

Ley vigente	Propuesta
<p>Artículo 5. La presente Ley tiene las siguientes finalidades:</p> <p>I. a III. ...</p> <p>IV. Establecer las bases para la producción, etiquetado, empaquetado, <u>promoción, publicidad, patrocinio,</u> distribución, venta, consumo y uso de los productos del tabaco;</p> <p>V. a IX. ...</p>	<p>Artículo 5. La presente Ley tiene las siguientes finalidades:</p> <p>I. a III. ...</p> <p>IV. Establecer las bases para la producción, etiquetado, empaquetado, distribución, venta, consumo y uso de los productos del tabaco;</p> <p>V. a IX. ...</p>
<p>Artículo 6. Para efectos de esta Ley, se entiende por:</p> <p>I. a XVI...</p> <p>Sin referencia, se añaden alfabéticamente conforme corresponda</p>	<p>Artículo 6. Para efectos de esta Ley, se entiende por:</p> <p>Áreas de servicio al aire libre (o Terrazas): Al espacio destinado en los establecimientos mercantiles para servir alimentos y/o bebidas, el cual no podrá tener techo ni estar limitado por más de una pared o muro, independientemente del material utilizado para su construcción, su forma, sus dimensiones o de que la estructura sea permanente o temporal. Para efectos de esta definición el concepto de techo no incluye sombrillas, palapas o lonas, siempre y cuando tengan en su punto más bajo una altura mayor a un metro con ochenta centímetros.</p> <p>Área física cerrada con acceso al público: A todo espacio cubierto por un techo o que tenga como mínimo dos paredes o muros, independientemente del material utilizado para su construcción y de que la estructura sea permanente o temporal.</p> <p>Lugar de trabajo interior: toda zona fija o móvil, que cuente por lo menos con un techo y dos paredes, utilizado por las personas durante su empleo o trabajo permanente o eventual, remunerado o voluntario. Incluye no sólo el sitio donde se realiza el trabajo, sino también todos los lugares conexos y anexos que los trabajadores suelen utilizar en el desempeño de sus funciones, incluyendo aquellos contratados para la realización de eventos. <i>(Igual a la del Reglamento de la LGCT)</i></p> <p>Mensajes sanitarios: Se refiere a cualquier texto o representación que prevenga o advierta sobre la presencia de un componente, emisión, ingrediente específico o sobre los daños a la salud que pueda originar el uso o consumo del producto del tabaco, así como la exposición al humo de tabaco, el cual puede incluir leyendas de advertencia, gráficas, figuras, pictogramas, imágenes, fotografías, declaraciones relacionadas con: enfermedades, síntomas, síndromes, datos anatómicos, fenómenos fisiológicos o datos estadísticos. (Versión modificada de la del Reglamento. Se incorpora la palabra “fotografía” conforme al 5º transitorio de la LGCT)</p> <p>Programa contra el Tabaquismo: Se refiere al Programa contra el Tabaquismo que la Secretaría de Salud deberá implementar de conformidad con los Artículos 10º y 11º de la LGCT.</p>

<p>XVII. Patrocinio del tabaco: Toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, o el efecto de promover los productos del tabaco o el consumo de los mismos;</p> <p>XVIII a XXVI...</p>	<p>XVII. Patrocinio del tabaco: Toda forma de contribución o cualquier acto, actividad o individuo con el fin, o el efecto de promover directa o indirectamente los productos del tabaco, marca o fabricante ó el consumo de los mismos;</p> <p>XVIII a XXVI...</p>
<p>Artículo 10. Para efectos de lo anterior, la Secretaría establecerá los lineamientos para la ejecución y evaluación del Programa contra el Tabaquismo, que comprenderá, entre otras, las siguientes acciones:</p> <p>I a III...</p> <p>Se recorren las actuales para ser VII, VII y IX, modificándose esta última.</p> <p>IV. La elaboración periódica de un programa de seguimiento y evaluación de metas y logros del Programa contra el Tabaquismo que incluya al menos las conductas relacionadas al tabaco y su impacto en la salud;</p> <p>V. El diseño de programas, servicios de cesación y opciones terapéuticas que ayuden a dejar de fumar combinadas con consejería y otras intervenciones, y</p> <p>VI. El diseño de campañas de publicidad que promuevan la cesación y disminuyan las probabilidades de iniciarse en el consumo de los productos del tabaco.</p>	<p>Artículo 10. Para efectos de lo anterior, la Secretaría establecerá los lineamientos para la ejecución y evaluación del Programa contra el Tabaquismo, que comprenderá, entre otras, las siguientes acciones:</p> <p>I. a III. ...</p> <p>IV. Sensibilización de la población acerca de los efectos nocivos del tabaquismo, el grado de adicción que genera, las enfermedades crónicas asociadas a su consumo y la promoción de la cesación.</p> <p>V. La orientación a la población para generar la cultura de la protección a la exposición al humo de tabaco.</p> <p>VI. La emisión de lineamientos normativos para homologar las acciones de protección, prevención y cesación a nivel nacional.</p> <p>VII. La elaboración periódica de un programa de seguimiento y evaluación de metas y logros del Programa contra el Tabaquismo que incluya al menos las conductas relacionadas al tabaco y su impacto en la salud;</p> <p>VIII. El diseño de programas, servicios de cesación y opciones terapéuticas que ayuden a dejar de fumar combinadas con consejería y otras intervenciones, y</p> <p>IX. El diseño de campañas de publicidad que promuevan la protección de la población contra la exposición al humo de tabaco, la cesación y disminuyan las probabilidades de iniciarse en el consumo de los productos del tabaco.</p>
<p>Artículo 12. Son facultades de la Secretaría, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, sus reglamentos y demás disposiciones aplicables:</p> <p>I. a X...</p> <p>XI. Proponer al Ejecutivo Federal las políticas públicas para el control del tabaco y sus productos con base en evidencias científicas y en determinación del riesgo sanitario.</p>	<p>Artículo 12. Son facultades de la Secretaría, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, sus reglamentos y demás disposiciones aplicables:</p> <p>I. a X...</p> <p>XI. Proponer al Ejecutivo Federal las políticas públicas para el control del tabaco y sus productos con base en evidencias científicas y en determinación del riesgo sanitario, y</p> <p>XII Proponer al Ejecutivo Federal, políticas públicas de orden fiscal para la reducción de la demanda de productos del tabaco y fortalecer los programas de protección, prevención, cesación y tratamiento.</p>
<p>Artículo 14. Todo establecimiento que produzca, fabrique o importe productos del tabaco requerirá licencia sanitaria de acuerdo con los requisitos que establezca esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p>	<p>Artículo 14. Todo establecimiento que produzca, fabrique, importe, comercie y venda productos del tabaco requerirá licencia sanitaria de acuerdo a las facultades concurrentes y requisitos que establezca esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p>

<p>Artículo 15. Quien comercie, venda, distribuya o suministre productos del tabaco tendrá las siguientes obligaciones:</p> <p>I. Mantener un anuncio situado al interior del establecimiento con las leyendas sobre la prohibición de comercio, venta, distribución o suministro a menores;</p> <p>II. Exigir a la persona que se presente a adquirir productos del tabaco que acredite su mayoría de edad con identificación oficial con fotografía, sin la cual no podrá realizarse lo anterior;</p> <p>III. Exhibir en los establecimientos las leyendas de advertencia, imágenes y pictogramas autorizados por la Secretaría, y</p> <p>IV. Las demás referentes al comercio, suministro, distribución y venta de productos del tabaco establecidos en esta Ley, en la Ley General de Salud, y en todas las disposiciones aplicables.</p> <p>El presente artículo se sujetará a lo establecido en los reglamentos correspondientes y demás disposiciones aplicables.</p>	<p>Artículo 15. ...</p> <p>I. y II. ...</p> <p>III. Exhibir en los establecimientos las leyendas de advertencia, imágenes y pictogramas autorizados por la Secretaría;</p> <p>IV. Mostrar en los establecimientos la licencia sanitaria, expedida conforme a los requisitos que establezcan las disposiciones aplicables, y</p> <p>V. Las demás referentes al comercio, suministro, distribución y venta de productos del tabaco establecidos en esta Ley, en la Ley General de Salud, y en todas las disposiciones aplicables.</p> <p>...</p>
<p>Artículo 16. Se prohíbe:</p> <p>I. Comerciar, vender, distribuir o suministrar cigarrillos por unidad o en empaques, que contengan menos de catorce o más de veinticinco unidades, o tabaco picado en bolsas de menos de diez gramos;</p> <p>II. Colocar los cigarrillos en sitios que le permitan al consumidor tomarlos directamente;</p> <p>III. Comerciar, vender, distribuir o exhibir cualquier producto del tabaco a través de distribuidores automáticos o máquinas expendedoras;</p> <p>IV. Comerciar, vender o distribuir al consumidor final cualquier producto del tabaco por teléfono, correo, internet o cualquier otro medio de comunicación;</p> <p>V. Distribuir gratuitamente productos del tabaco al público en general y/o con fines de promoción, y</p> <p>VI. Comerciar, vender, distribuir, exhibir, promocionar o producir cualquier objeto que no sea un producto del tabaco, que contenga alguno de los elementos de la marca o cualquier tipo de diseño o señal auditiva que lo identifique con productos del tabaco.</p>	<p>Artículo 16. Se prohíbe:</p> <p>I. ...</p> <p>II. Colocar los productos del tabaco en sitios que le permitan al consumidor verlos y tomarlos directamente;</p> <p>III. a VI. ...</p>
<p>Artículo 18. En los paquetes de productos del tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externo de los mismos, de conformidad con lo establecido en esta Ley, sus reglamentos y demás disposiciones aplicables, deberán figurar leyendas y pictogramas o imágenes de advertencia</p>	<p>Artículo 18. ...</p>

que muestren los efectos nocivos del consumo de los productos del tabaco, además se sujetarán a las siguientes disposiciones:

I. Serán formuladas y aprobadas por la Secretaría;

II. Se imprimirán en forma rotatoria directamente en los empaques;

III. Serán de alto impacto preventivo, claras, visibles, legibles y no deberán ser obstruidas por ningún medio;

IV. Deberán ocupar al menos el 30% de la cara anterior, 100% de la cara posterior y el 100% de una de las caras laterales del paquete y la cajetilla;

V. Al 30% de la cara anterior de la cajetilla se le deberán incorporar pictogramas o imágenes;

VI. El 100% de la cara posterior y el 100% de la cara lateral serán destinados al mensaje sanitario, que del mismo modo será rotativo, deberá incorporar un número telefónico de información sobre prevención, cesación y tratamiento de las enfermedades o efectos derivados del consumo de productos del tabaco, y

VII. Las leyendas deberán ser escritas e impresas, sin que se invoque o haga referencia a alguna disposición legal directamente en el empaquetado o etiquetado.

La Secretaría publicará en el Diario Oficial de la Federación las disposiciones para la formulación, aprobación, aplicación, utilización e incorporación de las leyendas, imágenes, pictogramas y mensajes sanitarios que se incorporarán en los paquetes de productos del tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externo de los mismos, de acuerdo a lo establecido en esta Ley.

I. a III. ...

IV. Deberán ocupar el **50%** de la cara anterior, 100% de la cara posterior y el 100% de una de las caras laterales del paquete y la cajetilla;

V. Al **50%** de la cara anterior superior de la cajetilla se le deberán incorporar pictogramas o imágenes.

VI. Al **30%** de la cara posterior superior de la cajetilla se le deberán incorporar pictogramas o imágenes.

VII. ...

...

Artículo 20. En los paquetes de productos del tabaco, y en todo empaquetado y etiquetado externo de los mismos, no se promocionarán mensajes relacionados con estos productos de manera falsa, equívoca o engañosa que pudiera inducir a error con respecto a sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones.

Artículo 23. Queda prohibido realizar toda forma de patrocinio, como medio para posicionar los elementos de la marca de cualquier producto del tabaco o que fomente la compra y el consumo de productos del tabaco por parte de la población.

La publicidad y promoción de productos del tabaco únicamente será dirigida a mayores de edad a través de revistas para adultos, comunicación personal por correo o dentro de establecimientos de acceso exclusivo para aquéllos.

La industria, los propietarios y/o administradores de establecimientos donde se realice publicidad o promoción de estos productos deberán demostrar la mayoría de edad de los destinatarios de la misma.

Artículo 23. Queda prohibido realizar toda forma de **publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco, incluidos la marca, los elementos de marca y el fabricante de los mismos.**

Se eliminan el párrafo 2

Se elimina el párrafo 3

Artículo 26. Queda prohibido a cualquier persona consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de tabaco, así como en las escuelas públicas y privadas de educación básica y media superior.

En dichos lugares se fijará en el interior y en el exterior los letreros, logotipos y emblemas que establezca la Secretaría.

Artículo 27. En lugares con acceso al público, o en áreas interiores de trabajo, públicas o privadas, incluidas las universidades e instituciones de educación superior, podrán **existir** zonas **exclusivamente** para fumar, las cuales deberán **de conformidad con las disposiciones reglamentarias**:

I. Ubicarse en espacios al aire libre, o

II. En espacios interiores aislados que dispongan de mecanismos que eviten el traslado de partículas hacia los espacios 100% libres de humo de tabaco y que no sea paso obligado para los no fumadores.

Artículo 48. Se sancionará con multa:

I. De hasta cien veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 26 de esta Ley;

II. De mil hasta cuatro mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de las disposiciones contenidas en los artículos 14, 15, 16, 27 y 28 de esta Ley, y

III. De cuatro mil hasta diez mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de las disposiciones contenidas en los artículos 13, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 31 y 32, de esta Ley.

Artículo 26. Queda prohibido a cualquier persona consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de tabaco, así como en las escuelas públicas y privadas de educación básica, media superior y **superior**.

...

Artículo 27. En lugares con acceso al público, públicos o privados, podrán **existir** zonas **exclusivamente** para fumar, las cuales se **ubicarán únicamente en espacios al aire libre de conformidad con las disposiciones reglamentarias que para tal efecto emita la Secretaría de Salud**.

Artículo 48. Se sancionará con multa:

I. De **cien veces hasta dos mil veces** el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 26 de esta Ley;

II. De mil hasta cuatro mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de las disposiciones contenidas en los artículos 15, 16 y 28 de esta Ley, y

III. De cuatro mil hasta diez mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, el incumplimiento de las disposiciones contenidas en los artículos 13, **14**, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 31 y 32, de esta Ley.