

PODER LEGISLATIVO



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
REPÚBLICA ARGENTINA

LEGISLADORES

Nº **304**

PERIODO LEGISLATIVO **2017**

EXTRACTO: BLOQUE U.C.R. - CAMBIEMOS PROYECTO DE LEY SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE SALUD DESTINADAS A DESALENTAR EL CONSUMO DE TABACO.

Entró en la Sesión de:

Girado a la Comisión Nº:

Orden del día Nº:

PODER LEGISLATIVO



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
REPÚBLICA ARGENTINA

PARTICULARES

Nº **025**

PERIODO LEGISLATIVO **2017**

EXTRACTO: PATRICIA CROCI Y RAÚL MALTEZ NOTA
ADJUNTANDO PROYECTO DE LEY SOBRE LA
IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE SALUD DESTINADAS A
DESALENTAR EL CONSUMO DE TABACO.

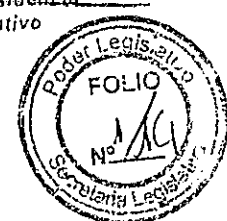
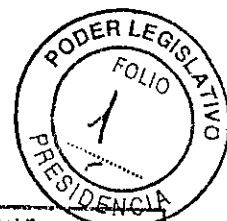
Entró en la Sesión de:

Girado a la Comisión Nº:

Orden del día Nº:

Al Sr. Presidente de la Honorable Legislatura de
la Provincia de Tierra del Fuego:
Dn. Juan Carlos Arcando

| | | |
|--|-------------|---------------|
| Provincia de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur Poder Legislativo PRESIDENCIA | | |
| REGISTRO N° 1718 | 21 JUN 2017 | HORA 13:18 |
| Nancy SALAMANCA Auxiliar Administrativo Despacho de Presidencia Poder Legislativo | | |



*El tabaquismo es la principal causa de muertes tempranas evitables del mundo.
Es responsable de 4 muertes por hora en Argentina.*

Se ha convertido en la mayor epidemia que conozca la humanidad, provocando devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, económicas y ambientales; no solo por el consumo de tabaco sino por la exposición a su humo ambiental.

Alarmados porque la patagonia es la región de mayor consumo del país y porque la epidemia se desplaza hacia los sectores más vulnerables, como mujeres, niños y la clase social más desfavorecida; es que presentamos este proyecto de ley, confeccionado bajo los lineamientos de la ley nacional 26687 y el Convenio Marco del Control de Tabaco.

El presente proyecto de ley tiene como objetivo la implementación de políticas de salud destinadas a desalentar el consumo de tabaco.

La exposición a las marcas y la visualización de los exhibidores de cigarrillos son un factor de peso para comenzar a fumar. En el punto de venta, la publicidad actúa como un fuerte estímulo fundamentalmente para niños, niñas y adolescentes.

La prohibición completa de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco es una de las maneras más efectivas de desnaturalizar y reducir el consumo de tabaco entre los jóvenes.

El Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT) establece en su artículo 13 que una de las medidas decisivas para desincentivar el consumo de tabaco es la prohibición completa de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de sus productos.

Las directrices al artículo 13 del CMCT, elaboradas por los países partes del tratado, establecen recomendaciones para introducir y aplicar esta medida. De acuerdo a estas directrices y conforme a las definiciones del CMCT, la prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco se aplica a "toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial y toda forma de contribución a cualquier acto,

| | |
|---|----------------|
| PODER LEGISLATIVO SECRETARIA LEGISLATIVA | |
| 26 JUN 2017 | |
| MESA DE ENTRADA | |
| N° 025 | HS. N. CO IRMA |



actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco". Y esto es extensivo a la publicidad, la promoción y el patrocinio transfronterizos.

El presente proyecto de ley también tiene como objetivo la prohibición de la exhibición de los productos elaborados con tabaco.

En ese sentido, las directrices del artículo 13 de la CMCT establece que la exhibición de productos de tabaco en puntos de venta es en sí misma una forma de publicidad y promoción. La exhibición de productos es un medio clave para promover productos de tabaco y el consumo de éstos, inclusive mediante la incitación a comprar productos de tabaco, creando la impresión de que el consumo de tabaco es socialmente aceptable, y haciendo más difícil que los consumidores de tabaco abandonen el hábito.

En el mismo sentido la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN), emitió el fallo que rechaza el pedido de inconstitucionalidad contra la ley de control de tabaco de Santa Fe realizado por Nobleza Piccardo en 2006, reconociendo que la provincia cuenta con la facultad constitucional de tomar medidas, que protejan el derecho a la salud, consagrado en la Constitución Nacional y provincial, como lo es la prohibición completa de publicidad de tabaco.

Expresa además, que el supremo derecho a la salud tiene supremacía por sobre cualquier acto comercial

(El derecho a la salud está íntimamente relacionado con el derecho a la vida y el Tribunal ha sostenido que este derecho es una manda consagrada por la CN y los tratados internacionales que implican una obligación impostergable del Estado Nacional para garantizarlo con acciones positivas. (Considerando 14)

Por los motivos expuestos solicito a esta Honorable Cámara me acompañe con su voto afirmativo.-

Lic. Patricia Croci
Aliar Tierra del Fuego
(02964) 626176.-

Dr. Raúl Maltez
Cardiólogo
(02964) 403460

| | | |
|--|-------------|---------------|
| Provincia de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur Poder Legislativo PRESIDENCIA | | |
| REGISTRO N° A-19 | 21 JUN 2017 | HORA 13:57 |
| Nancy SALAMANCA Auxiliar Administrativo Despacho de Presidencia Poder Legislativo | | |

| | |
|--|--------------|
| Provincia de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur Poder Legislativo DELEGACIÓN RIO GRANDE | |
| REGISTRO N° 413 | 16 JUN. 2017 |
| FIRMA | |

MARTÍN ANDRADE
Delegación Río Grande
Legislatura Provincial

Para Ser Legislativa -

Juan Carlos ARCANDO
Vicegobernador
Presidente del Poder Legislativo
26/06/17



Proyecto de Ley Provincial de Control del Tabaco

Capítulo I Disposiciones Generales



ARTICULO .- Los objetivos de la presente ley son:

- a) Reducir el consumo de productos elaborados con tabaco;
- b) Reducir al mínimo la exposición de las personas a los efectos nocivos del humo del tabaco;
- c) Reducir o evitar las consecuencias que, en la salud humana, origina el consumo de los productos elaborados con tabaco.

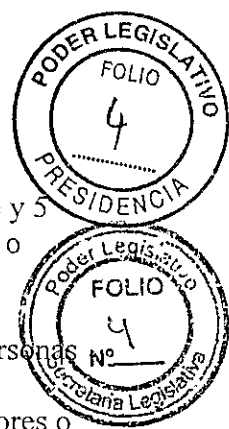
e) Desincentivar el inicio del consumo de productos del tabaco, entre sus principales víctimas, niños, niñas y jóvenes.

ARTICULO .- Declarase sustancias nocivas para la salud de las personas, a los productos y subproductos destinados a fumar, elaborados con tabaco.

ARTICULO .- Quedan comprendidos en los alcances de la presente ley, en todo el territorio de la provincia, los productos hechos con tabaco que se destinen al consumo humano. Entiéndase producto de tabaco a cualquier sustancia o bien manufacturado compuesto total o parcialmente de tabaco, incluidas las hojas y cualquier extracto derivado de las mismas. Quedan incluidos los papeles, tubos y filtros utilizados en productos para fumar y cigarrillo electrónico.

ARTICULO .- Entiéndase a los efectos de la aplicación de la presente ley:

- a) Como fumar, al estar en posesión o control de un producto de tabaco encendido, independientemente de si la persona está inhalando o exhalando humo.
- b) Como espacio cerrado, a aquellos lugares con paredes que cubran el 40% o más de la distancia entre el piso y el techo y/o cielorraso y/o que abarquen el 60% o más del perímetro del ambiente y/o que estén techadas, total o parcialmente, independientemente de la cantidad de aberturas o sistemas de ventilación que posean. Esto incluye, como ejemplos y solo a los fines demostrativos, salones, salas, aulas, pasillos, corredores, baños, escaleras, ascensores, salas de estar o de descanso, galpones, depósitos, cocinas, cuartos de limpieza, vestíbulos, salas de recepción, patios techados con cerramientos, galerías, etc.
- c) Como espacio semi-cerrado, aquel espacio con cerramientos parciales de dimensiones menores a las delimitados en la definición precedente de espacio cerrado, tanto en relación a techo como paredes.
- d) Como espacio cerrado de acceso público del ámbito privado a aquellos lugares donde el público puede circular, ingresar o permanecer o donde el público es invitado a ingresar o se le permite la entrada.
- e) Como espacios abiertos públicos de uso común y habitual a aquellos sectores, lugares o espacios de dominio o propiedad pública nacional, provincial o municipal, vados de acceso público sin ningún tipo de cerramiento, donde el público concurre en forma habitual para actividades de esparcimiento, ocio, recreativas y/deportivas.



f) Como trayecto de entrada a los espacios cerrados al área delimitada entre 5 metros al frente y 5 metros hacia ambos lados desde el marco de puerta de entrada a un edificio o espacio cerrado o semi-cerrado en el que rija la prohibición de fumar.

g) Como espacio público, aquel en el que se permita la entrada, tránsito o permanencia de personas del público en general, independientemente de la propiedad o del derecho al acceso. Los establecimientos, sin acceso al público pero destinados para el cuidado de niños, adultos mayores o personas con capacidades diferentes, serán considerados como espacio público a los fines de la ley.

h) Como lugar de trabajo, al área bajo el control de un empleador, público o privado, que los empleados usan, ya sea en el transcurso de su tarea laboral habitual, como en forma esporádica o eventual, tales como baños, depósitos, áreas de descanso.-

i) Como contaminación ambiental por HTA, a la presencia en el aire en ambientes en donde existe interrelación humana, de elementos nocivos provenientes del humo de tabaco y generados por la combustión de tabaco y sus productos en cualquiera de sus formas y que provocan, de esta manera, una degradación de dicho aire ambiental, que produce consecuencias sanitarias negativas e indeseables.

j) Como publicidad y promoción toda forma de comunicación, recomendación 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. 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, el uso de tabaco, una marca comercial de producto del tabaco o una empresa elaboradora de productos del tabaco.

h) Como exhibición del tabaco: toda forma de exposición de productos elaborados con tabaco que permita su visibilidad.

CAPÍTULO II

CREACIÓN DEL PROGRAMA PROVINCIAL

ARTÍCULO .-Créase el Programa Provincial de Control del Tabaquismo dependiente del Ministerio de Salud o quién en el futuro lo reemplace, cuyas acciones están destinadas a la prevención primaria y secundaria, del hábito de fumar, con el objeto de disminuir, en la población la morbimortalidad causada por el consumo activo y pasivo del tabaco en cualquiera de sus formas, siendo sus normas de orden público.

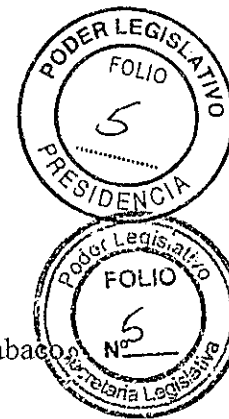
Sus objetivos serán:

a) La realización de campañas de información y esclarecimiento en establecimientos educacionales, acerca de los riesgos que implica el consumo del tabaco, promoviendo estilos de vida y conductas saludables;

e) La implementación de campañas educativas a través de los medios masivos de comunicación social, orientadas principalmente a fomentar nuevas generaciones de no fumadores;

f) El impulso y la planificación de procedimientos de control para asegurar el cumplimiento de las normas de publicidad, comercialización, distribución y consumo de productos destinados a fumar;

g) El desarrollo de una conciencia social sobre el derecho de los no fumadores, a respirar aire sin la contaminación ambiental producida por el humo del tabaco, en los espacios cerrados;



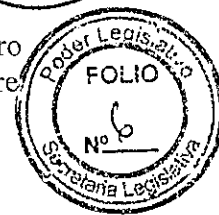
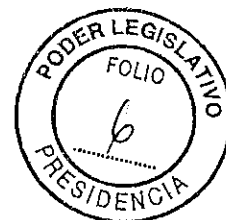
- h) La formulación de programas de asistencia gratuita para las personas que consuman tabaco, interesadas en dejar de fumar, facilitando su rehabilitación;
- i) El estímulo a las nuevas generaciones para que no se inicien en el hábito tabáquico, especialmente a las mujeres embarazadas y madres lactantes, resaltando los riesgos que representa fumar para la salud de sus hijos/as;
- j) La difusión del conocimiento de las patologías vinculadas con el tabaquismo, sus consecuencias y las formas de prevención y tratamiento;
- k) Reconocer la adicción del tabaco como una enfermedad para su diagnóstico, tratamiento y cobertura médica en todos los sistemas de salud, público y privado.-

Capítulo III Ambientes libres de humo

ARTICULO .- Queda prohibido fumar o mantener encendido cigarrillos, tabaco u otros productos hechos con tabaco en áreas cerradas interiores, áreas semi-cerradas y en las proximidades de trayectos de ingreso de los siguientes espacios:

- A) todos los edificios públicos, dependientes de los tres poderes provinciales, municipalidades, comisiones de fomento, órganos descentralizados, tengan o no atención al público, cualquiera sea su finalidad (sanitaria, educativa, comercial, cultural, de servicios, judicial, etc.). Esto incluye, a modo de simple ejemplo enumerativo y no exhaustivo, oficinas administrativas, salas de deliberaciones, juzgados, talleres de mantenimiento, gimnasios públicos, etc.
- B) todos los vehículos propios de la administración público o contratados a su servicio.
- C) establecimientos comerciales, industriales y/o de servicios y/o cualquier otro tipo de institución pública o privada de uso público con ambientes cerrados localizadas en el territorio de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur cualquiera fuere la actividad desarrollada.
- D) medios de transporte público de todo tipo y distancia, (por vía terrestre, aérea o marítima) incluyendo taxis, remises, transportes escolares u otros tipos de transporte de alquiler.
- E) todos los lugares de trabajo cerrados, donde realice sus labores cualquier persona en calidad de empleado, trabajador, obrero, trabajador voluntario, etc. que no haya sido definido en los artículos precedentes. Esto incluye corredores, pasillo, salas de estar, baños, escaleras, ascensores, áreas de descanso, cafeterías y otras áreas que las/los trabajadores utilizan durante su empleo, incluso si en dichas áreas no efectúan su labor.

ARTICULO .- Queda prohibido fumar o mantener encendido cigarrillos, tabaco u otros productos hechos con tabaco en patios abiertos de instituciones privadas de acceso público y los estadios deportivos abiertos, clubes deportivos.



ARTICULO .- Cualquier duda con relación a si el espacio cerrado queda o no comprendido dentro de la prohibición de la presente ley deberá interpretarse a favor de la protección del ambiente libre de humo.

ARTICULO .- En caso de conflicto, en todos aquellos lugares alcanzados por la prohibición de fumar establecida en la presente ley, prevalecerá siempre el derecho a la salud de los no fumadores, sobre el derecho de los fumadores a fumar.

ARTICULO .- Todos los establecimientos e instituciones a que hace referencia el artículo 3° deberán tener, en lugares visibles, carteles que indique la prohibición, mediante el texto "Este edificio/transporte/espacio es libre de humo de tabaco. No fumar aquí".

ARTICULO: - Los establecimientos definidos precedentemente, no podrán tener a la vista elementos que inciten, sugieran, colaboren o favorezcan el hábito de fumar (ceniceros, encendedores, carteles, folletería, etc.)

Capítulo IV Comercialización y Distribución

ARTICULO .- Queda prohibido el ofrecimiento, venta y/o distribución gratuita de cigarrillos, tabaco u otros productos hechos con tabaco a menores de 18 (dieciocho) años de edad para su uso o para el uso de terceros.

En caso de duda, se deberá solicitar la exhibición de documentación que acredite la edad de la persona.

Cada vendedor colocará dentro del local donde se expendan productos de tabaco un cartel que indique: "Está prohibida la venta de productos del tabaco a menores de edad, Ley N° .

ARTICULO .- La venta u ofrecimiento de venta de productos de tabaco podrá realizarse solamente en un paquete que contenga las cantidades o número de unidades mencionadas por el fabricante, quedando prohibida la apertura de los envases originales y la venta fraccionada.

ARTICULO .- No podrá venderse ni ofrecer productos de tabaco en un lugar diferente a los establecimientos habilitados para tales efectos por la municipalidad, conforme la normativa vigente ni en clubes nocturnos, discotecas o similares, establecimientos deportivos, gastronómico ni en lugares destinados al esparcimiento donde concurren niños y/o jóvenes.

ARTICULO .- Los comercios descriptos en el artículo precedente tienen permitida la venta, pero quedan incluidos en la prohibición establecida en el artículo 1°

ARTICULO – Se prohíbe la venta y ofrecimiento de productos de tabaco a través de distribuidores automáticos. Entiéndase por tales a 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.

ARTICULO .-Se prohíbe la venta, distribución, publicidad y/o entrega por cualquier medio a título gratuito de productos del tabaco en lo siguientes lugares:

- A) establecimientos educativos de todos los niveles
- B) establecimientos sanitarios
- C) lugares de concurrencia masiva para menores de edad (ej. locales de juegos mecánicos, peloteros)
- D) establecimientos deportivos.
- E) los edificios públicos dependientes de la Provincia, Municipalidades y Comisiones de Fomento que tengan o no atención al público, cualquiera sea su finalidad.



Capítulo V Promoción y publicidad

ARTICULO .- Prohíbese la publicidad, promoción y exhibición de productos elaborados con tabaco , sus derivados y accesorios para fumar en dispensadores y cualquier otra clase estantería ubicada en los locales donde se venden los productos de tabaco.

Tal prohibición incluye la publicidad a través de marcas, slogans, dibujos, logotipos, símbolos, lemas, colores corporativos, sonidos músicas o cualquier otra forma identificatoria o distintiva de la marca o empresa elaboradora del producto.

En caso de violación o incumplimiento a lo normado en el presente artículo, habrá responsabilidad solidaria entre el titular y/o responsable del establecimiento comercial, industrial o de servicio o institución donde se realice la propaganda o publicidad y el titular y/o responsable de la tabacalera favorecida por la publicidad.

ARTICULO .- Los locales comerciales donde se vendan productos del tabaco, podrán colocar letreros en el interior, indicando que tienen productos del tabaco para la venta y cuáles son, sus marcas y especificaciones y los precios respectivos, a condición que los mismos no se vean directa o indirectamente desde el exterior, colores, logos, isotipos , o cualquier otro diseño que permita identificar las marcas comerciales de productos de tabaco o sus compañías productoras, sean en blanco y negro, sin luces, y en carteles o soportes no mayores a tamaño A4.

ARTICULO .- Queda prohibido toda clase de auspicio, patrocinio o esponsorio de cualquier tipo de eventos o actividades por parte de empresas dedicadas a la industrialización o comercialización , de tabaco o productos hechos con tabaco.

En caso de violación o incumplimiento a lo normado en el presente artículo, habrá responsabilidad solidaria entre el titular y/o responsable de la empresa auspiciante, los organizadores de los eventos o actividades y/o el titular y/o responsable de titular y/o responsable del establecimiento o institución donde se realicen dichos eventos o actividades.

ARTÍCULO 9.- Prohibese, el desarrollo, difusión y patrocinio corporativo o empresarial de acciones de Responsabilidad Social empresarial a favor de Entes Gubernamentales u Organizaciones no Gubernamentales.

Capítulo VI Sanciones por incumplimientos



ARTICULO .- Los incumplimientos del Capítulo II de la presente ley, referente a espacios libres de humo, se tratarán de la siguiente manera:



A) El particular que concurra a un lugar dónde eventualmente se acredite incumplimiento de la prohibición de fumar, puede solicitar al responsable del establecimiento, el cese de tal actitud y, en caso de persistir el comportamiento, el retiro del infractor, El responsable del establecimiento tiene facultades de ordenar a quién no observara las prohibiciones, el cese de su conducta y en caso de persistir en ese comportamiento, el desalojo del infractor, pudiendo requerir el auxilio de la fuerza pública si fuere menester.

B) Si el infractor cumpliera funciones en establecimientos públicos dependientes de los Municipios o la Provincia, será considerada como incumplimiento de las obligaciones acordadas en los respectivos Estatutos para el Personal, habilitando a la superioridad y/o a la Autoridad de Aplicación a ejercer la competencia disciplinaria, conforme lo normado en el Artículo

C) En los organismos públicos provinciales, las autoridades a cargo de cada sección y oficinas, serán las responsables de hacer cumplir esta norma con respecto de sus subordinados y al público que ingrese o permanezca en su área de responsabilidad; sin perjuicio de los controles de cumplimiento de la presente ley que ejercerán, también en dichos sitios los inspectores de la Autoridad de Aplicación o las instituciones con convenios firmados con esta.

D) El infractor individual que fume en los espacios no habilitados será pasible de una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 50)

E) El Director General, propietario, titular, representante legal y/o responsable y/o jefe del área o sección de los ámbitos y/o establecimientos donde estuviera prohibido fumar que no haga cumplir dicha prohibición será pasible de las siguientes sanciones:

- a) La primera vez: Apercibimiento
- b) La segunda vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 200)
- c) La tercera vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 400)
- d) La cuarta vez: Con la clausura efectiva de quince (15) días corridos, más una multa de Pesos (JUS -). (Equivalente a US 800)

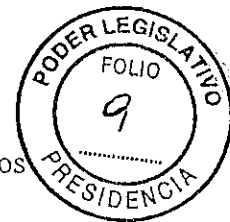
Iguales sanciones se adoptarán ante la falta de carteles indicadores de la prohibición de fumar.

ARTICULO La acumulación de infracciones se considerará por el término de doce (12) meses corridos y determinará la reincidencia del infractor.

La autoridad competente verificará si el responsable del establecimiento ha tomado los recaudos previstos y, en su caso, requerido el auxilio de la fuerza pública, en cuyo supuesto no se instruirá causa.-

ARTICULO .- Los incumplimientos del Capítulo III de la presente ley, referentes a la venta a menores de 18 años, la falta de carteles sobre esa prohibición y la venta fraccionada de cigarrillos, se tratarán de la siguiente manera:

- a) La primera vez: Apercibimiento
- b) La segunda vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 50)
- c) La tercera vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 100)



d) La cuarta vez: Con la clausura efectiva de quince (15) días corridos, más una multa de Pesos (JUS -). (Equivalente a US 200)

ARTICULO .- Los incumplimientos del Capítulo III de la presente ley, referentes a la venta de cigarrillos en lugares no habilitados, se tratarán de la siguiente manera:



La primera vez: Apercibimiento

b) La segunda vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 200)

c) La tercera vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 400)

d) La cuarta vez: Con la clausura efectiva de quince (15) días corridos, más una multa de Pesos (JUS -). (Equivalente a US 800)

ARTICULO .- Los incumplimientos del Capítulo IV de la presente ley, referentes a la promoción y publicidad de productos del tabaco, se tratarán de la siguiente manera:

La propaganda o publicidad directa o indirecta, por cualquier medio que fuere, que tenga por fin la difusión, promoción, incitación a la venta y al consumo de cigarrillos, tabaco y otros productos hechos con tabaco, a través de cualquier forma identificatoria o distintiva del producto, para el local comercial donde se realice la actividad de publicidad

1) La primera vez: Apercibimiento

2) La segunda vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 500)

3) La tercera vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 1000)

4) La cuarta vez: Con la clausura efectiva del local por quince (15) días corridos, más una multa de Pesos (JUS -). (Equivalente a US 2000)

Si la propaganda o publicidad se hubiere realizado a través de empresa publicitaria, ésta será sancionada con multa igual y decomiso de los elementos utilizados para la misma.

En la segunda reincidencia, además de la sanción precedente, podrá disponerse la caducidad de la habilitación otorgada a la empresa publicitaria.

Para la tabacalera favorecida con la propaganda o publicidad, las sanciones serán:

1) La primera vez: Apercibimiento

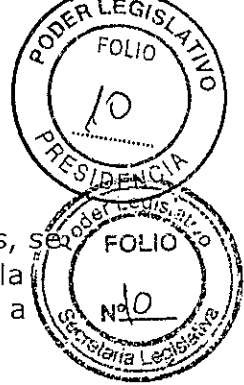
2) La segunda vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 3000)

3) La tercera vez: Una multa de Pesos (JUS -) (Equivalente a US 6000)

4) La cuarta vez: Una multa de Pesos (JUS -). (Equivalente a US 12000)

Iguales sanciones se aplicaran por el auspicio, patrocinio o sponsoreo de cualquier tipo de eventos o actividades por parte de empresas dedicadas a la industrialización o comercialización de tabaco o productos hechos con tabaco.

ARTICULO .- Cada día de violación continua de la presente ley, será considerado como una violación independiente, con efectos sumatorios en cuanto a las sanciones.



ARTICULO .- Las infracciones establecidas en la presente ley, serán sancionadas administrativamente por el Ministerio de Salud. Verificado alguno de los incumplimientos, se labrará un acta por parte de la autoridad de aplicación, notificando al infractor de la misma, quien podrá, en un plazo de 10 días corridos, formular descargo que haga a su defensa. Cumplido dicho plazo, la Autoridad de Aplicación emitirá acto administrativo correspondiente.

ARTICULO .- La Autoridad de Aplicación de la presente ley será el Ministerio de Salud o quien en el futuro la reemplace, quien controlará el cumplimiento de la misma. La Autoridad de Aplicación podrá efectuar inspecciones en todos los ámbitos de aplicación de la ley, realizando actas de las mismas y ejecutar las sanciones previstas para los incumplimientos. Podrá celebrar convenios con otros organismos provinciales, municipios, comisiones de fomento a fin de establecer protocolos de actuación comunes para monitoreo del cumplimiento de la presente ley. El organismo de control, fiscalizador y receptor de las diferentes denuncias de las infracciones a la presente Ley y su reglamentación en la Provincia, será la Dirección de Fiscalización Sanitaria, dependiente del Ministerio de Salud. La Autoridad de Aplicación arbitrará los medios para incorporar los mecanismos y los Inspectores necesarios para efectivizar el control de la presente Ley.-

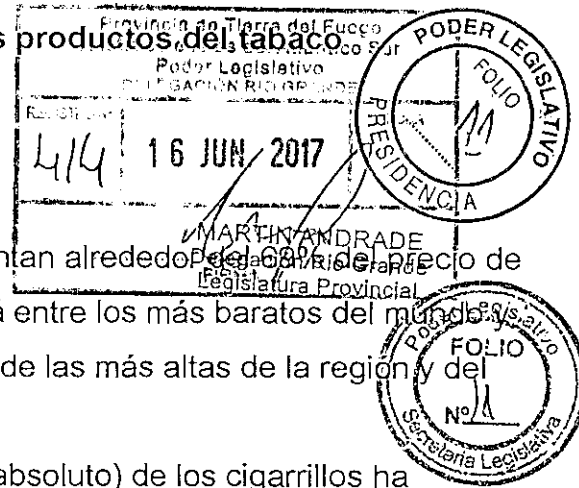
Artículo.- En la reglamentación de la presente ley, se facilitará que el Programa Provincial de Control del Tabaquismo, recepcione simultáneamente las denuncias, participe en el seguimiento de la infracción a fin de llevar un registro estadístico de los ámbitos donde se incumple la norma, como así también verifique el efectivo cumplimiento de las sanciones.

ARTÍCULO .- Invitase a los Municipios a adherir a la presente.-

ARTÍCULO .- Deróguese Ley Provincial 175/1994

ARTICULO .- La presente ley entrara en vigencia a los 90 días de su promulgación.

ARTÍCULO .- Regístrese, comuníquese al Poder Ejecutivo y archívese.-



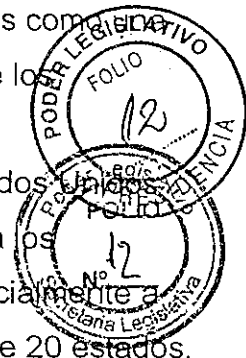
Fundamentos

En Argentina, los impuestos al tabaco representan alrededor del 60% del precio de venta al público, sin embargo el precio de los cigarrillos está entre los más baratos del mundo. La accesibilidad se duplicó en la última década, siendo una de las más altas de la región y del mundo.

En los últimos años, el precio nominal (precio absoluto) de los cigarrillos ha aumentado. Sin embargo, al ajustar por inflación, se observa un estancamiento o incluso reducción del precio real de los cigarrillos. La cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden comprar con un sueldo promedio casi se duplicó, 236 en 2005 a 462 en 2013. Este aumento de la accesibilidad a los cigarrillos minimiza el impacto de los avances logrados en materia de control de tabaco en nuestro país. La Tierra del Fuego presenta una situación mas desfavorable en materia de prevención, ya que los cigarrillos están eximidos del IVA por la ley 19640, contando hoy con uno de los cigarrillos más baratos del mundo y por lo tanto muy accesibles a niños y adolescentes, lo que configura un elevado riesgo para la iniciación temprana en la adicción. Sumado a esto, pese a las ordenanzas, no hay un control acerca del expendio de cigarrillos a menores de 18 años, como establecen las ordenanzas. El aumento del precio real de los cigarrillos contribuye a que las personas que fuman abandonen el consumo, disminuye la iniciación al consumo de los niños, niñas y jóvenes (potenciales fumadores), reduce la cantidad de cigarrillos que consumen los consumidores actuales, reduce los incentivos para que los ex-fumadores recaigan en la adicción, disminuye los costos sanitarios por enfermedades atribuibles al tabaco e incrementa los ingresos fiscales.

Un estudio de demanda efectuado por la Fundación Inter-Americana del Corazón Argentina en 2013², muestra que un aumento del 10% en el precio real de los cigarrillos reduce el consumo total de cigarrillos en torno al 3% y si aumentara un 33%, el consumo de tabaco se reduciría en 10%. Por el lado de la capacidad de compra de los usuarios, se demostró que un crecimiento del ingreso del 10% lleva a un aumento del consumo de cigarrillos del 4%. En base a estos efectos en la demanda, se calcula que un incremento del 100% del precio real de los cigarrillos, sumado a la implementación de las leyes provinciales de control de tabaco, evitaría 15.500 muertes por enfermedades cardiacas, 34.600 infartos de miocardio y 11.900 ACVs.³

Casi el 75% de la población argentina apoya el aumento de los impuestos al tabaco. La Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos (GATS), realizada en 2012 por el Ministerio de Salud de la Nación y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) indagaba la opinión de la población respecto de las distintas políticas de control del tabaco. El



74,8% de los encuestados se manifestó a favor de impulsar aumentos de impuestos como medida de salud pública (incluso esta medida fue identificada como favorable entre los fumadores habituales, los que en 54,3% se mostraron a favor).

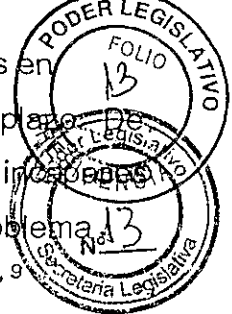
Existen antecedentes internacionales para este tipo de medidas. Estados Unidos ha sido uno de los países que ha avanzado con la adopción de medidas fiscales a los productos de tabaco en el nivel sub-nacional. Desde principios de los 2000, y especialmente a partir del 2006, se han observado aumentos de los impuestos estatales en más de 20 estados. Solo en 2010, por ejemplo, se aumentaron los impuestos a los cigarrillos en 6 estados: Hawái, Utah, Carolina del Sur, Washington, Nueva York y Nueva México. En todos los casos aumentó la recaudación fiscal. Al mismo tiempo, en todos los estados que aplicaron impuestos significativos a los productos de tabaco se observó un incremento de los ingresos fiscales y una disminución del consumo. ⁴

Canadá es otro país federal que también avanzó con impuestos al tabaco a nivel provincial. Entre 2006 y 2012 se implementaron importantes aumentos de impuestos que llevaron al crecimiento de los precios del tabaco con la consecuente disminución del consumo y aumento de la recaudación fiscal. ⁵ En Australia se aplicó una tasa de licencia (*licence fee*), donde los territorios aplicaban la carga a los mayoristas. La tasa aseguraba que se cubrieran los costos de la regulación y se generaran ingresos adicionales para los territorios. A partir de 1997 el Gobierno Federal acordó cobrar la sobretasa y transferirla a los territorios y Estados. De este modo, las tasas sub-nacionales funcionaron como el puntapié inicial para el cambio del sistema tributario en el país. ⁶

Dados los importantes beneficios que la política de incremento de impuestos al tabaco representan para la salud pública y para la economía, la comunidad internacional ha reconocido la necesidad de implementar esta medida en el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT). En este sentido, el artículo 6 del tratado, en conjunto con los principios rectores y recomendaciones consensuados en 2012 durante la quinta Conferencia de las Partes (COP5), establecen que las Partes deben aplicar medidas impositivas dirigidas a la reducción del consumo de tabaco y reconocen que las medidas relacionadas con los precios e impuestos son un medio eficaz para que diversos sectores de la población, en particular los jóvenes y los sectores de menores ingresos, reduzcan el consumo de tabaco.

La industria tabacalera sostiene que las medidas fiscales provinciales sobre los productos de tabaco producirán pérdidas y aumentarán la evasión y/o el comercio ilegal. Sin embargo, la experiencia internacional desmiente estos argumentos. Se ha demostrado que cuando una jurisdicción sub-nacional aumenta el precio de sus cigarrillos vía una medida tributaria recibe más ingresos de lo que hubiera recaudado en ausencia de dicho aumento, al mismo tiempo que experimenta una caída en el consumo de productos de tabaco. Esto es así

aun en casos en los que se verifica que los consumidores viajan a territorios vecinos en búsqueda de precios más bajos, ya que esta dinámica solo se mantiene en el corto plazo. De hecho, las investigaciones muestran que el comercio ilegal y la evasión no sólo son importantes para eliminar el aumento de los ingresos fiscales, sino también que constituyen un problema mucho más pequeño de lo que las empresas tabacaleras y sus aliados sostienen.^{7,8,9}

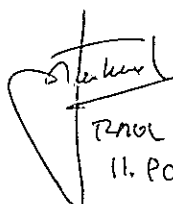


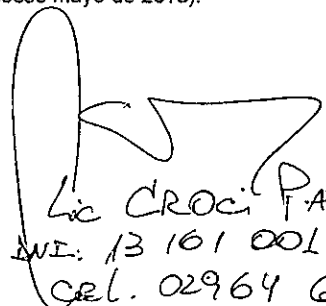
La Provincia de Tierra del Fuego cuenta con un proyecto de ley en la Legislatura, aún sin sancionar y Ordenanzas de Ambientes libre de humo en las dos principales ciudades de la provincia. El aumento del precio de los productos del tabaco, a través de la aplicación de una tasa provincial, es la otra medida legislativa de control del tabaquismo recomendada por la Organización Mundial de la Salud, que puede ser implementada a nivel provincial.

La aplicación de una tasa provincial a los productos de tabaco es una herramienta eficaz para reducir el consumo de tabaco (con el consecuente beneficio para la salud), proveer servicios de cesación tabáquica y reducir los gastos sanitarios que generan las enfermedades ocasionadas por el tabaquismo.¹⁰

Bibliografía

1. Rodríguez-Iglesias G, González-Rozada M, Champagne BM, Schoj V. Real price and affordability as challenges for effective tobacco control policies: an analysis for Argentina. Rev Panam Salud Publica. 2015;37(2):98-103.
2. Gonzalez -Rozada M, Rodríguez Iglesias G, Schoj V, Chaloupka Frank y Champagne B. Analysis of Cigarette Tax Structure as a Requirement for an Effective Tax Policy: Evaluation and Simulation for Argentina. Draft disponible en : <http://ideas.repec.org/p/udt/wpecon/wp201402.html>
3. Konfino, J., et al., Impact on cardiovascular disease events of the implementation of Argentina's national tobacco control law. Tobacco Control, 2014. 23(2): p. e6.
4. Orzechowski & Walker, Tax Burden on Tobacco. U.S. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, Disponible en: http://www.taxadmin.org/fta/tobacco/papers/tax_burden_2012.pdf (Acceso mayo de 2015)
5. Tobacco Use in Canada: Patterns and Trends. Supplement: Tobacco control policies in Canada. 2013. Edition. University of Waterloo, Ontario. Disponible en: www.tobaccoreport.ca y en www.propel.uwaterloo.ca (Acceso mayo de 2015)
6. Treasury, A. and P. Costello, Tax Reform: Not a New Tax, a New Tax System: the Howard Government's Plan for a New Tax System 1998: Treasury.
7. Emery, S, et al., "Was There Significant Tax Evasion After the 1999 50 Cent Per Pack Cigarette Tax Increase in California?" Tobacco Control 11:130-34, June 2002, Disponible en: <http://tc.bmjournals.com/cgi/reprint/11/2/130.pdf> (Acceso mayo de 2015)
8. Ver TFK Factsheet, State Options to Prevent and Reduce Cigarette Smuggling and Block Other Illegal Efforts to Evade State Tobacco Taxes, Disponible en: <http://tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0274.pdf> (Acceso mayo de 2015). Ver también TFK factsheet, The Many Ways States Can Raise Revenue While Also Reducing Tobacco Use and Its Many Harms & Costs, Disponible en: <http://tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0357.pdf> (Acceso mayo de 2015)
9. TFK Factsheet, The New York City Experience: New Revenues from a \$1.42 Per Pack Cigarette Tax Increase, Disponible en: <http://tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0307.pdf> (Acceso mayo de 2015)
10. Ver Campaign for Tobacco-Free Kids (TFK) Factsheet, Tobacco Tax Increases are a Reliable Source of Substantial New State Revenue, Disponible en: <http://www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0303.pdf> (Acceso mayo de 2015).


PAUL WALTER
11. POP. 001
15403560


Lic. CROCI PATRICIA
DNI: 13 161 001
CEL. 02964 626176.

Anteproyecto de Ley Provincial de Tasa sobre los productos del tabaco

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO
SANCIONA CON FUERZA DE

LEY:



Artículo 1º: Fijese una tasa por compra de productos elaborados con tabaco, que se comercialicen en la Provincia de Tierra del Fuego, cuyo valor alcanzará el equivalente al 100% del precio vigente de la unidad del producto, que será abonada por el consumidor del producto.

Artículo 2º: Actuarán como agentes de retención los distribuidores mayoristas de productos elaborados con tabaco o sus derivados, quienes serán responsables de ingresar el gravamen, con frecuencia bimensual. Efectuarán una declaración jurada, informando sobre el volumen de ventas, discriminado por tipo de producto, mediante la forma y periodicidad que determine el Poder Ejecutivo Provincial. En forma anual, junto con la presentación de ingresos brutos, deberán presentar un consolidado de la cantidad de productos vendidos y de los importes depositados.

Artículo 3º: El monto de lo producido por la aplicación de la tasa creada en el Artículo 1º se depositará en la cuenta de Recupero Financiero, del Ministerio de Salud de la Provincia, o el organismo que lo reemplace en el futuro.

Artículo 4º: El producido por la percepción de la tasa creada en el artículo 1º, constituye un recurso de afectación específica, destinado exclusivamente a financiar la implementación de tratamientos de la adicción a la nicotina y cesación tabáquica, basados en la mejor evidencia científica disponible, en el ámbito de los centros de salud y hospitales dependientes del Ministerio de Salud de la Provincia del Neuquén, o el organismo que lo reemplace en el futuro.

Artículo 5º: Será autoridad de aplicación la Dirección Provincial de Rentas, o el organismo que lo reemplace en el futuro, sin perjuicio de la competencia de otros organismos en sus áreas específicas, quien controlará el cumplimiento de la misma.

Artículo 6º: La Autoridad de Aplicación dictará las disposiciones reglamentarias necesarias para la implementación efectiva de la tasa creada por esta ley, como así también determinar las sanciones que correspondan por su incumplimiento, dentro de los ciento ochenta (180) días de promulgada la presente ley.

Artículo 7º: La autoridad de aplicación deberá dar una adecuada difusión de los alcances de la presente Ley para una efectiva concientización de los ciudadanos, dispónese que la misma entre en vigencia a los noventa (90) días de promulgada.

Artículo 8º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura Provincial de Tierra del Fuego, a los