicos.

En **Polonia** en 1998 el parlamento polaco estableció que los avisos sobre los riesgos para la salud debían ocupar un 30% de las caras de los paquetes. En aquel momento esta fue la dimensión más grande del mundo y, tres años después, marcó el tamaño establecido por la Unión Europea.

En **Portugal** el Ministerio de Salud, propuso en noviembre de 2004 una prohibición en varios lugares públicos. La medida, que de aprobarse se pondría en marcha en 2005, censuraría el consumo en lugares de trabajo, hospitales, restaurantes, bares, residencias de Tercera Edad y medios de transporte públicos.

Escocia se ha convertido en el primer país de Reino Unido en seguir los pasos de Irlanda. El parlamento escocés ha aceptado la propuesta de prohibir el consumo en bares, “pubs”, restaurantes y la mayoría de los lugares de trabajo. La normativa, cuya entrada en vigor está prevista para marzo de 2006, hará excepciones en algunos espacios por motivos ‘humanitarios’, como es el caso de las prisiones o los hospicios.

Inglaterra y Gales apoyan esta normativa aunque, de momento, no se han decidido a implantarla. Sin embargo, Irlanda del Norte todavía no ha hablado de prohibición general.

La publicidad de tabaco y cigarrillos es otro de los objetivos de los mandatarios británicos. Desde el 21 de diciembre de 2004 esta tiene restringido el espacio destinado en las tiendas, “pubs” y clubes. Estos anuncios no pueden ocupar más que una página A5 y en un tercio de este espacio deben incluirse mensajes sobre los riesgos del consumo.

Suecia fue el primer país en introducir mensajes en los paquetes de tabaco. El 1º de junio de 2005 se convirtió en el cuarto país de la UE en prohibir los cigarrillos en los lugares públicos (bares, restaurantes y lugares de trabajo); una normativa que ha impulsado las ventas de “snus”, un tipo de tabaco no fumado que utiliza el 10% de la población.

El primero en establecer una restricción al tabaco fue Finlandia, en donde se prohibió el consumo de cigarrillos y derivados del tabaco en lugares públicos y, en la década de los 70, prohibió la publicidad. Actualmente países como Irlanda, Singapur, Estados Unidos, España y Bután han seguido esta línea.

En **Canadá**, los avisos e imágenes relativas a las consecuencias de fumar deben ocupar el 50% de las caras de las cajetillas desde 2001. Posteriormente restringió el consumo en los lugares de trabajo y zonas públicas.

Colombia y Paraguay son los únicos países de Latinoamérica donde no existe una restricción para el consumo a los menores de 18 años.

En algunos estados en Estados Unidos, como California no se puede fumar en restaurantes, bares y sitios cerrados. Tampoco se puede hacer en las playas y aquellas personas que deseen encender un cigarrillo deben estar, a los menos, a seis metros de distancia de cualquier edificio público.

Bután, en Asia, fue el primer país que prohibió totalmente la venta de tabaco y la posibilidad de fumar en público. Así, la persona que quiere importar tabaco debe pagar un impuesto del 100%.

Por su parte, **China** en noviembre de 2004 bloqueó las nuevas inversiones extranjeras por saturación comercial. Es el mayor productor de tabaco en el mundo, alcanzando ventas por 1,8 billones de cigarrillos al año.

Noruega desde mediados de 2004, vetó el tabaco en bares, restaurantes y lugares de trabajo. Además restringió la publicidad en los años 70. En este país un paquete de cigarrillos cuesta 70 kroner (\$ 6.194 pesos aproximadamente).

Estos ejemplos demuestran lo atrasado que se encuentra Colombia en este tema.

Los resultados de estas medidas saltan a la vista. En Canadá y Estados Unidos se ha evidenciado una disminución entre el 4 y 10% en el consumo, gracias a la restricción para fumar en lugares públicos y de trabajo; la prohibición del total de la publicidad puede disminuir el consumo en un 2.5%. Los lugares de trabajo libres de humo tienen costos menores de mantenimiento y de seguros (de salud y de incendio, por ejemplo). Sus trabajadores son más productivos. Los fumadores y los no fumadores expuestos al humo de tabaco enferman más frecuentemente que los no fumadores no expuestos al humo de tabaco. Además los ambientes libres de humo ayudan a los fumadores a dejar de fumar.

El efecto de la prohibición de fumar en bares y restaurantes ha sido estudiado en cientos de comunidades. Los registros de ventas muestran que las ventas aumentan o se mantienen igual en los bares y restaurantes libres de humo, en comparación con aquellos lugares donde todavía se permite fumar.

En los países donde los mensajes sanitarios impresos en las cajetillas son grandes y usan imágenes, estos han hecho que muchos fumadores intenten dejar de fumar. Los fumadores dicen que la información es importante y que les advierte sobre los daños del tabaquismo.

Por cada 10% de aumento en el precio real de los productos de tabaco, el consumo disminuirá alrededor de un 8% en los países de medianos ingresos. La disminución será mayor entre los jóvenes y los menos favorecidos, que son los grupos que las políticas gubernamentales buscan beneficiar y que son los que menos pueden afrontar la carga generada por las enfermedades causadas por el tabaco.

Sobre el tema del tabaquismo y la producción de cigarrillos, también es cierto que la industria tabacalera no está en camino de esfumarse, ni mucho menos. En efecto, sólo Protabaco en Colombia fomenta la siembra de 9.000 hectáreas en 5.800 contratos que favorecen a unas 7.000 familias campesinas y paga \$31.000 millones a la industria editorial por la fabricación de sus cajetillas y empaques.

Pero esto no puede ser una excusa para no regular este mercado, ni mucho menos un argumento para no hacerlo. Varios países han estudiado el potencial impacto económico de la eliminación completa del uso y la producción del tabaco. La evidencia muestra que, con la excepción de las economías que dependen casi completamente del tabaco, como Zimbabue y Malawi, la eliminación del tabaco no afectaría la economía, o la afectaría positivamente. Esto es porque el uso del tabaco tiene muchos costos externos (costos que no son soportados por los fumadores ni por los fabricantes del tabaco). Cuando la gente ya no gaste su dinero en tabaco, lo gastará en otras cosas, generalmente mucho menos dañinas para la salud y la economía. Este gasto alternativo estimulará, a su vez, otros sectores económicos.

Estudios de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) han demostrado que aun con un consumo per cápita mundial del tabaco decreciente, la población actual y las tendencias del consumo de tabaco indican que el número total de fumadores aumentará de 1,1 mil millones en 1999 a más de 1,6 mil millones en 2025. Entonces, incluso con las más duras medidas de control posible, llevará generaciones reducir el uso del tabaco hasta el punto en que los cultivadores se queden sin trabajo. El tabaco es adictivo y ha sido parte de la sociedad desde hace décadas. No va a desaparecer de un día para el otro. En ese lapso los

gobiernos tendrán la oportunidad de apoyar a los cultivadores en su transición hacia medios de vida alternativos.

Proposición

Por todas las consideraciones anteriores, solicitamos a los integrantes de la Plenaria de la Cámara de Representantes **aprobar** en segundo debate el Proyecto de ley 235 de 2004 Cámara, **por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo**, con el pliego de modificaciones y el texto definitivo para segundo debate adjuntos.

De los honorables Representantes a la Cámara,

Miguel Jesús Arenas Prada, Representante a la Cámara por el departamento de Santander, *Carlos Ignacio Cuervo Valencia*, Representante a la Cámara por el departamento de Antioquia, *Manuel Berrío Torres*, Representante a la Cámara por el departamento de Bolívar, Ponentes Coordinadores; *Araminta Moreno Gutiérrez*, *José Gonzalo Gutiérrez*, Representantes a la Cámara Circunscripción Electoral-Bogotá, *Miguel Angel Durán Gelvis*, Representante a la Cámara por el departamento del Cesar; *Edgar Fandiño Cantillo*, *Elías Raad Hernández*, Representantes a la Cámara por el departamento de Bolívar; *Pedro Antonio Jiménez Salazar*, *César Augusto Andrade Moreno*, Representantes a la Cámara por el departamento de Antioquia; *Jairo Díaz Contreras*, *Carlos A. Celis Gutiérrez*, Representantes a la Cámara por el departamento de Norte de Santander, Ponentes.

COMISION SEPTIMA CONSTITUCIONAL PERMANENTE

Bogotá, D. C., a los veintiocho (28) días del mes de septiembre de 2005, se autoriza la publicación en la **Gaceta del Congreso** de la República de la presente ponencia para segundo debate, del pliego de modificaciones, del texto propuesto para segundo debate y del texto aprobado en primer debate.

El Presidente,

Miguel Angel Durán Gelvis.

El Vicepresidente,

Manuel de Jesús Berrío Torres.

El Secretario General,

Rigo Armando Rosero Alvear.

PLIEGO DE MODIFICACIONES PARA SEGUNDO DEBATE AL PROYECTO DE LEY NUMERO 235 DE 2004 CAMARA

por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.

I. artículo 1°. Definiciones

– **En el literal d)** se adicionan las palabras: **distribuidores mayoristas e importadores de productos de tabaco**. Para no dejar por fuera a ningún elemento de la cadena del tabaco, que no incluye únicamente a los fabricantes. El literal quedará así:

d) Industria tabacalera: *Entiéndase por esta a los fabricantes, distribuidores mayoristas e importadores de productos de tabaco.*

– **En el literal i)** se adiciona los siguientes elementos así: **“El aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocible, u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a los (o identificables con aquellos) utilizados para cualquier marca de producto de tabaco”**. Esto con el fin de evitar dejar cabida a referencias o alusiones indirectas al producto de tabaco. El literal quedará así:

i) Elemento de la marca: *Incluye la marca de fábrica, la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocible, u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a los (o identificables con aquellos) utilizados para cualquier marca de producto de tabaco”*.

II. artículo 5°. Reglamentación contra la exposición al humo de los productos de tabaco.

– Se cambia la expresión “**Nadie fumará**” por “**Se prohíbe fumar ...**”.

– Se agregan las palabras **edificios públicos** en la primera frase. Además se adiciona un párrafo aclaratorio:

Exceptuando las instituciones educativas, de primaria y secundaria, las instituciones de salud y los locales donde se cuidan niños; la restricción no aplicará en el caso de que los lugares que se mencionarán a continuación tengan sitios específicos, sean estos abiertos o cerrados con la suficiente ventilación, destinados como zonas de fumadores.

– En el literal a) se incluye la expresión: **Públicos o privados, particularmente en las áreas comunes como.**

– En el literal b) se elimina la frase **excepto en las áreas abiertas destinadas para tal fin;**

– En el literal f) se agrega la expresión **público colectivo o individual.** Y la frase **En el caso del transporte para uso privado, la restricción aplica para los conductores de los mismos;**

– En el literal j) se adiciona la palabra **cafetería;**

– Se adicionan tres (3) literales que quedarán como literales g), k) y l), con el fin de no excluir algunos sitios que actualmente restringen, por medio de normativas internas el consumo de cigarrillo. Además para evitar que el deporte siga siendo utilizado como nicho de fumadores:

– **g) terminales de transporte público, sean estos marítimos, fluviales, aéreos o terrestres, excepto en zonas abiertas destinadas para tal fin;**

– **k) estadios deportivos y auditorios públicos;**

– **l) locales comerciales, centros comerciales y locales semejantes.**

El artículo 5°. Quedará así:

Artículo 5°. Reglamentación contra la exposición al humo de los productos de tabaco. Se prohíbe fumar productos de tabaco en áreas y edificios públicos, en lugares de trabajo abiertos al público, así como en áreas cerradas interiores. Exceptuando las instituciones educativas, de primaria y secundaria, las instituciones de salud y los locales donde se cuidan niños; la restricción no aplicará en el caso de que los lugares que se mencionarán a continuación tengan sitios específicos, sean estos abiertos o cerrados con la suficiente ventilación, destinados como zonas de fumadores.

Para los fines de esta ley, los lugares de trabajo abiertos al público y los lugares públicos, incluyen, entre otros, los siguientes espacios:

a) Las oficinas y los edificios para oficinas públicos o privados, particularmente en las áreas comunes como corredores, salones, áreas para comer, áreas de recepción, ascensores, escaleras mecánicas, vestíbulos, escaleras, áreas de servicios y esparcimiento y la lavandería;

b) Las fábricas;

c) Las instituciones de salud;

d) Las instituciones educativas de preescolar, primaria y secundaria (teniendo en cuenta que la mayoría de los estudiantes de educación superior son mayores de edad y tienen áreas abiertas destinadas para fumar y prohibiciones);

e) Cualquier local donde se cuidan niños;

f) Cualquier medio de transporte público colectivo o individual. En el caso del transporte para uso privado, la restricción aplica para los conductores de los mismos;

g) Las terminales de transporte público, sean estos marítimos, fluviales, aéreos o terrestres;

h) Los cines y teatros;

i) Las salas de concierto;

j) Los bares, restaurantes, cafeterías y discotecas;

k) Los estadios deportivos y auditorios públicos;

l) Los locales comerciales, centros comerciales y locales semejantes;

m) En las instalaciones privadas tendrán que existir avisos que sugieran no fumar.

III. Artículo 6°. Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco

– En el literal c) se cambia la cifra **100%** por **70%**, y la palabra **lateral** por **frontal**, así:

...Estas advertencias serán aprobadas por el Ministerio de la Protección Social, grandes, claras, visibles y legibles, y deberán ocupar **el 70%** de una cara **frontal** de la cajetilla y del cartón.

– Se agrega un nuevo literal del siguiente tenor:

f) No se emplearán en la promoción ni en las etiquetas de productos de tabaco términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros, por ejemplo expresiones tales como “con bajo contenido de alquitrán”, “ligeros”, “ultra ligeros” o “suaves”.

El artículo 6° quedará así:

Artículo 6°. Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. Los paquetes y etiquetas de los productos de tabaco deberán cumplir con las siguientes especificaciones:

a) No se podrá promocionar ni usar etiquetas en un producto de tabaco de manera engañosa o que pueda inducir a error con respecto a sus propiedades intelectuales o marcarias, toxicidad, composición, peligrosidad, características, efectos para la salud, riesgos o emisiones;

b) No se emplearán en la promoción ni en las etiquetas de productos de tabaco términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros;

c) Ninguna persona natural o jurídica de hecho o de derecho, fabricará, venderá, expondrá, ni importará un producto de tabaco, a menos que el paquete que lo contiene muestre en la forma y la manera prescritas la información acerca del producto y sus emisiones, sobre los riesgos para la salud y los efectos sobre esta que surgen del uso del producto o de la exposición a sus emisiones. Estas advertencias serán aprobadas por el Ministerio de la Protección Social, grandes, claras, visibles y legibles, y deberán ocupar **el 70%** de una cara **frontal** de la cajetilla y del cartón;

d) Ningún requisito que surja de este artículo y sus literales libera a un fabricante o minorista de otras obligaciones o responsabilidades administrativas, civiles o penales, que se deriven de otras normas legales aplicables para advertir a los consumidores sobre los riesgos de consumir productos de tabaco;

e) Además de las advertencias sanitarias, todos los paquetes de los productos de tabaco deben decir “que se prohíbe la venta a menores de edad.”

f) No se emplearán en la promoción ni en las etiquetas de productos de tabaco términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros, por ejemplo expresiones tales como “con bajo contenido de alquitrán”, “ligeros”, “ultra ligeros” o “suaves”;

IV. En el Título III del texto aprobado en Comisión, se adiciona un artículo que quedará como artículo 7°. Dicho artículo pretende hacer más fuertes y estrictas las posibilidades de que los menores tengan fácil acceso a los productos de tabaco, preservando la salud de los menores y de los no fumadores. El citado artículo guarda estricta relación de identidad y consecutividad con el texto aprobado en primer debate, haciendo el proyecto más comprensivo, lógico y jurídico. Este artículo desarrolla y amplía el texto del proyecto articulado, haciéndolo más completo con las necesidades y el espíritu del proyecto de ley. El texto es el siguiente:

“Artículo 7°. Precio salud. Con el objeto de preservar la salud de los consumidores y de evitar el acceso de los menores al consumo de

cigarrillos se establece un precio mínimo para la venta de cigarrillos al público denominado, para estos efectos, precio -salud. El precio salud rige tanto para la venta de cigarrillos fabricados en la República de Colombia, los cigarrillos importados, como así también para las acciones promocionales llevadas a cabo por las empresas manufactureras locales o importadoras.

A fin de mantener la realidad existente en el mercado se establecerán dos niveles para el precio salud. El primer nivel será exclusivamente para cigarrillos que contengan como mínimo un 90% de tabaco negro, y el mismo será establecido en \$800 (ochocientos pesos moneda corriente). El segundo nivel se establecerá en \$1000 (mil pesos moneda corriente) y se aplicará a todos los cigarrillos que no puedan encuadrarse en la clasificación anterior.

A fin de mantener actualizado este Precio salud ante fluctuaciones en los precios de los cigarrillos en el mercado, el mismo será ajustado semestralmente considerando la evolución del índice de precios al consumidor publicado por el DANE.

Por consiguiente debe procederse así:

• El Ministerio de Hacienda y Crédito Público determinará el coeficiente de actualización a través del cual efectuará el ajuste del precio salud dos veces al año dentro de los primeros quince días de los meses de febrero y agosto de cada año y comunicará los precios-salud ajustados al Ministerio de la Protección Social, el cual hará publicar en el *Diario Oficial* los nuevos precios-salud, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su determinación.

El precio salud de los cigarrillos estará referido a las cajetillas de veinte (20) unidades. Para el caso de los paquetes que no contengan dicha cantidad se efectuará en proporción a la cantidad de cigarrillos que contenga cada cajetilla”.

V. A partir de este artículo 7° la numeración se corre consecutivamente

VI. Artículo 7° (queda como 8°).

– En el literal b) se cambia la palabra *casos* por *medios*, así:

...en ambos *medios* se agregara como mensaje “el tabaco es nocivo para la salud y prohibida la venta a menores de edad”;

– En el literal c) se agrega la palabra *alrededor* así:

...Dentro de 100 metros *alrededor* de cualquier colegio o institución a que concurren predominantemente menores de edad.

– Se agregan 3 literales de la siguiente manera:

e) Mediante medios de promoción que puedan ser vistos en espacios exteriores;

f) En caso que se utilice cualquier elemento que no sea un producto de tabaco usando cualquier elemento que no sea un producto de tabaco, o un establecimiento físico o vehículo de cualquier clase, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco, estos no podrán distribuirse o circular (en el caso de los vehículos) en cercanías de instituciones educativas de primaria, secundaria o superiores;

g) Utilizando cualquier evento deportivo, musical, artístico, social o cultural, o la participación de un equipo en cualquier competición, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco.

El artículo 8° quedará así

Artículo 8°. *No se podrá promocionar ni publicitar productos de tabaco o elementos de su marca en ninguno de los siguientes casos:*

a) *Cuando se haga de manera tal que le permita a un consumidor o comprador de productos de tabaco engañarse o ser engañado sobre su carácter, propiedades, toxicidad, composición, valor o seguridad;*

b) *En anuncios publicitarios que promuevan los productos de tabaco en la televisión en horarios o franjas familiares, y en la radio en programas infantiles o dirigidos a menores de edad, en ambos *medios* se agregará como mensaje “el tabaco es nocivo para la salud y prohibida la venta a menores de edad”;*

c) *Dentro de 100 metros *alrededor* de cualquier colegio o institución a que concurren predominantemente menores de edad;*

d) *Mediante medios de promoción ubicados en paraderos y estaciones de transporte público;*

e) *Mediante medios de promoción que puedan ser vistos en espacios exteriores;*

f) *En caso que se utilice cualquier elemento que no sea un producto de tabaco, o un establecimiento físico o vehículo de cualquier clase, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco, estos no podrán distribuirse o circular (en el caso de los vehículos) en cercanías de instituciones educativas de primaria, secundaria o superiores;*

g) *Utilizando cualquier evento deportivo, musical, artístico, social o cultural, o la participación de un equipo en cualquier competición, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco.*

VII. TITULO V. Artículo 8° (queda como 9°).

– Se adiciona la frase, ... **No será impedimento para el cumplimiento de la cláusula antedicha que la persona parezca tener la edad citada o más.**

El artículo 9° quedará así:

Artículo 9°. *Ninguna persona venderá ni ofrecerá venderle productos de tabaco a una persona que sea menor de dieciocho (18) años de edad. No será impedimento para el cumplimiento de la cláusula antedicha que la persona parezca tener la edad citada o más.*

VIII. artículo 10 (queda como 11).

– En el literal b) se agrega la siguiente expresión: ... **y de educación superior formal y no formal.**

– En el literal c) se agrega la expresión: **Los establecimientos que tienen una clientela joven significativa, incluidos...**

El artículo 11 quedará así:

Artículo 11. *En ningún caso la reglamentación hecha bajo esta ley permitirá que persona alguna venda u ofrezca vender productos de tabaco en los siguientes lugares:*

a) *Las instituciones de salud;*

b) *Las instituciones educativas de primarias, secundaria, preescolar y de educación superior formal y no formal;*

c) **Los establecimientos que tienen una clientela joven significativa, incluidos parques de diversión, cines y estadios de deporte.**

IX. artículo 11 (queda como 12).

– Se cambia la expresión **“Ninguna persona podrá vender”** por **“Se prohíbe la venta al detal de...”**.

– Se adiciona la expresión: **“...Igualmente no se podrán colocar letreros que puedan ser vistos desde el exterior, indicando que se tienen productos de tabaco disponibles para la venta,** para ser consecuentes con las restricciones a la publicidad exterior. El artículo quedará así:

Artículo 12. Ninguna persona podrá vender productos de tabaco al detal, a menos de que en el lugar de venta se coloquen letreros que lleven advertencias sanitarias de conformidad con lo dispuesto en esta ley. **Igualmente no se podrán colocar letreros que puedan ser vistos desde el exterior, indicando que se tienen productos de tabaco disponibles para la venta.**

x) **Se adiciona un nuevo artículo, queda como 13:**

Artículo 13. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender un producto de tabaco sirviéndose de un mecanismo de exhibición del producto que le permita al cliente manipular el producto de tabaco antes de pagarlo.

XI. El artículo 13 queda como 14. Se cambia la palabra “distribuidor” por **dispensador** para ser consecuentes por lo plateado en el artículo 1°. Sobre definiciones. El artículo quedará así:

Artículo 14. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender productos de tabaco a través de un **dispensador automático.**

XII. Se adiciona un nuevo artículo:

Artículo 15. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender productos de tabaco al por menor, a menos de que en el lugar de venta se coloquen letreros que lleven advertencias sanitarias y otra información, de conformidad con lo dispuesto en esta ley.

XIII. artículo 16 Para mejorar la redacción se adiciona la expresión **se podrán.** El artículo quedará así:

Artículo 16. En ningún lugar o local donde se venden al detal productos de tabaco o productos relacionados con el tabaco, **se podrán** mostrar letreros con respecto a la edad legal para adquirir el tabaco o los productos relacionados con el tabaco.

XIV. Se agrega un nuevo artículo que establece las funciones de vigilancia y control para evitar violaciones a la norma. El artículo quedará así:

Artículo 18. Serán funciones del ente de vigilancia y control:

1. Examinar, abrir y analizar todos los equipos, herramientas, materiales, paquetes o cualquier otra cosa que el funcionario acreditado considere que se usa o puede ser usado para la fabricación, el empaquetado, el etiquetado, el almacenamiento, la distribución, la publicidad o la promoción de productos de tabaco.

2. Examinar y hacer copias de todos los libros, documentos, notas, archivos, incluidos los archivos electrónicos, o cualquier otro registro que el funcionario acreditado considere que puede contener información pertinente para determinar el cumplimiento de las exigencias reglamentarias.

3. Entrevistar a cualquier concesionario autorizado u otra persona que participe en la fabricación, la importación, la exportación, el transporte, el empaquetado, la comercialización o la distribución de los productos de tabaco, cualquier dueño del local, o cualquier persona que use el local y sus empleados, así como a los agentes, contratistas y trabajadores, todos los cuales estarán obligados a cooperar plenamente y de buena fe con cualquier inspección o investigación.

4. Tomar muestras de los productos de tabaco o los componentes de estos productos dondequiera que se encuentren y someterlos a análisis; y embargar, retener, u ordenar el almacenamiento, sin remoción o alteración, de cualquier producto de tabaco que el funcionario acreditado considere legítimamente que no cumple con las exigencias reglamentarias, previo aviso por escrito del embargo y la retención, así como de los fundamentos para hacerlo, al concesionario autorizado o dueño de los productos de tabaco, o si este no está disponible, a cualquier otra persona que esté en el local donde se encuentran los productos de tabaco. Si se determina que cualquier producto de tabaco embargado y retenido satisface las exigencias reglamentarias, este será devuelto de inmediato al local de donde se embargó. Si se determina que cualquier producto de tabaco no satisface las exigencias reglamentarias, este puede ser confiscado y destruido o sujeto a otra disposición, según lo decida el Ministerio de la Protección Social.

XV. Se agrega un nuevo artículo, que especifica y restringe las funciones de vigilancia y control. El artículo quedará así:

Artículo 19. El representante del Ministerio de la Protección Social no podrá entrar en una residencia privada, excepto bajo el consentimiento del ocupante o con la autoridad de una orden extendida en conformidad con la legislación vigente.

XVI. Se agrega un nuevo artículo, así:

Artículo 20. Ninguna persona obstaculizará, en manera alguna, a un inspector o analista en el ejercicio de sus funciones, ni lo inducirá a error mediante encubrimiento o afirmaciones falsas, ni se negará a proporcionarle información o documento a los cuales les da derecho esta ley, ni destruirá tal información o documento. En caso de presentarse la obstaculización, el representante del ministerio pondrá en conocimiento a la autoridad competente para que inicie las investigaciones a que haya lugar

XVII. Se agrega un nuevo artículo, así:

Artículo 21. Durante una inspección hecha bajo los preceptos de esta ley, un inspector puede embargar cualquier producto de tabaco u otra cosa por medio de los cuales o en relación con los cuales el inspector considera con legítimo fundamento que se ha contravenido esta ley.

XVIII. Se adiciona un artículo nuevo, el cual insta al Gobierno Nacional a desarrollar las campañas necesarias para prevenir el uso de productos de tabaco y los daños para la salud., el cual quedará así:

“**Artículo 28.** El Gobierno Nacional adelantará las campañas necesarias para prevenir el consumo de cigarrillos”.

De los honorables Representantes a la Cámara:

Miguel Jesús Arenas Prada, Representante a la Cámara por el departamento de Santander; Carlos Ignacio Cuervo Valencia, Representante a la Cámara por el departamento de Antioquia, Manuel Berrío Torres, Representante a la Cámara por el departamento de Bolívar, Ponentes Coordinadores; Araminta Moreno Gutiérrez, José Gonzalo Gutiérrez, Representantes a la Cámara Circunscripción Electoral-Bogotá, Miguel Angel Durán Gelvis, Representante a la Cámara por el departamento del César; Edgar Fandiño Cantillo, Elías Raad Hernández, Representantes a la Cámara por el departamento de Bolívar; Pedro Antonio Jiménez Salazar, César Augusto Andrade Moreno, Representantes a la Cámara por el departamento de Antioquia; Jairo Díaz Contreras, Carlos A. Celis Gutiérrez, Representantes a la Cámara por el departamento de Norte de Santander, Ponentes.

**TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE
AL PROYECTO DE LEY NUMERO 235 DE 2004 CAMARA**

por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

TITULO I

DEFINICIONES

Artículo 1°. **Definiciones.** Para los efectos de la presente ley se consideran las siguientes definiciones:

a) **Comercio de tabaco.** Es toda práctica relativa a la producción, envío, recepción, posesión, distribución, venta o compra, incluida toda práctica o conducta destinada a facilitar esa actividad;

b) **Publicidad y promoción de los productos del tabaco.** Por ellas se entienden toda forma de comunicación, o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco;

c) **Control del tabaquismo.** Comprende diversas estrategias de reducción de la oferta, la demanda y los daños con objeto de mejorar la salud de la población eliminando o reduciendo el consumo de productos de tabaco y la exposición al humo del mismo;

d) **Industria tabacalera.** Entiéndase por esta a los fabricantes, distribuidores mayoristas e importadores de productos de tabaco;

e) **Patrocinio del tabaco.** Se entiende por patrocinio, toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover, directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso del mismo;

f) **Fumador.** Persona que aspira y despide el humo o emisiones del tabaco;

g) **Fumador pasivo:** Persona no fumadora que aspira el humo del tabaco de los fumadores que le rodean;

h) **Atractivo.** Relativo a la capacidad de un producto de proporcionarle placer físico o psicológico, satisfacción u otra calidad positiva al consumidor;

i) **Elemento de la marca.** Incluye la marca de fábrica, la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocible u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares (o identificables con aquellos) a los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco;

j) **Carácter.** Se refiere a las cualidades distintivas de un producto de tabaco;

k) **Distribuir.** Significa vender, ofrecer la venta, exponer para la venta, dar, regalar, suministrar el intercambio, transmitir, consignar, entregar, proveer o transferir la posesión para fines comerciales u ofrecer hacerlo, ya sea a cambio de honorarios u otra compensación, o como una muestra, regalo, premio, o cualquier otra forma gratuita;

l) **Emisión.** Hace referencia a cualquier sustancia o combinación de sustancias que se produce como resultado de la combustión de un producto de tabaco;

m) **Fabricante.** Es toda persona, natural o jurídica, que transforma la hoja del tabaco hasta obtener un producto de este, comprende cualquier entidad que se asocia con el fabricante, incluida una entidad que controla o es controlada por el fabricante, o que es controlada por la misma entidad que controla al fabricante;

n) **Paquete.** Es el envase, el recipiente o la envoltura en que se vende o muestra un producto de tabaco en las tiendas al por menor, incluida la caja o cartón que contiene paquetes más pequeños;

ñ) **Promoción.** Es la práctica de fomentar la conciencia o las actitudes positivas acerca de un producto de tabaco, marca o fabricante para venderlo o alentar su consumo, mediante cualquier medio, incluidos el anuncio directo, los descuentos, los incentivos, los reembolsos, la distribución gratuita, la promoción de elementos de la marca mediante eventos y productos relacionados, a través de un medio de comunicación con el público.

o) **Producto de tabaco.** Comprende los cigarrillos, cigarros, tabacos, picadura y cualquier sustancia o bien manufacturado compuesto total o parcialmente de tabaco, lo cual incluye las hojas de tabaco y cualquier extracto de hojas de tabaco. También comprende los papeles, tubos y filtros de cigarrillo;

p) **Toxicidad.** Se refiere a todos los aspectos de la misma, es decir, sus características, calidad, grado relativo o específico de la toxicidad;

q) **Dispensador.** Es cualquier medio de distribución o venta de productos de tabaco que no es operado por un ser humano, excepto por aquél que obtiene o compra el producto;

r) **Menores de edad.** En el contexto de esta ley, indica a las personas menores de 18 años de edad;

s) **Comercializador de tabaco.** Entiéndase por este los distribuidores mayoristas e importadores del producto.

TITULO II

OBJETO Y DESTINATARIOS DE LA LEY

Artículo 2°. *Objeto.* La presente ley tiene por objeto proteger a las generaciones presentes y futuras contra las consecuencias sanitarias, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo, estableciendo un marco legal con medidas de control del tabaco, en concordancia con el literal c) del artículo 1° de esta ley.

Artículo 3°. *Destinatarios de la ley.* Son destinatarios de la presente ley las personas naturales o jurídicas que se hayan constituido como sociedad de hecho o de derecho, cuyo objeto social sea la producción y/o procesamiento de tabaco y sus derivados, sea esta pequeña, mediana o de gran escala; distribuidores mayoristas de tabaco y/o sus derivados; los importadores de tabaco y sus derivados, medios de comunicación; industria de la publicidad, y cualquier otra persona natural o jurídica que desarrolle actividades relacionadas o afines a las anteriormente mencionadas. Así mismo, son destinatarios de la presente ley las personas fumadoras y no fumadoras.

TITULO III

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCION DE LA DEMANDA DE TABACO

Artículo 4°. *Reglamentación de la divulgación de información sobre los productos de tabaco.* Cada fabricante e importador de un producto de tabaco proporcionará al Ministerio de la Protección Social la información acerca del producto y sus emisiones, incluidos los datos sobre la composición, los ingredientes y las propiedades peligrosas del producto

Artículo 5°. *Reglamentación contra la exposición al humo de los productos de tabaco.* Se prohíbe fumar tabaco en áreas y edificios públicos, en lugares de trabajo abiertos al público, así como en áreas cerradas interiores, incluyendo las instituciones educativas, de primaria y secundaria, las instituciones de salud y los locales donde se cuidan niños; la restricción no aplicará en el caso que los lugares que se mencionarán a continuación tengan sitios específicos, sean estos abiertos o cerrados con la suficiente ventilación, destinados como zonas de fumadores.

Para los fines de esta ley, los lugares de trabajo abiertos al público y los lugares públicos, incluyen, entre otros, los siguientes espacios:

a) Las oficinas y los edificios para oficinas públicos o privados, particularmente en las áreas comunes como: corredores, salones, áreas para comer, áreas de recepción, ascensores, escaleras mecánicas, vestíbulos, escaleras, áreas de servicios y esparcimiento y la lavandería;

b) Las fábricas;

c) Las instituciones de salud;

d) Las instituciones educativas de preescolar, primaria y secundaria (teniendo en cuenta que la mayoría de los estudiantes de educación superior son mayores de edad y tienen áreas abiertas destinadas para fumar y prohibiciones)

e) Cualquier local donde se cuidan niños;

f) Cualquier medio de transporte público colectivo o individual. En el caso del transporte para uso privado, la restricción aplica para los conductores de los mismos;

g) Las terminales de transporte público, sean estos marítimos, fluviales, aéreos o terrestres; excepto en zonas abiertas destinadas para tal fin;

h) Los cines y teatros;

i) Las salas de concierto;

j) Los bares, restaurantes, cafeterías y discotecas;

k) Los estadios deportivos y auditorios públicos;

l) Los Centros y locales comerciales, centros comerciales y locales semejantes;

m) En las instalaciones privadas tendrán que existir avisos que sugieran no fumar.

Artículo 6°. *Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco.* Los paquetes y etiquetas de los productos de tabaco deberán cumplir con las siguientes especificaciones:

a) No se podrá promocionar ni usar etiquetas en un producto de tabaco de manera engañosa o que pueda inducir a error con respecto a sus propiedades intelectuales o marcarias, toxicidad, composición, peligrosidad, características, efectos para la salud, riesgos o emisiones;

b) Ninguna persona natural o jurídica de hecho o de derecho, fabricará, venderá, expondrá, ni importará un producto de tabaco a

menos que el paquete que lo contiene muestre en la forma y la manera prescritas la información acerca del producto y sus emisiones, sobre los riesgos para la salud y los efectos sobre esta que surgen del uso del producto o de la exposición a sus emisiones. Estas advertencias serán aprobadas por el Ministerio de la Protección Social, grandes, claras, visibles y legibles, y deberán ocupar el 70% de una cara frontal de la cajetilla y del cartón;

c) Ningún requisito que surja de este artículo y sus literales libera a un fabricante o minorista de otras obligaciones o responsabilidades administrativas, civiles o penales, que se deriven de otras normas legales aplicables para advertir a los consumidores sobre los riesgos de consumir productos de tabaco;

d) Además de las advertencias sanitarias, todos los paquetes de los productos de tabaco deben decir que “se prohíbe la venta a menores de edad”;

e) No se emplearán en la promoción ni en las etiquetas de productos de tabaco términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros, por ejemplo expresiones tales como “con bajo contenido de alquitrán”, “ligeros”, “ultra ligeros” o “suaves”;

Artículo 7°. *Precio salud.* Con el objeto de preservar la salud de los consumidores y de evitar el acceso de los menores al consumo de cigarrillos se establece un precio mínimo para la venta de cigarrillos al público denominado, para estos efectos, precio salud. El precio Salud rige tanto para la venta de cigarrillos fabricados en la República de Colombia, los cigarrillos importados, como así también para las acciones promocionales llevadas a cabo por las empresas manufactureras locales o importadoras.

A fin de mantener la realidad existente en el mercado se establecerán dos niveles para el precio salud. El primer nivel será exclusivamente para cigarrillos que contengan como mínimo un 90% de tabaco negro, y el mismo será establecido en \$800 ochocientos pesos moneda corriente). El segundo nivel se establecerá en \$1.000 (mil pesos moneda corriente) y se aplicará a todos los cigarrillos que no puedan encuadrarse en la clasificación anterior.

A fin de mantener actualizado este Precio salud ante fluctuaciones en los precios de los cigarrillos en el mercado, el mismo será ajustado semestralmente considerando la evolución del índice de precios al consumidor publicado por el DANE.

Por consiguiente debe procederse así:

- El Ministerio de Hacienda y Crédito Público determinará el coeficiente de actualización a través del cual efectuará el ajuste del precio salud dos veces al año dentro de los primeros quince días de los meses de febrero y agosto de cada año y comunicará los precios-salud ajustados al Ministerio de la Protección Social, el cual hará publicar en el *Diario Oficial* los nuevos precios-salud, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su determinación.

El precio salud de los cigarrillos estará referido a las cajetillas de veinte (20) unidades. Para el caso de los paquetes que no contengan dicha cantidad se efectuará en proporción a la cantidad de cigarrillos que contenga cada cajetilla.

TITULO IV

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD Y PROMOCION DEL TABACO Y PRODUCTOS DERIVADOS DEL MISMO

Artículo 8°. No se podrá promocionar ni publicitar productos de tabaco o elementos de su marca en ninguno de los siguientes casos:

a) Cuando se haga de manera tal que le permita a un consumidor o comprador de productos de tabaco engañarse o ser engañado sobre su carácter, propiedades, toxicidad, composición, valor o seguridad;

b) En anuncios publicitarios que promuevan los productos de tabaco en la televisión en horarios o franjas familiares, y en la radio en programas infantiles o dirigidos a menores de edad, en ambos medios

se agregará como mensaje “el tabaco es nocivo para la salud y prohibida la venta a menores de edad”;

c) Dentro de 100 metros alrededor de cualquier colegio o institución a que concurren predominantemente menores de edad;

d) Mediante medios de promoción ubicados en paraderos y estaciones de transporte público;

e) Mediante medios de promoción que puedan ser vistos en espacios exteriores;

f) En caso que se utilice cualquier elemento que no sea un producto de tabaco, o un establecimiento físico o vehículo de cualquier clase, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco, estos no podrán distribuirse o circular (en el caso de los vehículos) en cercanías de instituciones educativas de primaria, secundaria o superiores;

g) Utilizando cualquier evento deportivo, musical, artístico, social o cultural, o la participación de un equipo en cualquier competición, que lleve la marca de fábrica (sola o junto con otra palabra), la marca registrada, el nombre comercial, el aspecto distintivo, el logotipo, el arreglo gráfico, el diseño, el eslogan, el símbolo, el lema, el mensaje de venta, el color o combinación de colores reconocibles u otros indicios de la identificación de productos idénticos o similares a (o identificables con) los utilizados para cualquier marca de producto de tabaco.

TITULO V

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA DISTRIBUCION DEL TABACO

Artículo 9°. Se prohíbe ofrecer y vender productos de tabaco a una persona que sea menor de dieciocho (18) años de edad. No será impedimento para el cumplimiento de la cláusula antedicha que la persona parezca tener la edad citada o más. Se prohíbe además la entrega de muestras gratuitas de productos de tabaco.

Artículo 10. No se dará cumplimiento a lo dispuesto en el artículo anterior cuando se trate exclusivamente para usarlo en ceremonias o prácticas espirituales o culturales de la tradición indígena.

Artículo 11. En ningún caso la reglamentación hecha bajo esta ley permitirá que persona alguna venda u ofrezca vender productos de tabaco en los siguientes lugares:

a) Las instituciones de salud;

b) Las instituciones educativas de primarias, secundaria, preescolar y de educación superior formal y no formal;

c) Los establecimientos que tienen una clientela joven significativa, incluidos parques de diversión, cines y estadios de deportes.

Artículo 12. Se prohíbe la venta al detal de productos de tabaco, a menos de que en el lugar de venta se coloquen letreros que lleven advertencias sanitarias de conformidad con lo dispuesto en esta ley. Igualmente no se podrán colocar letreros que puedan ser vistos desde el exterior, indicando que se tienen productos de tabaco disponibles para la venta.

Artículo 13. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender un producto de tabaco sirviéndose de un mecanismo de exhibición del producto que le permita al cliente manipular el producto de tabaco antes de pagarlo

Artículo 14. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender productos de tabaco a través de un dispensador automático.

Artículo 15. Ninguna persona venderá ni ofrecerá vender productos de tabaco al por menor, a menos de que en el lugar de venta se coloquen letreros que lleven advertencias sanitarias y otra información, de conformidad con lo dispuesto en esta ley.

Artículo 16. En ningún lugar o local donde se venden al detal productos de tabaco o productos relacionados con el tabaco, se podrán mostrar letreros con respecto a la edad legal para adquirir el tabaco o los productos relacionados con el tabaco.

TÍTULO VI.

CUMPLIMIENTO, INSPECCION, FALTAS Y SANCIONES

Artículo 17. Para los fines de esta ley, el Gobierno, a través del Ministro de la Protección Social, ejercerá las funciones de vigilancia, control y sanción.

Artículo 18. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título III de la presente ley, estará sujeta a las siguientes sanciones, sin que estas violen el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de los fumadores, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores, no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción, y de no más de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 19. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título IV de esta ley estará sujeta a las siguientes multas, sin que se viole el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de los comercializadores al por mayor y al detal, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción y de no menos de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 20. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título V de esta ley estará sujeta a las siguientes multas, sin que se viole el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de un individuo, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción y de no menos de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 21. Cualquier persona natural o jurídica que viole lo dispuesto en el artículo 5° de esta ley, y una vez se le dé el debido proceso, y sea declarado responsable de incumplir la política de espacios libres de humo de tabaco aplicable al establecimiento bajo su responsabilidad, dentro de la cual se incluye colocar los letreros prescritos y asegurarse que todas las áreas designadas para fumar satisfagan los requisitos de la ley y sus reglamentos, estará sujeta a una multa de no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 22. El Gobierno reglamentará lo dispuesto en este Título especialmente lo relativo a la forma de ejercer las funciones de vigilancia, control y sanción.

TÍTULO VII

DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 23. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley se exigirá que los participantes en la industria del tabaco incluidos los fabricantes, importadores y exportadores obtengan licencias para operar en Colombia.

Artículo 24. El Gobierno Nacional adelantará las campañas necesarias contra el consumo de cigarrillos.

Artículo 25. *Vigencia.* La presente ley entrará en vigencia un (1) año después de su sanción, promulgación y publicación.

De los honorables Representantes a la Cámara:

Miguel Jesús Arenas Prada, Representante a la Cámara por el departamento de Santander; *Carlos Ignacio Cuervo Valencia*, Representante a la Cámara por el departamento de Antioquia, *Manuel Berrío Torres*, Representante a la Cámara por el departamento de Bolívar, Ponentes Coordinadores; *Araminta Moreno Gutiérrez*, *José Gonzalo Gutiérrez*, Representantes a la Cámara Circunscripción Electoral-Bogotá, *Miguel Ángel Durán Gelvis*, Representante a la Cámara por el departamento del Cesar; *Edgar Fandiño Cantillo*, *Elías Raad Hernández*, Representantes a la Cámara por el departamento de Bolívar; *Pedro Antonio Jiménez Salazar*, *César Augusto Andrade Moreno*, Representantes a la Cámara por el departamento de Antioquia; *Jairo Díaz Contreras*, *Carlos A. Celis Gutiérrez*, Representantes a la Cámara por el departamento de Norte de Santander, Ponentes.

**TEXTO AL PROYECTO DE LEY NUMERO 235
DE 2004 CAMARA**

Aprobado en primer debate por la Comisión Séptima Constitucional Permanente de la honorable Cámara de Representantes en sesión del día 16 de junio de 2005, por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

TÍTULO I

DEFINICIONES

Artículo 1°. *Definiciones.* Para los efectos de la presente ley se consideran las siguientes definiciones:

a) **Comercio de tabaco:** Es toda práctica relativa a la producción, envío, recepción, posesión, distribución, venta o compra, incluida toda práctica o conducta destinada a facilitar esa actividad;

b) **Publicidad y promoción de los productos del tabaco.** Por ellas se entienden toda forma de comunicación, o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco;

c) **Control del tabaquismo.** Comprende diversas estrategias de reducción de la oferta, la demanda y los daños con objeto de mejorar la salud de la población eliminando o reduciendo el consumo de productos de tabaco y la exposición al humo del mismo;

- d) **Industria tabacalera.** Entiéndase por esta a los fabricantes;
- e) **Patrocinio del tabaco.** Se entiende por patrocinio, toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover, directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso del mismo;
- f) **Fumador.** Persona que aspira y despidе el humo o emisiones del tabaco;
- g) **Fumador pasivo.** Persona no fumadora que aspira el humo del tabaco de los fumadores que la rodean;
- h) **Atractivo.** Relativo a la capacidad de un producto de proporcionarle placer físico o psicológico, satisfacción u otra calidad positiva al consumidor;
- i) **Elemento de la marca de tabaco.** Incluye la marca de fábrica, la marca registrada, el nombre comercial;
- j) **Carácter.** Se refiere a las cualidades distintivas de un producto de tabaco;
- k) **Distribuir.** Significa vender, ofrecer la venta, exponer para la venta, dar, regalar, suministrar el intercambio, transmitir, consignar, entregar, proveer o transferir la posesión para fines comerciales u ofrecer hacerlo, ya sea a cambio de honorarios u otra compensación, o como una muestra, regalo, premio, o cualquier otra forma gratuita;
- l) **Emisión.** Hace referencia a cualquier sustancia o combinación de sustancias que se produce como resultado de la combustión de un producto de tabaco;
- m) **Fabricante.** Es toda persona, natural o jurídica, que transforma la hoja del tabaco hasta obtener un producto de este, comprende cualquier entidad que se asocia con el fabricante, incluida una entidad que controla o es controlada por el fabricante, o que es controlada por la misma entidad que controla al fabricante;
- n) **Paquete.** Es el envase, el recipiente o la envoltura en que se vende o muestra un producto de tabaco en las tiendas al por menor, incluida la caja o cartón que contiene paquetes más pequeños;
- ñ) **Promoción.** Es la práctica de fomentar la conciencia o las actitudes positivas acerca de un producto de tabaco, marca o fabricante para venderlo o alentar su consumo, mediante cualquier medio, incluidos el anuncio directo, los descuentos, los incentivos, los reembolsos, la distribución gratuita, la promoción de elementos de la marca mediante eventos y productos relacionados, a través de un medio de comunicación con el público;
- o) **Producto de tabaco.** Comprende los cigarrillos, cigarros, tabacos, picadura y cualquier sustancia o bien manufacturado compuesto total o parcialmente de tabaco, lo cual incluye las hojas de tabaco y cualquier extracto de hojas de tabaco. También comprende los papeles, tubos y filtros de cigarrillo;
- p) **Toxicidad.** Se refiere a todos los aspectos de la misma, es decir, sus características, calidad, grado relativo o específico de la toxicidad;
- q) **Dispensador.** Es cualquier medio de distribución o venta de productos de tabaco que no es operado por un ser humano, excepto por aquel que obtiene o compra el producto;
- r) **Menores de edad.** En el contexto de esta ley, indica a las personas menores de 18 años de edad;
- s) **Comercializador de tabaco.** Entiéndase por este los distribuidores mayoristas e importadores del producto.

TITULO II

OBJETO Y DESTINATARIOS DE LA LEY

Artículo 2°. *Objeto.* La presente ley tiene por objeto proteger a las generaciones presentes y futuras contra las consecuencias sanitarias, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo, estableciendo un marco legal con medidas de control del tabaco, en concordancia con el literal c del artículo 1° de esta ley.

Artículo 3°. *Destinatarios de la ley.* Son destinatarios de la presente ley las personas naturales o jurídicas que se hayan constituido como sociedad de hecho o de derecho, cuyo objeto social sea la producción y/

o procesamiento de tabaco y sus derivados, sea esta pequeña, mediana o de gran escala; distribuidores mayoristas de tabaco y/o sus derivados; los importadores de tabaco y sus derivados, medios de comunicación; industria de la publicidad, y cualquier otra persona natural o jurídica que desarrolle actividades relacionadas o afines a las anteriormente mencionadas. Así mismo, son destinatarios de la presente ley las personas fumadoras y no fumadoras.

TITULO III

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA REDUCCION DE LA DEMANDA DE TABACO

Artículo 4°. *Reglamentación de la divulgación de información sobre los productos de tabaco.* Cada fabricante e importador de un producto de tabaco proporcionará al Ministerio de la Protección Social la información acerca del producto y sus emisiones, incluidos los datos sobre la composición, los ingredientes y las propiedades peligrosas del producto.

Artículo 5°. *Reglamentación contra la exposición al humo de los productos de tabaco.* Nadie fumará tabaco en áreas públicas y en lugares de trabajo abiertos al público.

Para los fines de esta ley, los lugares de trabajo abiertos al público y los lugares públicos, incluyen, entre otros, los siguientes espacios:

- Las oficinas y los edificios para oficinas, los cuales comprenden las áreas públicas, los corredores, los salones, las áreas para comer, las áreas de recepción, los ascensores, las escaleras mecánicas, los vestíbulos, las escaleras, las áreas de servicios y esparcimiento, la lavandería y las oficinas individuales;
- Las fábricas, excepto las zonas abiertas destinadas para tal fin;
- Las instituciones de salud;
- Las instituciones educativas de preescolar, primaria y secundaria;
- Cualquier local donde se cuidan niños;
- Cualquier medio de transporte;
- Los cines y teatros;
- Las salas de concierto;
- Los bares, restaurantes y discotecas; excepto en zonas abiertas destinadas para tal fin;
- En las instalaciones privadas tendrán que existir avisos que sugieran no fumar.

Artículo 6°. *Empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco.* Los paquetes y etiquetas de los productos de tabaco deberán cumplir con las siguientes especificaciones:

- No se podrá promocionar ni usar etiquetas en un producto de tabaco de manera engañosa o que pueda inducir a error con respecto a sus propiedades intelectuales o marcarias, toxicidad, composición, peligrosidad, características, efectos para la salud, riesgos o emisiones;
- No se emplearán en la promoción ni en las etiquetas de productos de tabaco términos, elementos descriptivos, marcas de fábrica o de comercio, signos figurativos o de otra clase que tengan el efecto directo o indirecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros;
- Ninguna persona natural o jurídica de hecho o de derecho, fabricará, venderá, expondrá, ni importará un producto de tabaco a menos que el paquete que lo contiene muestre en la forma y la manera prescritas la información acerca del producto y sus emisiones, sobre los riesgos para la salud y los efectos sobre esta que surgen del uso del producto o de la exposición a sus emisiones. Estas advertencias serán aprobadas por el Ministerio de la Protección Social, grandes, claras, visibles y legibles, y deberán ocupar el 100% de una cara lateral de la cajetilla y del cartón;
- Ningún requisito que surja de este artículo y sus literales libera a un fabricante o minorista de otras obligaciones o responsabilidades administrativas, civiles o penales, que se deriven de otras normas legales aplicables para advertir a los consumidores sobre los riesgos de consumir productos de tabaco;

e) Además de las advertencias sanitarias, todos los paquetes de los productos de tabaco deben decir “que se prohíbe la venta a menores de edad.”

TÍTULO IV

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD Y PROMOCION DEL TABACO Y PRODUCTOS DERIVADOS DEL MISMO

Artículo 7°. No se podrá promocionar ni publicitar productos de tabaco o elementos de su marca en ninguno de los siguientes casos:

a) Cuando se haga de manera tal que le permita a un consumidor o comprador de productos de tabaco engañarse o ser engañado sobre su carácter, propiedades, toxicidad, composición, valor o seguridad;

b) En anuncios publicitarios que promuevan los productos de tabaco en la televisión en horarios o franjas familiares, y en la radio en programas infantiles o dirigidos a menores de edad, en ambos casos se agregará como mensaje “el tabaco es nocivo para la salud y prohibida la venta a menores de edad”;

c) Dentro de 100 metros de cualquier colegio o institución a que concurren predominantemente menores de edad;

d) Mediante medios de promoción ubicados en paraderos y estaciones de transporte público.

TÍTULO V

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA DISTRIBUCION DEL TABACO

Artículo 8°. Ninguna persona venderá ni ofrecerá venderle productos de tabaco a una persona que sea menor de dieciocho (18) años de edad.

Artículo 9°. No se dará cumplimiento a lo dispuesto en el artículo anterior cuando se trate exclusivamente para usarlo en ceremonias o prácticas espirituales o culturales de la tradición indígena.

Artículo 10. En ningún caso la reglamentación hecha bajo esta ley permitirá que persona alguna venda u ofrezca vender productos de tabaco en los siguientes lugares:

d) Las instituciones de salud;

e) Las instituciones educativas de primaria, secundaria y preescolar;

f) Los establecimientos de cine, estadios y parques de diversión;

Artículo 11. Ninguna persona podrá vender productos de tabaco al detal, a menos de que en el lugar de venta se coloquen letreros que lleven advertencias sanitarias de conformidad con lo dispuesto en esta ley.

Artículo 12. En ningún lugar o local donde se venden al detal productos de tabaco o productos relacionados con el tabaco, mostrar ningún letrero con respecto a la edad legal para adquirir el tabaco o los productos relacionados con el tabaco.

TÍTULO VI

CUMPLIMIENTO, INSPECCION, FALTAS Y SANCIONES

Artículo 13. Para los fines de esta ley, el Gobierno, a través del Ministro de la Protección Social, ejercerá las funciones de vigilancia, control y sanción.

Artículo 14. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título III de la presente ley, estará sujeta a las siguientes sanciones, sin que estas violen el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de los fumadores, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores, no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción, y de no más de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 15. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título IV de esta ley estará sujeta a las siguientes multas, sin que se viole el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de los comercializadores al por mayor y al detal, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción y de no menos de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 16. Cualquier persona que infrinja las disposiciones contempladas en el Título V de esta ley estará sujeta a las siguientes multas, sin que se viole el derecho fundamental al debido proceso:

a) En el caso de un individuo, no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores;

b) En el caso de un fabricante, no menos de trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de trescientos cincuenta (350) por la primera infracción y de no menos de cuatrocientos (400) y no más de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores;

c) En el caso de los importadores no menos de un mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de un mil cien (1.100) salarios mínimos legales mensuales vigentes por la primera infracción y de no menos de cuatro mil (4.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes y no más de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 17. Cualquier persona natural o jurídica que viole lo dispuesto en el artículo 5° de esta ley, y una vez se le dé el debido proceso, y sea declarado responsable de incumplir la política de espacios libres de humo de tabaco aplicable al establecimiento bajo su responsabilidad, dentro de la cual se incluye colocar los letreros prescritos y asegurarse de que todas las áreas designadas para fumar satisfagan los requisitos de la ley y sus reglamentos, estará sujeta a una multa de no menos de cincuenta (50) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de sesenta (60) salarios mínimos legales diarios vigentes por la primera infracción y de no menos de cien (100) salarios mínimos legales diarios vigentes y no más de ciento veinte (120) salarios mínimos legales diarios vigentes por las infracciones posteriores.

Artículo 18. El Gobierno reglamentará lo dispuesto en este título especialmente lo relativo a la forma de ejercer las funciones de vigilancia, control y sanción.

TÍTULO VII

DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 19. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley se exigirá que los participantes en la industria del tabaco incluidos los

fabricantes, importadores y exportadores obtengan licencias para operar en Colombia.

Artículo 20. *Vigencia.* La presente ley entrará en vigencia un (1) año después de su sanción, promulgación y publicación.

SUSTANCIACION

CAMARA DE REPRESENTANTES

COMISION SEPTIMA CONSTITUCIONAL PERMANENTE

SECRETARIA GENERAL

16 de junio de 2005

En la fecha se inició la discusión y votación del Proyecto de ley número 235 de 2004 Cámara, por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.

El Presidente solicita al Secretario dar lectura al informe con que termina la ponencia para primer debate. Luego **el Presidente somete a consideración y aprobación el informe de la ponencia afirmativa, siendo aprobada por mayoría de los presentes (14 honorables Representantes a la Cámara) y cuatro votos negativos.**

Seguidamente el Presidente somete a consideración y aprobación el articulado para primer debate, **el cual es aprobado de la siguiente manera:**

– **En bloque se aprobaron los artículos 4º, 8º, 9º, 13, 18, 19 y 20 unanimitad de los presentes (18 honorables Representantes a la Cámara).**

– **Los artículos 1º, 2º, 3º, 5º, 6º, 7º, 10, 11 y 12 se aprobaron por mayoría de los presentes (17 honorables a la Cámara) y un voto negativo.**

– **Los artículos 14, 15, 16 y 17 se aprobaron por mayoría de los presentes (13 honorables Representantes a la Cámara) y dos votos negativos.**

Posteriormente se somete a consideración el título del proyecto de ley el cual es **aprobado por mayoría de los presentes (15 honorables Representantes a la Cámara) y cuatro votos negativos.**

Finalmente el Presidente pregunta a los miembros de la Comisión si quieren que este proyecto de ley tenga segundo debate, a lo que responden afirmativamente 15 honorables Representantes a la Cámara, acto seguido **el Presidente nombra como ponente para segundo debate a los honorables Representantes Carlos Ignacio Cuervo Valencia, Miguel Jesús Arenas Prada, Edgar Fandiño Cantillo, Araminta**

Moreno Gutiérrez, Miguel de Jesús Barrio Torres, José Gonzalo Gutiérrez, Germán Aguirre Muñoz, Elías Raad Hernández, César Augusto Celis Gutiérrez, José Elías Cruz Romero, Pedro Jiménez Salazar, Etanislao Ortiz Lara, Manuel Enríquez Rosero, Jairo Díaz Contreras.

La relación completa de la aprobación en primer debate del Proyecto de ley número **235 de 2004 Cámara, por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo**, consta en el Acta número 13 del 16 de junio de 2005 de la sesión ordinaria del segundo período de la legislatura 2004-2005

El Presidente,

Miguel Jesús Arenas Prada.

El Vicepresidente,

José Gonzalo Gutiérrez.

El Secretario General,

Rigo Armando Rosero Alvear.

CONTENIDO

Gaceta número 690-Lunes 3 de octubre de 2005
CAMARA DE REPRESENTANTES

	Págs.
INFORME DE OBJECIONES	
Informe de Objeciones Presidenciales al Proyecto de ley número 172 de 2004 Senado, 162 de 2003 Cámara	1
PONENCIAS	
Ponencia para primer debate al Proyecto de Acto legislativo número 49 de 2005 Cámara, por medio del cual se modifica el artículo 347 de la Constitución Política de Colombia.	3
Ponencia para segundo debate, Pliego de modificaciones, Texto propuesto y Texto aprobado en primer debate al Proyecto de ley número 235 de 2004 Cámara, por medio de la cual se protege a las generaciones presentes y futuras contra las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo del mismo.	4