

Reglamento de promociones, patrocinios y otras actividades relacionadas con productos de tabaco y sus derivados

N° 31616-MEIC-S

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA LA MINISTRA DE SALUD Y LA MINISTRA DE ECONOMÍA,
INDUSTRIA Y COMERCIO

Con fundamento en los artículos 140, incisos 3°), 18 y 146 de la Constitución Política; 27 y 28 inciso segundo acápite b) de la Ley General de la Administración Pública N° 6227 del 2 de mayo de 1978 y sus reformas; 1°), 2°), 4°), 7°), 222, 258, 338, 339, 340, 341, 342, 344, 346, 347, 348, 349, 355, 356, 357, 358, 359, 362, 363 y 364 de la Ley General de Salud N° 5395 del 30 de octubre de 1973; 1°), 4°), 7°), 9°), 11, 14, 13, 15, 16 y 17 de la Ley de Regulación del Fumado N° 7501 del 05 de mayo de 1995 y 1°), 2°), 3°), 4°), 9°), 19, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 37 y 57 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor N° 7472 del 20 de diciembre de 1994 y sus reformas.

Considerando:

I.—Que la salud de la población es un bien de interés público tutelado por el Estado.

II.—Que siendo una función esencial del Estado velar por la salud de la población, corresponde al Poder Ejecutivo, por medio del Ministerio de Salud, la definición de la política nacional de salud, la normativa, planificación y coordinación de todas las actividades públicas y privadas relativas a la materia de salud, así como la ejecución de aquellas actividades que le competen conforme a la ley.

III.—Que es potestad del Poder Ejecutivo dictar los reglamentos acordes a la Ley General de la Administración Pública N° 6227 del 02 de mayo de 1978 y específicamente el artículo 2°) de la Ley General de Salud N° 5395 del 30 de octubre de 1973 con relación específica con la materia.

IV.—Que la Ley de Regulación del Fumado N° 7501 del 05 de mayo de 1995 impone al Estado el deber de velar por la Salud individual y colectiva de los costarricenses, respetando siempre los derechos individuales y sociales reconocidos en la Constitución Política.

V.—Que un aspecto esencial de las políticas del Estado en materia de fumado y Salud Pública, es el objetivo de impedir que personas menores de edad adquieran productos elaborados a partir de tabaco y sus derivados, así como reducir la exposición de estos a la publicidad y mercadeo de dichos productos.

VI.—Que de conformidad con esta Ley, para cumplir con ese deber, el Poder Ejecutivo velará porque la información que se transmite por los medios de comunicación colectiva, sobre el consumo de tabaco y sus derivados sea enteramente objetiva. Asimismo, esta ley establece una serie de regulaciones a la venta, consumo y publicidad del tabaco y sus derivados.

VII.—Que el reglamento a esa Ley, Decreto N° 25462-S del 23 de agosto de 1996 y sus reformas específica y aclara las disposiciones de dicha Ley.

VIII.—Que pese a la existencia de la Ley de Regulaciones del Fumado N° 7501 del 5 de mayo de 1995 y del Reglamento a esa Ley, Decreto N° 25462-S del 23 de agosto de 1996, subsisten algunas lagunas jurídicas, especialmente en lo relativo a la regulación de promociones, patrocinios y otros, con relación a marcas de tabaco y sus derivados.

IX.—Que es necesario armonizar las regulaciones aplicables a promociones, patrocinios y otros con tabaco o sus derivados con lo dispuesto no solo en las mencionadas normas que regulan el fumado, sino también en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor N° 7472 del 20 de diciembre de 1994 y sus reformas.

X.—Que es por lo tanto necesario regular la forma en que se promocionan los productos elaborados con tabaco y sus derivados, especialmente en lo referente a promociones, patrocinios y otros. Por tanto,

DECRETAN:

El siguiente:

Reglamento de Promociones, Patrocinios y otras Actividades Relacionadas con Productos de Tabaco y sus Derivados

Artículo 1°—Objeto: El objeto de este Reglamento es establecer los lineamientos básicos que deben regir las actividades relacionadas con promociones, patrocinios y otras actividades relacionadas con productos de tabaco y sus derivados, con el fin de proteger el derecho a la salud y a un ambiente sano, especialmente para personas menores de edad.

Artículo 2°—Definiciones: Para los efectos del presente reglamento se establecen las siguientes definiciones:

a) Evento promocional: Actividad realizada con el objeto de auspiciar directa o indirectamente una marca de un producto de tabaco.

b) Patrocinio: Aporte público o privado, indistintamente del tipo de aporte económico, a un tercero en relación con un evento o una actividad, con el objeto de que, a través de estos, se auspicie directa o indirectamente una marca de un producto de tabaco.

c) Material de apoyo al punto de venta: Cualquier artículo que es entregado al punto de venta con el fin de que sea utilizado como apoyo a una marca de un producto de tabaco, incluyendo pero no limitado a encendedores, removedores, servilleteros, ceniceros, posa-vasos.

d) Material publicitario de punto de venta: Cualquier material publicitario que se coloca en el punto de venta con el fin de comunicar mensajes publicitarios de las marcas de un producto de tabaco, incluyendo pero no limitado a afiches, banderolas, dispensadores, exhibidores, rótulos luminosos internos.

Artículo 3°—Advertencias en la Publicidad: Todo material publicitario deberá contener la advertencia claramente visible y legible de "Fumar es dañino para la salud".

Se exceptúan de esta obligación los materiales publicitarios de punto de venta con un área menor de 250 centímetros cuadrados. Se exceptúan los materiales de apoyo al punto de venta que tengan un área de 25 centímetros cuadrados.

Artículo 4º—Difusión de publicidad de tabaco y sus derivados por los medios de comunicación. En la difusión de publicidad de tabaco y sus derivados por los medios de comunicación, se deberán cumplir las siguientes disposiciones:

a) Anuncios al aire libre y vallas: Con el objeto de disminuir la exposición de los menores de 18 años de edad a la publicidad de tabaco y sus derivados, no se deberá colocar ningún anuncio en valla, mural o estación de transporte ubicada a menos de 200 metros de cualquier punto del perímetro de escuelas, colegios o cualquier otro centro educativo donde el estudiantado lo conformen mayoritariamente personas menores de 18 años. Tampoco se colocarán en centros deportivos y áreas al aire libre frecuentadas exclusiva o predominantemente por menores de edad.

b) Tamaño de las vallas: las vallas ubicadas en cualquier lugar del país no podrán tener un tamaño superior de 35 metros cuadrados de área frontal total.

c) Video, audio y digital: No se incluirán anuncios electrónicos que promocionen productos de tabaco y sus derivados en cintas de video o audio, discos compactos y discos de video digitales, a menos que los destinatarios del artículo sean mayores de 18 años de edad.

d) Colocación de productos: Las empresas interesadas en la promoción de productos de tabaco y sus derivados, se abstendrán de dar aportes o pagos de forma directa o indirecta para que sus productos de tabaco, anuncios o artículos que lleven los nombres de marcas de dichos productos aparezcan en los siguientes medios, cuando estén dirigidos al público en general:

1. Películas.
2. Programas de televisión.
3. Producciones teatrales u otras presentaciones en vivo.
4. Ejecuciones musicales en vivo o grabadas.
5. Videos o películas comerciales.
6. Juegos de video.

Esta disposición no es de aplicación a las promociones o eventos autorizados en este reglamento ya que los mismos son dirigidos exclusivamente a mayores de 18 años de edad.

e) Medios impresos: Con el objeto de evitar la exposición de las personas menores de edad a la publicidad del tabaco y sus derivados, sólo se utilizarán aquellos medios impresos no dirigidos a menores de 18 años.

En los medios impresos en que sí se pueda colocar publicidad de cigarrillos, ésta no podrá aparecer en el empaque o en la contra portada externa del mismo.

Dentro de la publicación, la publicidad de cigarrillos, no deberá de colocarse contiguo a material que resulte especialmente atractivo para las personas menores de edad.

f) Cine: Con el objeto de evitar la exposición a las personas menores de 18 años, la publicidad del tabaco y sus derivados, no se presentarán anuncios en cine, excepto cuando se proyectaren películas para mayores de 18 años de edad.

g) Televisión o radio: Con el objeto de evitar la exposición a las personas menores de edad a la publicidad del tabaco y sus derivados, se prohíbe la pauta de anuncios de productos de tabaco y sus derivados en televisión o radio, antes de las 9:00 p.m. y después de las 6:00 a.m. Los propietarios, directores, administradores o encargados de los medios de comunicación colectiva, serán responsables de cumplir con la presente normativa reglamentaria.

Artículo 5º—Ofertas y promociones: Las ofertas y promociones que anuncien productos elaborados con tabaco y sus derivados deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Se dirigirán únicamente a mayores de 18 años de edad.
- b. Para participar en las ofertas de promoción será requisito indispensable demostrar la condición de adulto.

Artículo 6º—Eventos promocionales: Para ingresar a eventos promocionales organizados con el objeto de promocionar productos de tabaco y sus derivados, se deberá demostrar la condición de adulto. El organizador de dichos eventos responderá ante las autoridades competentes por la presencia de menores de edad de conformidad con el artículo 17 de la Ley Regulación del Fumado, Ley 7501 de 5 de mayo de 1995, publicada en el Alcance N° 20 a La Gaceta N° 110 del 8 de junio de 1995.

Artículo 7º—Artículos de promoción: Se prohíbe la venta, distribución o entrega gratuita de mercaderías u objetos que contengan el nombre, logo o distintivo visible de marcas de cigarrillos, en camisetas, sombrillas, bolsos, salveques y cualquier otro producto promocional de tabaco y sus derivados.

Asimismo, se prohíbe el anuncio de productos de tabaco y sus derivados en canastas, bolsas y coches de compras en los puntos de venta. Se exceptúa de esta prohibición, los productos directamente relacionados con el fumado, tal y como ceniceros y encendedores.

Las empresas distribuidoras de estos productos, que estén directamente relacionados con el fumado, deberán tomar las medidas necesarias, junto a los negocios de venta directa, para evitar que estos productos sean accesibles y recibidos por personas menores de edad.

Artículo 8º—Patrocinios: Los patrocinios a nombre de productos elaborados con tabaco y sus derivados se permitirán únicamente en ocasión de eventos dirigidos exclusivamente a mayores de 18 años. Esta condición es imperativa, y responderá por ella cualquier importador, fabricante, distribuidor o comerciante que patrocine un evento a nombre de productos elaborados con tabaco y sus derivados.

Artículo 9º—Publicidad de los eventos patrocinados a nombre de productos de tabaco y sus derivados: En aquellos eventos que según esta regulación puedan ser patrocinados por marcas de productos de tabaco y sus derivados, se permitirá la publicidad de estos, siempre y cuando no se anticipe razonablemente que la actividad o el evento patrocinado vaya a recibir algún tipo de difusión de televisión, en radio o en Internet, excepto por la cobertura en las noticias o diseminación de información no pagada de los eventos por parte de terceros. Se prohíben las promociones, el patrocinio y la publicidad de todo evento que directa o indirectamente se relacione con equipos deportivos, asociaciones, federaciones o ligas deportivas que utilicen el nombre de una de las marcas de cigarrillos o tabaco.

Artículo 10.—Venta y distribución: Con el fin de limitar el acceso de menores de 18 años a productos elaborados con tabaco y sus derivados, solamente se podrán comercializar cajetillas de cigarrillos o paquetes de diez o más unidades.

Artículo 11.—Vigencia: Rige a partir de su publicación.

Disposiciones Transitorias

Transitorio 1º—Las regulaciones aquí señaladas no aplicarán a aquellos materiales que a la fecha de entrada en vigencia del presente reglamento, hayan sido aprobados por parte del Consejo de Control de Propaganda del Tabaco.

Dado en la Presidencia de la República.—San José, a los veinte días del mes de mayo del dos mil tres.