



DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN

PERÍODO ANUAL DE SESIONES 2016-2017

Dictamen 22-2016-2017/CSP-CR

Señora presidenta:

Ha sido remitido para dictamen de la Comisión de Salud y Población el **Proyecto de Ley 144/2016-CR**, presentado por el grupo parlamentario Acción Popular, a iniciativa del congresista Yonhy Lescano Ancieta, por el que se propone la Ley que modifica la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas.

El presente dictamen fue aprobado **UNANIMIDAD** en la quinta sesión extraordinaria de la comisión, celebrada el 21 de junio de 2017.

1. SITUACIÓN PROCESAL

a) Antecedentes

- El Proyecto de Ley 144/2016-CR ingresó al Área de Trámite Documentario el 25 de agosto de 2016 y fue derivado para su estudio y dictamen a las comisiones de Salud y Población¹ y de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, mediante decreto de envío del 31 de agosto de 2016. Esta última comisión ha emitido dictamen por unanimidad el 13 de diciembre de 2016.
- En el periodo parlamentario pasado, sobre este mismo tema, se presentaron diversos proyectos de ley que dieron origen a los instrumentos procesales parlamentarios siguientes:
 - o Dictamen de la Comisión de Salud y Población², recaído en los proyectos de Ley 1539/2012-CR y 2315/2012-CR, mediante el cual se proponía la Ley que regula la comercialización, distribución, suministro, publicidad, consumo e instigación al consumo de bebidas alcohólicas o tabaco, que, a pesar de tener dictamen favorable desde el 8 de junio de 2014, no fue considerado

¹ Esta comisión es principal a tenor de lo señalado en el artículo 77 del Reglamento del Congreso de la República, que indica "(...) En el decreto de envío se cuida de insertar la fecha, el número de la proposición y el nombre de la Comisión a la que se envía. En el caso de envío a más de una Comisión, el orden en que aparezcan en el decreto determina la importancia asignada a la Comisión en el conocimiento del asunto materia de la proposición". [El subrayado es nuestro]

² Este dictamen recayó en los proyectos de ley 1539/2012-CR y 2315/2012-CR, presentados por los congresistas Luciana León Romero y Gustavo Rondón Fudinaga, respectivamente.

para debate en el Pleno del Congreso, quedando archivado al término del periodo parlamentario 2011-2016.

- Dictamen de la Comisión de Justicia y Derechos Humanos³, recaído en los proyectos de ley 1539/2012-CR y 1791/2012-CR, mediante el cual se proponía la Ley que regula y sanciona la venta, distribución, suministro e instigación al consumo de bebidas alcohólicas o tabaco en menores de edad, que aprobó un dictamen de inhibición.
- Dictamen de la Comisión Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos⁴, recaído en los proyectos de ley 1083/2011-CR y 1313/2011-CR, mediante el cual se proponía la Ley que modifica la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, que, a pesar de tener dictamen favorable desde el 7 de noviembre de 2012, no fue considerado para debate en el Pleno del Congreso, quedando archivado al término del periodo parlamentario 2011-2016.
- Sobre los proyectos de ley referidos en el párrafo precedente la Comisión de Salud y Población del periodo parlamentario pasado acordó⁵ solicitar al Consejo Directivo asumir competencia conforme al artículo 77 del Reglamento del Congreso, no habiéndose pronunciado hasta el término de ese periodo.

b) Opiniones solicitadas

- **La Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, mediante Carta P/127.09.1/GL, del 14 de setiembre de 2016, suscrita por su primer vicepresidente Héctor Raúl García Béjar, expresa su desacuerdo con la iniciativa materia de estudio, señalando que se deben focalizar los esfuerzos en el control del cumplimiento de la legislación vigente y en campañas que logren reducir el consumo excesivo de bebidas alcohólicas. Finalmente, opina sugiriendo que se archive el proyecto ya que considera que solo originaría mayores costos para su implementación.
- **La Sociedad Nacional de Industrias (SNI)**, mediante Carta s/n, del 26 de setiembre de 2016, suscrita por Alfredo San Martín Novelli, asesor ejecutivo del Comité de la Industria Vitivinícola, señala lo siguiente:
 - En relación al artículo 4, referido a adicionar en los locales donde se expenden bebidas alcohólicas la frase *Si has ingerido bebidas alcohólicas,*

³ Este dictamen recayó en los proyectos de ley 1539/2012-CR y 1791/2012-CR, presentados por los congresistas Luciana León Romero y Aurelia Tan de Inafuco, respectivamente.

⁴ Este dictamen recayó en los proyectos de ley 1083/2011-CR y 1313/2011-CR, presentado por los congresistas Yonhy Lescano Ancieta y Agustín Molina Almanza, respectivamente.

⁵ Mediante Oficio 1744-2012-2013-CSP/CR del 16 de mayo del 2013, se solicitó asumir competencia, atendiendo al acuerdo adoptado en la décimo séptima sesión ordinaria del 15 de mayo de 2013.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

no manejes porque es un delito, propone que el mensaje sea *Si has ingerido bebidas alcohólicas por encima del límite legal, no manejes ya que este mensaje es más preciso.*

- Respecto a la modificación de los artículos 5 y 8, referida a añadir prohibiciones a la venta y publicidad de bebidas alcohólicas en los establecimiento de cualquier tipo situados en los márgenes de cualquier carretera nacional o en áreas cercanas con acceso directo a las mismas, señala que esta medida no causaría una disminución en los accidentes de tránsito y más bien constituiría un hecho discriminatorio, que obstaculiza la libre competencia y produciría un efecto negativo contra el sector servicios, por cuanto dicha prohibición afectaría a los puestos de comida, restaurantes, cafeterías, centros de hospedaje, y otros ubicados en los márgenes de las carreteras.
- En relación a los artículos 7 y 8, referido a incrementar el área de advertencia del rotulado de empaques, etiquetas y anuncios publicitarios de 10 % a 20 %, adicionando además la frase *Conducir en estado de ebriedad es un delito*, señala que la advertencia en un área del 10 % actual es suficiente para brindar la información que se quiere transmitir al consumidor y que un exceso de información es un despropósito ya que la sobre exposición causa pérdida de la comunicación efectiva.

Finalmente, señala que, de aprobarse este proyecto de ley, se beneficiaría a la industria informal, la cual ha crecido considerablemente pues una de cada tres botellas en el Perú es de origen ilegal.

- **El Ministerio de Salud (Minsa)**, mediante Oficio 1382-2016-DM/MINSA, del 4 de octubre de 2016, suscrito por su ministra Patricia García Funegra, adjunta los documentos siguientes:

- **El Informe 973-2016-OGAJ/MINSA**, emitido por la Oficina General de Asesoría Jurídica, indica lo siguiente:
 - La Organización Mundial de la Salud señala que los problemas sanitarios, de seguridad y socioeconómicos atribuibles al consumo de alcohol se pueden reducir mediante medidas aplicables al grado, las características y las circunstancias en que se produce la ingesta, así como a los determinantes sociales de la salud y que compete a los países la responsabilidad de formular, aplicar, vigilar y evaluar políticas públicas para disminuir el consumo nocivo de alcohol.
 - El Ministerio de Salud, con la finalidad de contribuir con la protección de la salud física y mental de los niños, adolescentes y jóvenes, ha aprobado la NTS 034-MINSA/DGSP-V.02, Norma Técnica de Salud

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

para la Atención Integral de la Salud en la Etapa de Vida Adolescente, aprobada por Resolución Ministerial 973-2012/MINSA. Dicha norma impulsa el desarrollo de temas educativos para padres y adolescentes sobre estilos de vida saludables. De igual forma, aprobó la Resolución Ministerial 456-2016/MINSA, que contiene el documento técnico “Orientaciones para la Atención Integral de la Salud en la Etapa de Vida Joven”, con el objeto de fomentar prácticas de autocuidado y prevención para la salud.

- Estima que la propuesta legislativa bajo estudio resulta viable al tener como principal propósito la protección de la salud de la población sobre todo de los grupos más vulnerables, como son los niños, adolescentes y jóvenes.
- **El Informe 31-2016-EBR/DEPS**, emitido por la Dirección General de Promoción de la Salud y Gestión Territorial en Salud, señala lo siguiente:
 - Con relación al artículo 4, literal a), sugiere no incluir la frase *porque es delito* al final del mensaje *Si has ingerido bebidas alcohólicas, no manejes*; por cuanto puede generar confusión en los consumidores debido a que se debe tener determinado grado de alcohol en la sangre para ser considerado delito, conforme lo estipula el artículo 274 del Código Penal.
 - Respecto al artículo 8, sugiere incorporar el numeral 5 en este artículo con la siguiente redacción: *5. No se podrá emitir anuncios publicitarios que promuevan el consumo de alcohol, en horarios de protección al menor.* Ello, en razón de que esta propuesta se encuentra descrita entre una de las diez opciones para el abordaje del alcohol presentado por el Instituto Nacional de Salud, en el “Estudio de Medidas de Salud para reducir la carga de enfermedad generada por el consumo de alcohol en la sociedad”.
 - Con relación al artículo 10, sugiere la siguiente redacción: *Campañas de prevención del riesgo y promoción de una vida sin alcohol.* Ello, en razón de que esta propuesta está en el marco de las recomendaciones de la Organización mundial de la Salud que considera que la promoción de la salud es el proceso que proporciona a las personas los medios necesarios para ejercer un mayor control sobre su propia salud.
 - El proyecto de ley permitirá fortalecer el acceso de información sobre riesgos para la salud en la población y brindar las disposiciones legales

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

que contribuyan a la protección de los menores de edad y jóvenes ante la exposición de publicidad que promueva el consumo de alcohol.

- **El Informe 433-2016/DIA/DIGESA**, emitido por la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria, señala lo siguiente:
 - Con relación al artículo 4, en el marco del Decreto Legislativo 1062, Ley de inocuidad de los alimentos, y su reglamento aprobado por Decreto Supremo 34-2009-AG el expendio de alimentos -en los que, por definición, están incluidas las bebidas alcohólicas- se encuentra bajo vigilancia sanitaria de los gobiernos locales; por ello, considera correcto que sean las municipalidades quienes establezcan los horarios para la distribución y venta de bebidas alcohólicas destinadas al consumo final.
 - Respecto al artículo 7, sugiere la modificación del título de este artículo de "Rotulado de empaques y etiquetas" por el de "Etiquetado", por ser el término utilizado por el Codex Alimentario, en función del cual se viene utilizando la normativa sanitaria de alimentos.
 - Toda información que se consigna en un envase de productos pre envasado o terminado (botella, lata, caja tetrapack) es parte de la etiqueta del mismo; por ello, sugiere que la leyenda o frase aplique al envase y al empaque cuando corresponda, sugiriéndose el texto siguiente para definir el término *etiquetado*: "En un espacio [...] del área total del envase o empaque de cualquier bebida alcohólica como producto terminado destinado al consumo final, se consignará la siguiente leyenda [...]".
- **El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)**, mediante Oficio 467-2016/MINCETUR/DM⁶, del 25 de octubre de 2016, suscrito por su ministro Eduardo Ferreyros Kuppers, adjunta el Informe 292-2016-MINCETUR/VMT/DGPDT-APRC, emitido por la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Turismo, en el que concluye que la propuesta de modificación del artículo 5 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, podría contener dentro de su ámbito de aplicación a los prestadores de servicios turísticos de restaurantes y establecimientos de hospedaje, y al no tener esta propuesta de ley

⁶ Este oficio fue cursado al presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

un sustento técnico, podría ser lesiva al principio de fomento de la inversión privada dispuesto en la Ley 29408, Ley General de Turismo.

- **El Ministerio de Transportes y Comunicaciones**, mediante Oficio 2505-2016-MTC/04, del 8 de noviembre de 2016, suscrito por su secretario general César Zavala Hernández, remite los documentos siguientes:

- **El Informe 2852-2016-MTC/08**, emitido por la Oficina General de Asesoría Jurídica, señala lo siguiente:
- La disposición de incluir en los empaques, envolturas o afines que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, un cuadro que indique en promedio el volumen de la bebida alcohólica cuyo consumo podría superar el límite de alcoholemia, no contiene en la exposición de motivos del proyecto de ley un sustento técnico que justifique la adopción de la medida.
 - El Decreto Supremo 10-96-MTC, que crea el Consejo Nacional de Seguridad Vial establece, entre otros aspectos, que los gobiernos regionales, en el marco de sus competencias, constituirán consejos regionales de seguridad vial, por lo que corresponde incluir a dichos consejos en las campañas de prevención.
 - No existe en el proyecto de ley una delimitación clara sobre el área donde quedaría prohibida la venta de bebidas alcohólicas, pues éste solo señala las zonas aledañas que tengan acceso a las carreteras que conforman la Red Vial Nacional. De prosperar esta prohibición, causaría perjuicios al mercado, pues al no precisarse el ámbito de la prohibición quedaría a la discrecionalidad de los gobiernos locales, lo que podría causar violaciones a la libertad de empresa.
- **El Informe 9-2016-MTC/02.01/JMR**, elaborado por la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Seguridad Vial, señala lo siguiente:
- La tercera causa de accidentes de tránsito en el país es la conducción en estado de ebriedad, por lo que considera acertado incluir la frase *porque es delito* en carteles, empaques, etiquetas y anuncios publicitarios.
 - No considera conveniente incluir un cuadro que indique, en promedio, según sexo y peso de la persona, el volumen de la bebida alcohólica cuyo consumo podría superar el límite de alcoholemia, pues, según estudios de investigación, aunque dos personas ingieran la misma

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

cantidad de alcohol, es poco probable que alcancen la misma tasa de alcoholemia.

- Se debería incluir en el artículo 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, que las campañas de prevención sean realizadas bajo coordinación y apoyo técnico del Consejo Nacional de Seguridad Vial⁷.
- El Informe 837-2016-MTC/15.01, emitido por la Dirección General de Transporte Terrestre, señala lo siguiente:
 - Están de acuerdo en incluir en los carteles, empaques y publicidad las consecuencias negativas del consumo del alcohol.
 - No hay sustento del porqué debe ser el 20 % el espacio adecuado para la publicidad donde se debe hacer mención a las consecuencias del consumo de alcohol
 - No hay elementos técnicos que sustenten que los datos a incluir en el cuadro informativo sobre el volumen de bebida alcohólica cuyo consumo podría superar el límite permitido para conducir sean susceptibles de ser calculados con precisión.
 - La prohibición de venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas en los establecimientos ubicados en los márgenes de las carreteras que conforman la Red Vial Nacional es una propuesta imprecisa que podría llevar a una aplicación excesiva de la norma y a afectar las libertades de trabajo, empresa y contratación, siendo más apropiada la restricción existente en el literal e) del artículo 5 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, la cual prohíbe la comercialización de bebidas

⁷ El gobierno peruano decidió la creación del Consejo Nacional de Seguridad Vial (CNSV), mediante Decreto Supremo 010-96-MTC, modificado, posteriormente, por los decretos supremos 024-2001-MTC y 027-2002-MTC y, últimamente, por el Decreto Supremo 023-2008-MTC, el mismo que señala que el Consejo Nacional de Seguridad Vial está integrado por un representante de las siguientes entidades:

- Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- Ministerio de Educación.
- Ministerio de Salud.
- Ministerio Interior (Policía Nacional del Perú).
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales.
- Municipalidad de Lima.
- Municipalidad Provincial del Callao.
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

<https://www.mtc.gob.pe/cnsv/nosotros/index.html>. Revisado el 11 de abril de 2017.

alcohólicas a personas que se encuentran dentro de vehículos motorizados.

- **El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)**, mediante Oficio 544-2016/PRE-INDECOPI, del 11 de octubre de 2016, suscrito por su presidente del Consejo Directivo, Ivo Gagliuffi Piercechi, adjunta el Informe 81-2016/DPC-INDECOPI, emitido por la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal 1 y por la Comisión de Protección del Consumidor 2, en el cual se señala lo siguiente:

- La conducción de un vehículo en estado de ebriedad constituye un delito siempre que el conductor cuente con presencia de alcohol en la sangre superior al grado alcohólico máximo permisible, correspondiente a 0,5 gramos-litro. Por ello, modificar el artículo 4 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, a fin de que se consigne, entre otras, la frase *Si has ingerido bebidas alcohólicas, no manejes porque es delito* no resultaría preciso debido a que el carácter delictuoso de dicha conducta se configura si el sujeto infractor supera el grado alcohólico máximo permitido en nuestro ordenamiento jurídico.
- Con relación a la propuesta de incorporar en el literal d) del artículo 4 de la Ley 28681 un párrafo precisando que las municipalidades establecen los horarios para la distribución, venta y provisión o suministro de bebidas alcohólicas a los consumidores finales, cabe señalar que el artículo 5 del Reglamento de la Ley 28681 prevé que las municipalidades aprueben ordenanzas donde se establezca horarios de venta o expendio de bebidas alcohólicas, siendo innecesaria la situación que se pretende regular.
- Respecto a la propuesta de incrementar de 10 % a 20 % el área destinada en los empaques, etiquetas y anuncios de bebidas alcohólicas para la consignación de la advertencia sanitaria sobre su consumo, se debe tener en cuenta que la OMS ha señalado que las advertencias solo son eficaces si indican cuáles son los riesgos. Sobre el particular, las advertencias que contienen imágenes de los daños que provoca el consumo de tabaco son eficaces para indicar esos riesgos y motivar cambios en el comportamiento, como el abandono o la reducción del consumo del tabaco.
- En lo que respecta a la inclusión de un cuadro que contenga información sobre el volumen de la bebida alcohólica que, en promedio, según el sexo y peso de la persona, tendría que ser consumida para superar el límite de alcoholemia permitido, se debe tener en cuenta que la información que sería puesta a disposición de los consumidores resultaría incierta y referencial, en

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

tanto que esta haría referencia a datos aproximados sobre el peso y las medidas de alcohol consumidas.

- En el marco de la normativa, las campañas preventivas orientadas a concientizar a la población sobre las consecuencias dañinas que el consumo del alcohol produce en la salud y en otros aspectos de la vida social, se desarrollan bajo parámetros en los que ya se han considerado la periodicidad, las diferentes realidades y necesidades de la población y la actuación coordinada de los distintos niveles de gobierno; por lo que establecer un mínimo de campañas preventivas no resultaría necesario.
 - Si bien en nuestro país la incidencia de accidentes de tránsito causados por conductores en estado de ebriedad resulta alta, ello no constituye el único ni el principal factor que condiciona tales hechos. Así lo señala el Plan de Seguridad Vial 2015-2024, elaborado por la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Seguridad Vial, que indica que las infracciones de tránsito de mayor incidencia en el año 2011 estuvieron relacionadas con la falta de respeto a las señales de tránsito en un total de 71 270 casos y las relacionadas al estado de ebriedad a 12 781 casos.
- **La Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)**, mediante Oficio 5026-2016-PCM/SG/OCP, del 14 de noviembre de 2016, suscrito por su secretaria general, María Soledad Guiulfo Suárez-Durand, adjunta el Informe 402-2016-PCM/OGAJ-ATF, emitido por la Oficina General de Asesoría Jurídica, en el cual se señala que la conducta de manejar en estado de ebriedad constituirá un delito únicamente si el agente presenta alcohol en la sangre en proporción mayor de 0,5 gramos-litro; caso contrario su conducta constituirá una infracción de tipo administrativo; por ello, la inclusión de las frases *PORQUE ES DELITO* y *CONDUCIR EN ESTADO DE EBRIEDAD ES DELITO* resultaría inexacta al no estar acorde con el código penal⁸, además de contravenir el literal b) del artículo 4 de la Ley 29571, Ley que aprueba el Código del Consumidor, el cual reconoce el derecho de los consumidores a acceder a información oportuna, suficiente y verás.
- **La Sociedad de Comercio Exterior del Perú**, mediante Carta 152-2016/GG/COMEXPERÚ, del 12 de diciembre de 2016, suscrita por su gerente general, Jessica Luna Cárdenas, señala lo siguiente:
- La frase *Si has ingerido bebidas alcohólicas, no manejes porque es delito* contiene información falsa e inadecuada a los consumidores, pues la legislación permite un nivel mínimo de alcohol en la sangre (0,05 gr/lt); de esta forma no es delito conducir habiendo consumido alcohol, sino manejar habiendo excedido el límite permitido.

⁸Código Penal, artículo 274 Conducción en estado de ebriedad o drogadicción.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

- H
- Incrementar de 10 % a 20 % el espacio del etiquetado destinado a la inclusión de frases de advertencia no resulta conveniente, debido a que la inclusión excesiva de información en el etiquetado genera una pérdida de comunicación efectiva, lo cual conllevaría a que no se trasmite eficazmente el mensaje.
 - El Anuario Estadístico 2015 de la Policía Nacional del Perú indica que la ebriedad de conductores fue la causa del 8 % de accidentes y la imprudencia del peatón, del 7 % de accidentes. En cambio, el exceso de velocidad y la imprudencia del conductor son las causas más comunes a las cuales se les atribuye el 32 % y 28 % de accidentes, respectivamente. Por ello, la ebriedad de conductores como causa de accidentes de tránsito no representa el principal problema a combatir.
 - La inclusión de una tabla informativa que indique en promedio, según sexo y peso de la persona, el volumen de la bebida alcohólica cuyo consumo podría generar el límite de alcoholemia permitido es una propuesta imprecisa que podría confundir al consumidor, debido que la concentración de alcohol en la sangre no solo depende del sexo y el peso, sino de más factores, según cada organismo.
 - Prohibir la venta de bebidas alcohólicas en los márgenes de las carreteras que conforman la Red Vial Nacional o en zonas aledañas que tengan acceso directo a esta contra los pequeños y medianos empresarios que se dedican al rubro de servidores y turismo a través de establecimientos como restaurantes y hospedajes.

- **El Ministerio de la Producción (Produce)**, mediante Oficio 10-2017/PRODUCE-MM, del 6 de enero de 2017, suscrito por su ministro Bruno Giufra Monteverde, remite el Informe 4-2016-PRODUCE/DVMYPE-I/DGPR/DIQPF, del 25 de noviembre de 2016, emitido por la Dirección de Insumos Químicos y Productos Fiscalizados, que señala lo siguiente:

- Con relación a la incorporación de la frase *Porque es delito* en la parte final del texto del inciso a) del artículo 4 de la Ley en cuestión, es una afirmación incorrecta dado que el Código Penal establece la proporción permitida de alcohol en la sangre para la persona que conduce un vehículo automotor.
- Incorporar en la parte final del inciso d) del artículo 4 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, que las municipalidades establecen los horarios para la distribución, venta, provisión o suministro de bebidas alcohólicas a los consumidores, resulta innecesario por cuanto el artículo 5 del reglamento de la ley mencionada, señala que las municipalidades establecen los horarios de venta o expendio de bebidas alcohólicas a través de sus ordenanzas.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

- La tabla adicional que indique el promedio del volumen de bebida alcohólica no se justifica debido a que no existe un sustento técnico que fundamente su incorporación ni del impacto que generaría esta medida en la reducción de accidentes de tránsito ni el beneficio en favor de los consumidores.
- Resultan adecuadas las modificaciones propuestas sobre el incremento del porcentaje correspondiente al área total del empaque.
- Corresponde indicar las veces en que debe llevarse a cabo las mencionadas campañas educativas integrales de prevención, con la finalidad de que estas sean supervisadas y evaluadas para medir los resultados logrados en cada periodo de tiempo y así mejorar los mecanismos utilizados durante estas campañas educativas integrales de prevención.
- Resulta importante reducir la incidencia de accidentes de tránsito en la Red Vial Nacional correspondiente a las carreteras conformadas por los tres ejes longitudinales y los veinte ejes transversales; sin embargo, la propuesta de ley no resulta ser la más idónea en este extremo, por lo que deberían evaluarse otras medidas más efectivas.
- **La Municipalidad de Santiago de Surco**, mediante Oficio 001-2017/GDE-MSS, del 18 de enero de 2017, suscrito por su gerente de Desarrollo Económico, Héctor Luis Santivañez Cotera, señala que el proyecto de ley bajo estudio busca preservar la salud, la moral, la paz social, la tranquilidad pública y las buenas costumbres, buscando prevenir el consumo excesivo de alcohol. Asimismo, busca fomentar y desarrollar una cultura de equidad entre las personas para gozar de un ambiente equilibrado y adecuado.
- Concluye que resulta de vital importancia la aprobación del presente dispositivo legal, opinando a favor de la propuesta legislativa.
- **La Sociedad Nacional de Industrias (SNI)**, mediante Carta s/n, del 26 de enero de 2017, suscrito por el presidente del Comité de Industrias Vitivinícolas, Santiago Queirolo Targarona y otros, señalan no estar de acuerdo con la propuesta ya que las industrias formales de bebidas alcohólicas que realizan esfuerzos para mantener informados a los consumidores, han suscrito códigos de autorregulación publicitaria y desarrollado campañas que fomentan el consumo responsable, las cuales son difundidas constantemente a nivel nacional. Asimismo consideran que esta ley solo beneficiaría al mercado informal.
- **La Municipalidad de San Isidro**, mediante Oficio 080-2017/0200-GM/MSI, del 9 de mayo de 2017, suscrito por su gerente municipal, Karina Vargas Terrones, adjunta los documentos siguientes:

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

- **El Informe 54-2017-14.0.0-GSCGRD/MSI**, elaborado por la Gerencia de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgo de Desastres, señala que la propuesta legislativa establece parámetros en el consumo y en la comercialización de bebidas alcohólicas por lo que corresponde emitir opinión favorable al tener como finalidad la protección de la integridad física de las personas.
- **El Informe 274-2017-0400-GAJ/MSI**, elaborado por la Gerencia de Asesoría Jurídica, concluye que de acuerdo a lo señalado por la Gerencia de Desarrollo Humano y la Gerencia de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos de Desastres, es necesario pronunciarse favorablemente sobre la propuesta.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

El Proyecto de Ley 144/2016-CR tiene como objeto coadyuvar a reducir la ocurrencia de accidentes de tránsito causadas por el consumo de bebidas alcohólicas en el Perú y hacer hincapié en la responsabilidad que debe primar al tiempo de su consumo. Para ello, propone proveer información al consumidor en el sentido de que conducir en estado de ebriedad es un delito y respecto de cuál es el consumo promedio que rebasaría los límites de alcoholemia al conducir.

En virtud a ello, propone modificar los artículos 4, 7, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas. De manera concreta propone modificar el artículo 4, referido a los locales o establecimientos; el artículo 5, referido a la prohibición de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas; el artículo 7, referido al rotulado de empaques y etiquetas; el artículo 8, referido a los anuncios publicitarios; y el artículo 10, referido a las campañas de prevención.

Para apreciar en detalle el contenido de la propuesta de ley, presentamos el siguiente cuadro comparativo con la ley vigente:

Cuadro 1

Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas versus la propuesta legislativa en estudio
(El texto con negrita es la propuesta)

Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas	Texto legal ⁹ propuesto en el Proyecto de Ley 144/2016-CR
Artículo 4.- De los locales o establecimientos Los propietarios, administradores, representantes o dependientes de los establecimientos a que se refiere el	Artículo 4.- De los locales o establecimientos Los propietarios, administradores, representantes o dependientes de los establecimientos a que se refiere el artículo 3 en cualquiera de sus giros o modalidades.

⁹ El texto legal nuevo aparece en negrita y subrayado.

**DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.**

<p>artículo 3¹⁰ en cualquiera de sus giros o modalidades, además de las obligaciones señaladas en normas específicas, tendrán las siguientes obligaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Colocar en un lugar visible del local o establecimiento, carteles con las siguientes Inscripciones: "PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS" "SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO MANEJES" (...) d) Cumplir con los horarios establecidos por la autoridad competente. 	<p>además de las obligaciones señaladas en normas específicas, tienen las siguientes obligaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Colocar en un lugar visible del local o establecimiento, carteles con las siguientes Inscripciones: "PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS" "SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO MANEJES PORQUE ES DELITO" (...) d) Cumplir con los horarios establecidos por la autoridad competente. Las municipalidades establecen los horarios para la distribución, venta, provisión o suministro de bebidas alcohólicas a los consumidores finales.
<p><u>Articulo 5.- De la prohibiciones de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas</u></p>	<p><u>Articulo 5.- De la prohibiciones de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> g) En los establecimientos de cualquier clase ubicados en los márgenes de las carreteras que conforman la Red Vial Nacional o en zonas aledañas que tengan acceso directo a las mismas.
<p><u>Articulo 7.- Rotulado de empaques y etiquetas</u> En un espacio no menor del 10% del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en caracteres legibles, la siguiente frase: "TOMAR BEBIDAS ÁLCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO"</p>	<p><u>Articulo 7.- Rotulado de empaques y etiquetas</u> En un espacio no menor del 20% del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en caracteres legibles, las siguientes frases: "TOMAR BEBIDAS ÁLCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO" "CONDUCIR EN ESTADO DE EBRIEDAD ES DELITO" Adicionalmente deberá incluirse un cuadro que indique en promedio, según sexo y peso de la persona, el volumen de la bebida alcohólica cuyo consumo podría superar el límite de alcoholémia permitido al conducir e incurrir en delito. El reglamento determina las precisiones que debe contener el referido cuadro.</p>
<p><u>Articulo 8.- De los anuncios publicitarios</u> Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los anuncios escritos deberán consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del 10% del área total del anuncio, la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley. 2. La publicidad audiovisual transmitirá en forma visual la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos. 3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se deberá expresar en forma clara pausada la frase: "TOMAR BEBIDA ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO". (...) 	<p><u>Artículo 8.- De los anuncios publicitarios</u> Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los anuncios escritos deberán consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del 20% del área total del anuncio, las frases a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley. 2. La publicidad audiovisual transmitirá en forma visual las frases a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos. 3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se deberá expresar en forma clara pausada la frase: "TOMAR BEBIDA ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO" "CONDUCIR EN ESTADO DE EBRIEDAD ES DELITO". (...)

¹⁰ Artículo 3.- De la autorización

Sólo aquellos establecimientos debidamente autorizados por las municipalidades de su jurisdicción, podrán comercializar bebidas alcohólicas al público dentro del giro o modalidad y horario específico que se establezca en el reglamento y con las restricciones establecidas en ordenanzas municipales y en la presente Ley.

**DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.**

(No existe el artículo 8-A)	<p>Artículo 8-A.- De los establecimientos en las vías nacionales</p> <p>Queda prohibida toda forma de publicidad de bebidas alcohólicas en los establecimientos señalados en el inciso g) del artículo 5 de la presente Ley, siendo obligatorio que en los exteriores e interiores de dichos establecimientos se exhiban carteles visibles con las siguientes inscripciones:</p> <p>“PROHIBIDA LA VENTA, EXPENDIO, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR MANDATO DE LA LEY 28681.”</p>
<p>Articulo 10.- Campañas de prevención Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, desarrollarán a nivel nacional campañas educativas integrales de prevención, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares.</p>	<p>Articulo 10.- Campañas de prevención Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, desarrollarán a nivel nacional campañas educativas integrales de prevención, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares. Dichas campañas, a cargo de los tres niveles de gobierno, son obligatorias, por lo menos, dos veces al año.</p>

3. MARCO NORMATIVO

- Constitución Política del Perú.
- Ley 26842, Ley General de Salud.
- Ley 27054, Ley que modifica los artículos 124 y 274 del Código Penal.
- Ley 27773, Ley que modifica los artículos 111, 124 y 274 del Código Penal referidos al homicidio culposo, lesiones culposas y conducción en estado de ebriedad, drogadicción y el artículo 135 del Código Procesal Penal, sobre mandato de detención.
- Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
- Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas.
- Ley 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley 29271, Ley que establece que el Ministerio de la Producción es el sector competente en materia de promoción y desarrollo de cooperativas, transfiriéndosele las funciones y competencias sobre micro y pequeña empresa.
- Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- Ley 29632, Ley para erradicar la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas informales, adulteradas o no aptas para el consumo humano.
- Decreto Legislativo 635, Decreto Legislativo que aprueba el Código Penal.
- Decreto Legislativo 1062, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de inocuidad de los alimentos.

- Decreto Supremo 34-2009-AG, Decreto Supremo que aprueba el reglamento del Decreto Legislativo 1062.
- Decreto Supremo 012-2009-SA, Decreto Supremo que aprueba el reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas.
- Decreto Supremo 016-2009-MTC que aprueba el TUO del Reglamento Nacional de Tránsito.

4. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

a) Análisis técnico

a.1) Recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y de la Organización Mundial de la Salud (OMS), sobre la reglamentación de la comercialización del alcohol, Washington D.C. EE.UU. 2016

El informe elaborado con motivo de la reunión de la Organización Panamericana de la Salud (OPS)¹¹, sobre reglamentación de la comercialización del alcohol del 2016, señala “[...] la comercialización del alcohol está en constante evolución y se vale de muchos canales, entre ellos, la radio, la televisión, los eventos deportivos y musicales, los sitios en internet, las redes sociales, los teléfonos móviles y la colocación de productos en películas y programas de televisión [...]”. Por ello, esta organización considera que, a la luz de los hechos, se han rebasado considerablemente los esfuerzos de reglamentación o autorregulación¹². Esta importante afirmación no hace más que ratificar la necesidad de mejorar, reforzar o actualizar la normatividad sobre esta materia, que es lo que en esencia propone la iniciativa legislativa materia de estudio.

La OPS señala que la comercialización, en su estricto espíritu de lucro sin restricciones, promueve y tiende a masificar el consumo de alcohol; puntualiza, además, que la regulación de la comercialización del alcohol se considera como una de las mejores inversiones para disminuir los daños o secuelas relacionadas con su ingesta; en estos daños se incluyen las enfermedades no transmisibles. Señala, además, que de las

¹¹ Los días 12 y 13 de enero de 2015 en Washington, D.C. (EE.UU.) se reunieron para responder a una necesidad de más orientación sobre la regulación de la comercialización del alcohol, la Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud. Participaron más de 30 expertos en el control de tabaco, alimentos y bebidas no alcohólicas, acuerdos comerciales y políticas de salud, además de funcionarios de organizaciones no gubernamentales, oficinas de país y la sede de la OMS en Ginebra, Suiza. Como resultado de ello se formuló el Informe Final de la reunión OPS sobre reglamentación de la comercialización del alcohol 2016.

¹² Los resultados de las investigaciones indican que no existe autorregulación, ya que no han logrado evitar la exposición de los jóvenes a la comercialización del alcohol, así como tampoco el contenido problemático. Las revisiones sistemáticas de la literatura sobre este tema, han permitido identificar más de 100 publicaciones de distintos países donde se examinan la eficacia de estos códigos para restringir el contenido objetable, la reducción de la exposición de los jóvenes y la resolución de las denuncias relativas a la publicidad del alcohol y las prácticas de comercialización. Se han observado tasas elevadas de infracciones a los códigos en muchos medios de comunicación y, aunque algunos países han establecido paneles administrados por la industria para resolver las denuncias, las evaluaciones indican que no son eficaces para evitar o eliminar los anuncios que no cumplen con lo establecido en los códigos. (Ver Informe final de la reunión OPS sobre reglamentación de la comercialización del alcohol. Página 7).

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

investigaciones realizadas¹³ sobre los efectos de regular la comercialización del alcohol, se ha encontrado que hay características personales y demográficas que confieren a determinados grupos o segmentos de población mayor vulnerabilidad en cuanto a los efectos negativos de esta actividad.

Teniendo como grupos con mayor vulnerabilidad¹⁴ a los niños, adolescentes y mujeres en edad reproductiva, así como a las personas que optan por abstenerse de beber alcohol o que no deben ingerirlo por motivos de salud.

El Informe aludido recomienda¹⁵ a los gobiernos, entre otros aspectos, lo siguiente:

- Proteger a los grupos vulnerables de la exposición a la comercialización del alcohol, especialmente a los niños y a los adolescentes.
- Elaborar legislación sobre controles de la comercialización del alcohol, en la que se deben tener en cuenta las experiencias mundiales, regionales y nacionales disponibles.
- Propiciar un cambio hacia una prohibición amplia de la comercialización del alcohol¹⁶.
- Implantar limitaciones de orden legal para mejorar su capacidad de reglamentación, acompañadas de mecanismos de cumplimiento y arbitraje dotados de los recursos necesarios, incluida la facultad de imponer sanciones eficaces por las infracciones.
- Optar por los objetivos de salud pública sobre los intereses comerciales de la industria del alcohol, formulando reglamentos de comercialización independientes de dicha industria.
- Garantizar que todos los mensajes sanitarios sobre el consumo de alcohol sean elaborados por un órgano independiente de la industria del alcohol.
- Exigir y recolectar, regularmente, información acerca de las actividades de comercialización de la industria del alcohol, incluyendo los gastos y sus campos de actividad. Esta información debe ponerse a disposición del público.

¹³ Portal Institucional de la OPS. Informe final de la reunión OPS sobre reglamentación de la comercialización del alcohol. http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/28423/PAHONMH16001_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Revisado el 10 de marzo de 2017.

¹⁴ El doctor Thomas Babor (University of Connecticut School of Medicine, Farmington, EUA), describió las características de los grupos de población específicos que pueden ser más vulnerables a los efectos del alcohol y su comercialización. Estos grupos incluyen a los niños (11), los adolescentes (12,13) y las mujeres en edad reproductiva (14,15), así como a las personas con TDAH, trastornos de conducta, impulsivas, que buscan emociones fuertes, propensas a la desviación (16), con dependencia del alcohol o con antecedentes familiares de alcoholismo (17-19). El doctor Babor calculó que en algunos países hasta 50% de la población podría considerarse vulnerable a los efectos negativos de la comercialización del alcohol.

http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/28423/PAHONMH16001_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Revisado el 10 de marzo de 2017. Página 13.

¹⁵ Portal Institucional de la OPS. Informe final de la reunión OPS sobre reglamentación de la comercialización del alcohol. http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/28423/PAHONMH16001_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Revisado el 13 de marzo de 2017. Páginas 31 y 32.

¹⁶ En Francia, por ejemplo, la ley prohibitiva está vigente desde 1991, ofrece un modelo alternativo que especifica cuáles son las actividades de comercialización que están expresamente permitidas. Esta ley prohíbe la mayor parte de la comercialización del alcohol en todos los medios, con unas cuantas excepciones. Desde entonces se ha modificado para permitir los anuncios en las carteleras y en Internet.

- Garantizar que los acuerdos de comercio mundiales no comprometan la capacidad de los gobiernos nacionales para reglamentar y restringir la comercialización de las bebidas alcohólicas.

a.2) Consumo de alcohol en América Latina desde la perspectiva de la OPS/OMS

Aunque la estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol que plantea la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Plan de acción para reducir el consumo nocivo de alcohol de la OPS, incluyen diez áreas en las que se deben desarrollar políticas públicas tendientes a reducir o controlar el consumo de alcohol, tres de ellas son consideradas las de mayor impacto o con una mejor relación costo-beneficio.

Estas áreas de estrategia para intervención con políticas públicas son la disponibilidad de alcohol, la publicidad o marketing y, los precios de las bebidas alcohólicas. Tal como se expone en el primer Informe sobre la situación regional del consumo de alcohol y la salud en las Américas¹⁷, realizado por la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), se evidencia que solo en los últimos cinco años se aumentó el consumo nocivo de alcohol en la región; por ello, se deben promover medidas para limitar la disponibilidad, restringir la comercialización y aumentar los precios con mayores impuestos.

En el mismo sentido, la funcionaria Maristela Monteiro, asesora principal en abuso de sustancias y alcohol de la OPS/OMS, señala que el aumento en el consumo de alcohol puede explicarse por la alta disponibilidad del alcohol en los países de nuestra región, su reducido precio y la gran promoción y publicidad de estas bebidas; ello degenera en un consumo exagerado que trae consecuencias directas e indirectas en la salud y la economía de las personas.

En igual sentido, el experto Anselm Hennis, director del Departamento de Enfermedades no Transmisibles y Salud Mental de la OPS/OMS, señala que en América hay una larga tradición de producción y consumo de alcohol por la cual se ha pagado un alto costo en salud, recursos financieros y productividad, lo que seguirá aumentando si no se adoptan a corto plazo medidas eficaces para promover, proteger y mejorar la salud y el bienestar de todos sus ciudadanos por encima de los intereses comerciales de la industria del alcohol.

Para finalizar este punto resaltamos que la OMS considera que la implantación de restricciones a la conducción en estado de ebriedad es otra de las medidas que pueden reducir las lesiones causadas por el consumo de alcohol en siniestros viales. Sin embargo, solo cinco países de América Latina (Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y

¹⁷ Página institucional de la Organización de las Naciones Unidas ONU- OPS y OMS. Regional Status Report on Alcohol and Health in the Americas, <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/7708>. Revisado el 12 abril de 2016.

Uruguay) han fijado un límite legal de menos de 0,04 g/dl para la concentración de alcohol en la sangre.

a.3) Legislación que regula la comercialización y publicidad en algunos países del mundo

Como lo señala la OMS/OPS, los estados deben elaborar legislación sobre controles de la comercialización del alcohol, teniendo en cuenta las enseñanzas mundiales, regionales y nacionales disponibles, por ello, traemos a conocimiento casos como la regulación en Francia y a nivel de América Latina y el Caribe, exponemos los casos de Ecuador y Costa Rica:

- **Francia.** Este país tiene una de las leyes más estrictas sobre publicidad del alcohol a pesar de que el vino, por ejemplo, ocupa un lugar preponderante en su historia y cultura nacional.

La ley¹⁸ se centra en tres cuestiones fundamentales:

1. LIMITA LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS. Prohíbe los medios invasivos, aunque permite los que son menos invasivos.
2. LIMITA EL CONTENIDO DE LAS IMÁGENES. Prohíbe la publicidad que contiene imágenes atractivas y mensajes positivos que asocian el alcohol con el placer, el glamour, el éxito, los deportes, los logros, el sexo, las personalidades influyentes, el poder, etcétera. Asimismo, están prohibidas las imágenes que transmiten el modo de vida de los bebedores o las celebridades, o presentan patrocinios, respaldos o escenas que representan una atmósfera relacionada con el alcohol, así como el uso de logotipos para implicar una conexión entre el alcohol y la pertenencia a una clase social más alta.
3. INFORMA Y ADVIERTE A LOS CONSUMIDORES. Permite la publicidad cuyo contenido se limite a dar información sobre el producto y sobre sus cualidades objetivas. Los mensajes y las imágenes únicamente pueden referirse a las características del producto (su origen, composición, contenido de alcohol, cómo se produce) y los mensajes de advertencia deben estar visibles y claramente presentados.

- **Ecuador.** El artículo 364 de su Constitución Política establece que las adicciones son un problema de salud pública y estipula que el Estado deberá realizar campañas de información coordinadas para prevenir y controlar el consumo de alcohol.

¹⁸ Ley 91-32 del 10 de enero de 1991, relativa a la lucha contra el tabaquismo y el alcoholismo (denominada Ley Evin).

Las bebidas alcohólicas pueden anunciarse únicamente en los lugares donde se venden o comercializan y cuyo acceso está limitado exclusivamente a los adultos. De manera más general, los medios de comunicación no pueden publicar anuncios de productos cuyo uso regular sea nocivo, a saber, bebidas alcohólicas, cigarrillos, y medicamentos y sustancias psicotrópicas. La prohibición se extiende a todos los tipos de publicidad impresa, auditiva y audiovisual, tanto fijos como móviles, incluidas las redes sociales.

- **Costa Rica.** La Ley 9047, Ley de regulación y comercialización de bebidas con contenido alcohólico fue establecida en el 2012, siendo una junta de cinco miembros quien examina, aprueba o desaprueba los anuncios comerciales de alcohol; tres de sus miembros pertenecen al Ministerio de Salud, otro a un organismo de publicidad y uno más a la Unión Costarricense de Cámaras de Comercio y Asociaciones del Sector Empresarial.

Dicha ley prohíbe los anuncios que asocien al alcohol con características físicas, intelectuales, anatómicas o morales de naturaleza positiva, o que sugieran que el alcohol produce efectos terapéuticos. Los anuncios no pueden presentar deportes ni figuras del deporte, o intelectuales, científicos o profesionales famosos o conocidos en cualquier profesión; tampoco pueden transmitirse en los medios dirigidos o diseñados para atraer a los menores. No puede colocarse ningún anuncio a menos de 100 metros de las escuelas, de los establecimientos de salud o de los centros o establecimientos para niños o ancianos. Los anuncios no pueden contener elementos que degraden símbolos, música o elementos del folclor.

a.4) Accidentes de tránsito, ingesta de alcohol y publicidad

El consumo de alcohol es uno de los factores de riesgo más frecuentemente vinculados en los accidentes de tránsito, sean estos fatales o no, a pesar de ser de común conocimiento que conducir o maniobrar bajo los efectos del alcohol u otra droga es peligroso tanto para la persona que lo hace como para aquellas que se pueda ver afectadas por esta manera directa e indirecta; es una conducta repetitiva en gran parte nuestra población.

Está demostrado científicamente que, entre otros efectos, el alcohol altera los reflejos, la atención, la psicomotricidad y las percepciones, por lo que muchos accidentes viales se podrían evitar si los conductores realmente tendrían conciencia de los riesgos a los que se exponen y las consecuencias que podría acarrear este comportamiento.

El Ministerio de Salud (Minsa)¹⁹, informó en setiembre del 2016, a través de su Dirección General de Promoción de la Salud y Gestión Territorial en Salud (DGPSGT), que, de acuerdo a cifras oficiales, en el 2015 las personas en estado de ebriedad que estuvieron involucradas en accidentes de tránsito fueron 8 100 en el país, siendo los departamentos de Ayacucho y Loreto en los que aconteció el 20 % de esos accidentes, a pesar de las campañas para prevenir la ingesta de alcohol al conducir vehículos. Claro está que no todos los accidentes de tránsito se deben al consumo excesivo de alcohol.

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones ratificó lo señalado en el párrafo precedente, al señalar mediante el Informe 2852-2016-MTC/08 que la tercera causa de accidentes de tránsito en el Perú, es la conducción en estado de ebriedad; por ello, este sector considera acertada la propuesta de considerar la frase *porque es delito*. Sobre este tema en particular recogemos los aportes formulados por este sector y lo concordamos con la legislación vigente a efectos de hacerla congruente.

El dictamen de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos señala sobre el proyecto materia de análisis que, en el derecho comparado²⁰, la prohibición de expendio de bebidas alcohólicas se ha aplicado en Venezuela, Brasil y República Dominicana donde se limitan las horas de venta de bebidas alcohólicas en bares, restaurantes, casinos y cabarets, con el fin de disminuir la incidencia de violencia y accidentes de tránsito.

Gran parte de las investigaciones (de antigua data, pero relevante para este análisis), sobre el impacto de la publicidad de alcohol, tomados de la OMS²¹ indican que pueden hallarse evidencias cada vez mayores de que la exposición a la publicidad induce a percepciones positivas sobre el consumo y causa una ingesta de mayor intensidad hacia los grupos más vulnerables.

Por consiguiente, las restricciones sobre la publicidad y el patrocinio deberían ser parte de una política de regulación sobre alcohol comprehensiva, especialmente si está dirigida a los jóvenes²², como lo recomienda desde hace décadas la OMS/OPS; así podríamos reducir las cifras que se detallan en el cuadro que se presenta a continuación.

¹⁹ Minsa: Sea un conductor saludable y evite el alcohol, <http://www.minsa.gob.pe/?op=51¬a=18782>. Revisado el 13 de marzo de 2016.

²⁰ Dictamen de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos recaído en el Proyecto de Ley 144/2016-CR. Página 9.

²¹ Organización Mundial de la Salud. *Alcohol y Salud Pública en las Américas. Un caso para la acción*, pág. 30.

²² (OMS 2004) Monteiro, Maristela G. Alcohol y salud pública en las Américas: un caso para la acción. OPS, 2007.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

Cuadro 2

PERU : NUMERO DE ACCIDENTES DE TRANSITO FATALES Y NO FATALES POR AÑO, SEGUN CAUSA

2001 - 2012

CAUSA	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	VARIACION (%) 2011 - 2012
TOTAL	76 545	74 221	74 612	74 672	75 012	77 840	79 972	85 337	86 026	83 653	84 495	95 692	13.3
%	100.0												
Exceso de Velocidad	25 456	25 916	25 312	23 615	24 188	24 764	24 923	25 543	24 981	26 164	27 129	31 371	15.6
%	33.3	34.9	33.9	31.6	32.2	31.8	31.2	29.9	29.0	31.3	32.1	32.8	
Ebriedad del Conductor	7 042	6 191	6 732	6 852	6 368	7 324	7 555	8 536	9 112	7 303	8 929	10 586	18.6
%	9.2	8.3	9.0	9.2	8.5	9.4	9.4	10.0	10.6	8.7	10.5	11.1	
Imprudencia del Conductor	20 811	19 288	19 861	18 827	19 469	19 776	20 654	22 165	23 390	23 361	23 132	25 533	10.4
%	27.2	26.0	26.6	25.2	26.0	25.4	25.8	26.0	27.2	27.9	27.4	26.7	
Imprudencia del Peatón	4 888	4 970	5 126	6 177	6 749	7 043	7 796	7 332	6 961	7 042	6 407	7 501	17.1
%	6.4	6.7	6.9	8.3	9.0	9.0	9.7	8.6	8.1	8.4	7.6	7.8	
Desacato de señales	1 453	1 667	1 825	2 150	2 034	2 277	1 898	1 602	1 903	2 147	1 747	1 976	13.1
%	1.9	2.2	2.4	2.9	2.7	2.9	2.4	1.9	2.2	2.6	2.1	2.1	
Falla Mecánica	2 227	2 150	1 913	2 077	2 077	2 306	2 297	2 547	2 343	2 077	2 322	2 389	2.9
%	2.9	2.9	2.6	2.8	2.8	3.0	2.9	3.0	2.7	2.5	2.7	2.5	
Mal Estado de la Pista	1 437	1 260	1 141	1 020	1 144	976	1 082	1 505	1 287	1 101	1 225	1 662	35.7
%	1.9	1.7	1.5	1.4	1.5	1.3	1.4	1.8	1.5	1.3	1.4	1.7	
Señalización Defectuosa	538	624	550	610	670	646	740	921	833	700	856	837	-2.2
%	0.7	0.8	0.7	0.8	0.9	0.8	0.9	1.1	1.0	0.8	1.0	0.9	
Otros	12 693	12 155	12 152	13 344	12 313	12 728	13 027	15 186	15 216	13 758	12 748	13 837	8.5
%	16.6	16.4	16.3	17.9	16.4	16.4	16.3	17.8	17.7	16.4	15.1	14.5	

COBERTURA: Nacional.

FUENTE: Accidentes Declarados en las Unidades de la PNP.

ELABORACION: EMG-PNPIOFTEL Y MTC/OGPP – Oficina de Estadística.

Como se puede apreciar, el porcentaje de accidentes de tránsito ocasionados por conductores ebrios respecto al número total de accidentes de tránsito desde el 2001 hasta el 2012 ha oscilando entre 8,3 % y el 11,1 %. Información oficial más reciente, publicitada por la Policía Nacional del Perú, señala que los accidentes de tránsito por el consumo de alcohol no ha tenido una variación porcentual significativa, ello debido a la regulación existente y a las campañas publicitarias sobre la conducción es estado de ebriedad que el Poder Ejecutivo, en sus diversos niveles de gobierno, ha ejecutado.

Por ello, es necesario redoblar dicho esfuerzo modificando la Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas existente con la finalidad de reducir estos índices.

a.5) Evaluación de la propuesta de modificación contenida en la iniciativa legislativa

- Respecto a la modificación del artículo 4 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

La iniciativa legislativa propone informar al consumidor que es delito manejar habiendo ingerido bebidas alcohólicas. Sobre el particular, nuestra legislación, puntualmente el

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

Código Penal, en su artículo 274²³, establece que el estado de ebriedad se demuestra con una presencia de alcohol en la sangre en proporción mayor de 0,5 gramos-litro, demostrado ello, se configura el delito, que tiene como pena privativa de la libertad no menor de seis meses ni mayor de dos años o con prestación de servicios comunitarios de cincuenta y dos a ciento cuatro jornadas e inhabilitación. Es decir, existe un límite legal a partir del cual se configurar el delito de conducción en estado de ebriedad.

Por ello, consideramos conveniente complementar la redacción de la propuesta de ley atendiendo, asimismo, las opiniones recibidas por diversas instituciones y concordándolas con la legislación vigente, para establecer el siguiente texto:

"SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR ENCIMA DEL LÍMITE LEGAL NO MANEJES PORQUE ES DELITO"

Respecto a la propuesta de precisión sobre la competencia municipal para establecer los horarios para la distribución, venta, provisión o suministro de bebidas alcohólicas a los consumidores finales, la Comisión de Salud y Población considera que es una propuesta que refuerza las competencias establecidas en la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, a las municipalidades distritales en materia de organización de espacio físico y uso del suelo; además, la propuesta está concordada con lo dispuesto por la primera disposición transitoria y final de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, que establece que las municipalidades adecuan y dictan las disposiciones necesarias para el cumplimiento de esta ley.

- **Respecto a la incorporación del literal g) al artículo 5 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas**

El artículo 5 establece la prohibición de venta, distribución, suministro a título oneroso o gratuito y el consumo directo de toda clase de bebidas alcohólicas en varios supuestos. La iniciativa legislativa propone que esta prohibición se extienda a los establecimientos de cualquier clase que se ubiquen en los márgenes de las carreteras que conforman la Red Vial Nacional, o en zonas aledañas que tengan acceso directo a las mismas.

²³Artículo 274. Conducción en estado de ebriedad o drogadicción. El que encontrándose en estado de ebriedad, con presencia de alcohol en la sangre en proporción mayor de 0.5 gramos-litro, o bajo el efecto de drogas tóxicas, estupefacientes, sustancias psicotrópicas o sintéticas, conduce, opera o maniobra vehículo motorizado, será reprimido con pena privativa de la libertad no menor de seis meses ni mayor de dos años o con prestación de servicios comunitarios de cincuenta y dos a ciento cuatro jornadas e inhabilitación, conforme al artículo 36 inciso 7).

Cuando el agente presta servicios de transporte público de pasajeros, mercancías o carga en general, encontrándose en estado de ebriedad, con presencia de alcohol en la sangre en proporción superior de 0.25 gramos-litro, o bajo el efecto de drogas tóxicas, estupefacientes, sustancias psicotrópicas o sintéticas, la pena privativa de libertad será no menor de uno ni mayor de tres años o con prestación de servicios comunitarios de setenta a ciento cuarenta jornadas e inhabilitación conforme al artículo 36, inciso 7).

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

Sobre el particular, resulta sin duda alguna importante reducir la incidencia de accidentes de tránsito en la Red Vial Nacional correspondiente a las carreteras conformadas por los tres ejes longitudinales y los veinte ejes transversales; sin embargo, la propuesta no resulta ser la más adecuada, por cuanto podría afectar de manera directa el movimiento comercial y económico de estos establecimientos comerciales, lo que no ha sido cuantificado para tomar la decisión más conveniente.

En igual sentido se han pronunciado las opiniones recibidas de todos las instituciones consultadas al considerar que esta medida podría ser contraproducente al sector turismo, pues un buen porcentaje de los ingresos de los comercios, hospedajes y restaurantes que se encuentran en los márgenes de las carreteras nacionales o en sus áreas cercanas con acceso directo a estas carreteras, se generan por venta de bebidas alcohólicas.

Además, hay que considerar que es frecuente encontrar restaurantes turísticos en los bordes de las carreteras de la Red Vial Nacional e incluso están inmersos en los paquetes turísticos ofrecidos, como es el caso de diversos valles de la costa donde se promueve la venta del pisco, por ejemplo, como bebida de bandera, siendo algo que impulsa la productividad y dinamiza y desarrolla el sector turismo, mejorando la calidad de vida de las familias en dichas zonas. Por ello, consideramos, en el mismo sentido de las opiniones recibidas, que este extremo de la propuesta resulta innecesario más aún cuando todo conductor responsable sabe que no puede conducir por encima del límite legal permitido.

- **Respecto a la modificación del artículo 7 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas**

El artículo materia de análisis dispone que en un espacio no menor del 10 % del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en carácter legible la frase *Tomar bebidas alcohólicas en exceso es dañino*; sobre este particular la propuesta duplica este espacio de rotulado de etiquetas en el entendido de que la frase se está ampliando y deberá ser legible.

Sobre la propuesta de incorporar un cuadro que indique en promedio, según sexo y peso de la persona, el volumen de la bebida alcohólica cuyo consumo podría superar el límite de alcoholemia permitido al conducir e incurrir en delito, esta comisión dictaminadora coincide con las opiniones recibidas para no incluir este extremo de la propuesta, pues se debe tener en cuenta que la información puesta a disposición de los consumidores no sería fiable, pues existen otros factores que influyen en cada persona para la metabolización del alcohol.

En tal sentido, no se estaría informando al consumidor con información real o verdadera sobre los efectos que podría generar la ingesta de una determinada cantidad de alcohol o tipo de bebida alcohólica en el organismo de cada persona en particular, ya que deben considerarse las circunstancias particulares a las que puede estar sujeto cada individuo en función de su estado de ánimo, consumo previo de alimentos, medicación, cansancio, estado de salud, consumo de drogas, etcétera.

- **Respecto a la modificación del artículo 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas**

Sobre el particular, el Ministerio de Salud, propone una modificación en el de sentido que las campañas integrales sean sobre la promoción de una vida sin alcohol y la prevención de riesgo, en el marco de las recomendaciones de la OMS que considera que la promoción de la salud es el proceso que proporciona a las personas los medios necesarios para promover una vida sin alcohol ni tabaco.

Respecto a la sugerencia del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para que las campañas de prevención sean realizadas bajo coordinación y apoyo técnico del Consejo Nacional de Seguridad Vial²⁴, esta no se acoge puesto que las campañas no solo incidirán sobre reducir el manejo en estado de ebriedad, sino que se darán de manera intersectorial e intergubernamental, pudiendo ser requerido dicho Consejo Nacional conforme lo establece el reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, el cual fue aprobado por el Decreto Supremo 012-2009-SA.

Debemos tener en cuenta que los programas preventivos²⁵ y los criterios de actuación de los mismos ya se encarga al Ministerio de Salud, el cual a través de sus órganos competentes realizará coordinaciones con las instituciones correspondientes, entre ellas, la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas (Devida), para que brinden la asistencia técnica, monitoreo y evaluación de los programas preventivos que se formulen bajo los siguientes criterios de actuación:

1. **Multisectorialidad y participación.** Se promoverá la participación articulada y activa de las instituciones y comunidad en general para la planificación y ejecución de intervenciones preventivas.
2. **Orientación programática.** Las intervenciones preventivas deberán estar estructuradas en programas que incorporen una perspectiva educativa orientada a la modificación de actitudes y hábitos, promoviendo para el efecto comportamientos responsables a fin de que no se permita el consumo de bebidas

²⁴ Decreto Supremo 10-96-MTC.

²⁵ Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas reglamentada por el Decreto Supremo 012-2009-SA.

alcohólicas a menores de edad y el consumo excesivo de bebidas alcohólicas en la población en general. Dichos programas deberán ser sistemáticos y susceptibles de ser evaluados.

3. **Flexibilidad y especificidad.** Los programas serán diseñados considerando las diferentes realidades y necesidades. Se priorizará el trabajo en la población infantil y adolescente y el desarrollo de acciones en los ámbitos educativo, familiar, sanitario y comunitario.
4. **Sostenibilidad.** Los programas preventivos deberán ser permanentes en el tiempo, contando con la normatividad y recursos presupuestales pertinentes, y articulados a la planificación regional y local.

Respecto a los criterios que se utilizarían para las campañas de prevención se establece que las actuaciones preventivas en el ámbito educativo y sanitario deberán ser coordinadas por los gobiernos regionales a través de las direcciones regionales correspondientes. El ámbito comunitario y familiar será responsabilidad de los gobiernos locales. Estas acciones, a su vez, deberán estar articuladas a las políticas nacionales asociadas a la temática.

La Comisión de Salud y Población considera que bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, los gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos deben desarrollar a nivel nacional, programas preventivos permanentes en el tiempo con campañas educativas integrales de prevención, conforme lo propone el Ministerio de Salud sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, con especial énfasis en la población infantil y adolescente, en la desintegración familiar y los riesgos para terceros, priorizándose para la realización de estas campañas en instituciones educativas, institutos superiores y universidades, sean estos públicos o privados.

b) Análisis del marco normativo y efecto de la vigencia de la ley

La Comisión de Salud y Población considera que la iniciativa legislativa materia del presente dictamen se fundamenta en:

- El artículo 1 de la Constitución Política del Perú, que señala que la defensa de la persona humana y el respeto de su dignidad son el fin supremo de la sociedad y del Estado. Asimismo, el numeral 1 del artículo 2 del texto constitucional, que señala que toda persona tiene derecho a la vida, a su identidad, a su integridad moral, psíquica y física y a su libre desarrollo y bienestar.

- El artículo 7 de la Constitución Política del Perú, que señala que todos los peruanos tienen derecho a la protección de su salud, la del medio familiar y la de la comunidad así como el deber de contribuir a su promoción y defensa.
- El artículo 59, de la Constitución Política del Perú, que señala que el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y a la libertad de empresa, comercio e industria, y que el ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral ni a la salud ni a la seguridad pública.
- El artículo 65 de la Constitución Política del Perú, que señala que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios y que, para tal efecto, garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.
- En los artículos I, II , III y IV del Título Preliminar de la Ley 26842, Ley General de Salud, que señalan que la salud es condición indispensable del desarrollo humano y medio fundamental para alcanzar el bienestar individual y colectivo, siendo la protección de la salud de interés público. Por lo tanto, es responsabilidad del Estado regularla, vigilarla y promoverla, y toda persona tiene derecho a la protección de su salud en los términos y condiciones que establece la ley, siendo el derecho a la protección de la salud irrenunciable. Considerando que la salud pública es responsabilidad primaria del Estado. La responsabilidad en materia de salud individual es compartida por el individuo, la sociedad y el Estado.

De aprobarse la iniciativa legislativa se modificarían los artículos 4, 7, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, los cuales quedarían redactados bajo la fórmula que se propone en el presente dictamen.

c) **Análisis costo-beneficio**

c.1) **Determinación de los involucrados y efectos**

En el presente dictamen vamos a realizar un análisis cuantitativo que identifique los efectos sobre las personas o los grupos de interés en las que impactará la norma propuesta, es decir, los involucrados²⁶.

Los involucrados en la propuesta legislativa y los efectos que tendría sobre estos, de aprobarse la iniciativa se detallan en el cuadro siguiente:

²⁶Cf. Guerra García, Gustavo y otro. Guía para la evaluación de proyectos de Ley. Segunda Edición. Lima Asociación Civil Transparencia, 2013.

Cuadro 3
Efectos cualitativos de los involucrados de aprobarse la iniciativa legislativa

Involucrados	Efectos directos ²⁷	Efectos indirectos ²⁸
Ciudadanos (población vulnerable)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contarán con una norma que mejora la Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas. ○ Tendrán información que les permita evaluar las consecuencias de la ingesta de alcohol. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reducirán su consumo de bebidas alcohólicas. ○ Tendrá mayor conciencia sobre el consumo de bebidas alcohólicas. ○ Participaran en mejor grado en los accidentes de tránsito.
El Estado peruano (tres niveles de gobierno)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mejorará su política pública sobre regulación de consumo de bebidas alcohólicas. ○ Tendrá que planificar y realizar campañas de promoción de vida sin alcohol y de prevención del riesgo y sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Podrá coordinar de manera eficaz y eficiente la aplicación de políticas públicas sobre regulación del consumo de alcohol. ○ Reducirá sus gastos en el tratamiento de enfermedades derivadas del alcoholismo. ○ Tendrá que habilitar los presupuestos respectivos para realizar las campañas de promoción de vida sin alcohol y de prevención del riesgo y sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce
Productores y comercializadores de bebidas alcohólicas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tendrán que adecuar su actividad comercial a lo establecido en la presente ley. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tendrán que destinar recursos económicos para adecuarse a la presente ley. ○ Reducirán sus niveles de venta.

Elaboración: Comisión de Salud y Población.

c.2) Cuantificación de efectos

La aprobación de la presente iniciativa legislativa no generará gasto al tesoro público, toda vez que lo que busca es modificar y complementar un marco legal que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas. En todo caso, los gastos en que incurrirían los gobiernos regionales y locales en las campañas de prevención se realizarían con cargo a sus presupuestos respectivos.

5. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto, la Comisión de Salud y Población, de conformidad con el literal b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, recomienda la **APROBACIÓN** del **Proyecto de Ley 144/2016-CR**, con el texto sustitutorio siguiente:

²⁷ Son los impactos que se producen como consecuencia directa de la norma (Véase la Guía para la evaluación de proyectos de ley, página 30).

²⁸ Son los impactos que se producen como consecuencia de los efectos directos o cambios producidos de forma inmediata por la norma. (Véase la Guía para la evaluación de proyectos de ley, página 31).

El Congreso de la República
Ha dado la ley siguiente:

**LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN,
CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.**

Artículo único. Modificación de los artículos 4, 7, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

Modifican los artículos 4, 7, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, los cuales quedan redactados de la siguiente manera:

"Artículo 4º.- De los locales o establecimientos

Los propietarios, administradores, representantes o dependientes de los establecimientos a los que se refiere el artículo 3º en cualquiera de sus giros y modalidades, además de las obligaciones señaladas en las normas específicas, **tienen** las siguientes obligaciones:

- a) Colocar en un lugar visible del local o establecimiento, carteles con las siguientes inscripciones:

“PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS”

“TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”

“SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR ENCIMA DEL LÍMITE LEGAL, NO MANEJES PORQUE ES DELITO”

[...]

- d) Cumplir con los horarios establecidos por la autoridad competente. **Las municipalidades establecen los horarios para la distribución, venta, provisión o suministro de bebidas alcohólicas a los consumidores finales.**

Artículo 7º.- Rotulado de empaques y etiquetas

En un espacio no menor del **20 %** del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se **consigna**, en caracteres legibles, **las siguientes frases**:

**"TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO"
"SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR ENCIMA DEL LÍMITE
LEGAL, NO MANEJES PORQUE ES DELITO"**

Artículo 8º.- De los anuncios publicitarios

Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica **debe** sujetarse a las siguientes restricciones:

1. Los anuncios escritos **deben** consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del **20 %** del área total del anuncio, **las frases** a que se hace referencia en el artículo 7º de la presente Ley.
2. La publicidad audiovisual **transmite** en forma visual **las frases** a que se hace referencia en el artículo 7º de la presente Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos.
3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se **debe** expresar en forma clara y pausada **las frases señaladas en el artículo 7º**.

[...]

Artículo 10º.- Campañas de prevención

Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, **desarrollan** a nivel nacional campañas educativas integrales de **promoción de una vida sin alcohol y de prevención del riesgo** y sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares.

Dichas campañas, a cargo de los tres niveles de gobierno, son obligatorias, por lo menos dos veces al año y se realizan de acuerdo al presupuesto aprobado de cada entidad.”

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Adecuación del reglamento de la Ley 2868, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

El Poder Ejecutivo adecúa el reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, a las disposiciones contenidas en la presente ley, dentro de un plazo de cuarenta y cinco días calendario contados desde su vigencia.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

ÚNICA. Adecuación de normas

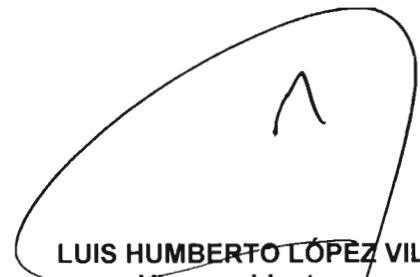
Los establecimientos que tengan autorizaciones municipales vigentes se adecúan a lo dispuesto por la presente ley en un plazo no mayor de noventa días calendario contados desde la vigencia de la presente ley.

Las municipalidades adecúan y dictan las disposiciones administrativas que resulten necesarias para el cumplimiento de la presente ley.

Lima, 21 de junio de 2017.



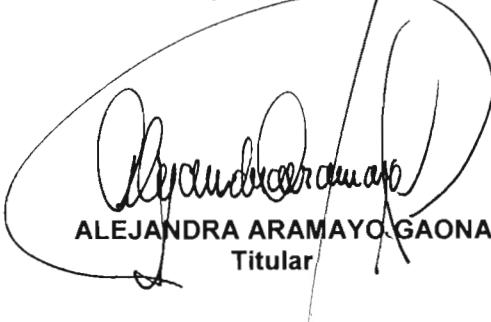
CÉSAR VÁSQUEZ SÁNCHEZ
Presidente



LUIS HUMBERTO LÓPEZ VILELA
Vicepresidente



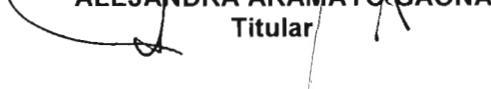
BUSTOS ESPINOZA, ESTELITA SONIA
Secretaria



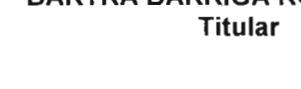
ALEJANDRA ARAMAYO GAONA
Titular



BARTRA BARRIGA ROSA MARÍA
Titular



HÉCTOR BECERRIL RODRÍGUEZ
Titular



LEYLA FELÍCITA CHIHUÁN RAMOS
Titular

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO
DE LEY 144/2016-CR, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA
COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y
PUBLICIDAD DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS.

MILAGROS SALAZAR DE LA TORRE
Titular

SEGUNDO L.TAPIA BERNAL
Titular

JANET EMILIA SÁNCHEZ ALVA
Titular

ALBERTO EUGENIO OLIVA CORRALES
Titular

CURRO LÓPEZ, EDILBERTO
Titular

CEVALLOS FLORES HERNANDO ISMAEL
Titular

YENI VILCATOMA DE LA CRUZ
Titular

ACCESITARIOS

MIGUEL ANTONIO CASTRO GRÁNDEZ
Accesitario

JOAQUÍN DIPAS HUAMÁN
Accesitario

CARLOS A. DOMÍNGUEZ HERRERA
Accesitario

ISRAEL TITO LAZO JULCA
Accesitario



dictamen recaído en el proyecto
de ley 144/2016-CR, ley que modifica
la ley 28681, ley que regula la
comercialización, consumo y
publicidad de bebidas
alcohólicas.

GUILLERMO HERNÁN MARTORELL S.
Accesitario


BIENVENIDO RAMÍREZ TANDAZO
Accesitario

LUZ SALGADO RUBIANES
Accesitario

LILIANA M. TAKAYAMA JIMÉNEZ
Accesitario

CASTRO BRAVO JORGE ANDRÉS
Accesitario

ORACIO ÁNGEL PACORI MAMANI
Accesitario

HERESI CHICOMA SALVADOR
Accesitario

ARMANDO VILLANUEVA MERCADO
Accesitario



COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN
Período Anual de Sesiones 2016 - 2017

ASISTENCIA QUINTA SESIÓN EXTRAORDINARIA

Lugar: "CARLOS TORRES Y TORRES LARA - SALA 1"

Día: Miércoles 21 DE JUNIO 2017

Hora: 1:30 p.m.

MIEMBROS TITULARES



1. VÁSQUEZ SÁNCHEZ, CÉSAR HENRY
Presidente
Alianza para el Progreso



2. LÓPEZ VILELA, LUIS HUMBERTO
Vicepresidente
Fuerza Popular



3. BUSTOS ESPINOZA, ESTELITA SONIA
Secretaria
Fuerza Popular



4. ARAMAYO GAONA, ALEJANDRA
Fuerza Popular



5. BARTRA BARRIGA, ROSA MARÍA
Fuerza Popular



6. BECERRIL RODRÍGUEZ, HÉCTOR VIRGILIO
Fuerza Popular



7. CEVALLOS FLORES, HERNANDO ISMAEL
Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad

1



COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN
Período Anual de Sesiones 2016 - 2017

ASISTENCIA QUINTA SESIÓN EXTRAORDINARIA

Lugar: "CARLOS TORRES Y TORRES LARA - SALA 1"

Día: Miércoles 21 DE JUNIO 2017

Hora: 1:30 p.m.

8. CHIHUÁN RAMOS, LEYLA FELÍCITA

Fuerza Popular



Licencia



9. CURRO LÓPEZ, EDILBERTO

Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad



10. OLIVA CORRALES, ALBERTO EUGENIO

Peruanos por el Cambio

Licencia



11. SALAZAR DE LA TORRE, MILAGROS EMPERATRIZ

Fuerza Popular



12. SÁNCHEZ ALVA, JANET EMILIA

Peruanos por el Cambio



13. TAPIA BERNAL, SEGUNDO

Fuerza Popular



14. VILCATOMA DE LA CRUZ, YENI

No agrupados

Licencia



COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN
Período Anual de Sesiones 2016 - 2017

ASISTENCIA QUINTA SESIÓN EXTRAORDINARIA

Lugar: "CARLOS TORRES Y TORRES LARA - SALA 1"

Día: Miércoles 21 DE JUNIO 2017

Hora: 1:30 p.m.

MIEMBROS ACCESITARIOS

1. **CASTRO BRAVO, JORGE ANDRÉS**
Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad



.....

2. **CASTRO GRÁNDEZ, MIGUEL ANTONIO**
Fuerza Popular



.....

3. **DIPAS HUAMÁN, JOAQUÍN**
Fuerza Popular



.....

4. **DOMÍNGUEZ HERRERA, CARLOS ALBERTO**
Fuerza Popular



.....

5. **HERESI CHICOMA, SALEH CARLOS SALVADOR**
Peruanos por el Cambio



.....

6. **LAZO JULCA, ISRAEL TITO**
Fuerza Popular



.....



COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN
Período Anual de Sesiones 2016 - 2017

ASISTENCIA QUINTA SESIÓN EXTRAORDINARIA

Lugar: "CARLOS TORRES Y TORRES LARA - SALA 1"

Día: Miércoles 21 DE JUNIO 2017

Hora: 1:30 p.m.

7. MARTORELL SOBERO, GUILLERMO HERNÁN

Fuerza Popular



.....

8. PACORI MAMANI, ORACIO ÁNGEL

Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad



.....

9. RAMÍREZ TANDAZO, BIENVENIDO

Fuerza Popular



.....
.....
.....

10. SALGADO RUBIANES, LUZ

Fuerza Popular



.....
.....

11. TAKAYAMA JIMÉNEZ, LILIANA MILAGROS

Fuerza Popular



.....

12. VILLANUEVA MERCADO, ARMANDO

Acción Popular



.....
.....



Rep 2676

ESTELITA SONIA BUSTOS ESPINOZA

"Decenio de las personas con discapacidad en el Perú"
"Año del Buen Servicio Ciudadano"

Lima, 12 de Junio de 2017.

OFICIO N° 047 -2017-EBE/CR.

Señor

JOSÉ CEVASCO PIEDRA

Oficial Mayor del Congreso de la República
Presente.-



CONGRESO DE LA REPÚBLICA
DEPARTAMENTO DE RELATORÍA, ALFILERÍA Y ACTAS

12 JUN. 2017

Recibido por:

Roberto D.
2:45 pm

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., por encargo especial de la Congresista Estelita Bustos Espinoza, para comunicarle que no le será posible asistir a las sesiones ordinarias y extraordinarias programadas en las comisiones de las cuales es miembro titular, así como a la Sesión del Pleno del congreso, por encontrase con descanso médico desde el día 09.06.17 al 23.06.17, a razón de haberse sometido a una operación quirúrgica, motivo por el cual se solicita se le tramite la licencia respectiva. Se adjunta copia del certificado médico.

Agradeciendo la atención que brinde a la presente, sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,

Abog. VICENTE SÁNCHEZ VASQUEZ
ASESOR PRINCIPAL
DESPACHO CONGRESAL
ESTELITA BUSTOS ESPINOZA

Copia a:

- Departamento de Comisiones
- Comisión de Inclusión Social
- Comisión de Salud y Población
- Comisión de Descentralización, Regionalización, Gobiernos Locales y Modernización de la Gestión del Estado.

37

EBE/ejrr



Reg 2804

Lima, 21 de junio del 2017

Señor Congresista
CÉSAR HENRY VÁSQUEZ SÁNCHEZ
Presidente de la Comisión de Salud y Población
Presente.-



De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y por especial encargo de la Congresista Rosa María Bartra Barriga, manifestarle que no podrá asistir a la **Quinta Sesión Extraordinaria** de la Comisión, que se llevará a cabo el día de hoy miércoles 21 de junio, por tener que atender labores propias como Presidenta de la Comisión LAVA JATO, y Primera Vicepresidenta.

Agradeciendo su atención, aprovecho la ocasión para reiterar las muestras de mi especial consideración y especial estima.

Atentamente,

Abog. Alberto Alva Azula
Asesor Principal
Rosa María Bartra Barriga
Congresista de la República

38



DESPACHO CONGRESISTA
HÉCTOR BECERRIL RODRÍGUEZ

"DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ"
"ANIVERSARIO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MARCO LEGAL"

Lima, 21 de Junio de 2017

CARTA N° 122 –2016 -2017/HVBR

Señor Congresista:

CÉSAR HENRY VÁSQUEZ SÁNCHEZ

Presidente de la Comisión de Salud y Población

Presente.-

De mi Consideración:

Es grato dirigirme a usted, por especial encargo del Congresista Héctor Becerril Rodríguez, a fin de solicitarle la licencia respectiva para la sesión de la comisión que usted preside, a realizarse el día de hoy Miércoles 21 de Junio del 2017, debido a que el Congresista en mención se encontrará cumpliendo funciones inherentes a su función parlamentaria; por lo que se solicita la visación del presente de conformidad con el Acuerdo de Mesa N° 044-2004-2005/mesa-CR.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi estima y consideración personal.

Atentamente,

LUIS FERNANDO MORÓN CÉSPEDES
Asesor Principal
Congresista Héctor Becerril Rodríguez

39



Lima, 21 de Junio de 2017

Carta N° 0358-2016-2017/AE0C-CR.

Señor Congresista:
CÉSAR HENRY VÁSQUEZ SÁNCHEZ
Presidente de la Comisión Salud y Población.

PRESENTE.



Asunto: Solicitud se otorgue licencia al señor Congresista Alberto Eugenio Oliva Corrales.

Es honroso dirigirme a Usted con la finalidad de expresarle mis saludos y a la vez, por especial encargo del señor Congresista Alberto Eugenio Oliva Corrales, solicitarle la licencia respectiva para la **Quinta Sesión Extraordinaria** de la comisión que Usted preside, a realizarse hoy, **21 de Junio de 2017 a horas 13:30 p.m.**, debido a que el señor Congresista en mención se encuentra realizando labores propias de la función congresal que le imposibilitan acudir a la sesión convocada.

En razón de ello, solicito, la visación del presente de conformidad con el Acuerdo de Mesa N° 0044-2004-2005/mesa-CR.

Sin otro particular, sea propicia la ocasión para expresarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Oyan 24
CARLOS ALEJANDRO MANRIQUE LAURA
ASESOR
Congresista: ALBERTO EUGENIO OLIVA CORRALES.

40



Ref 2846

LEYLA CHIHUÁN RAMOS

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Lima, 22 de junio de 2017

OFICIO N° 185-2016-2017-CR-LCHR

Señor
CÉSAR VÁSQUEZ SÁNCHEZ
Presidente de Comisión de Salud y Población
Presente.-

De mi mayor consideración:

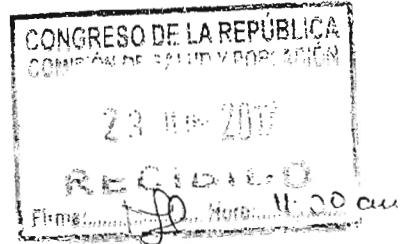
Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo y solicitar licencia a la quinta sesión extraordinaria que se realizó el día de ayer miércoles 21 de junio , en la sala Carlos Torres y Torres Lara (sala N° 1), edificio Víctor Raúl Haya de la Torre que usted preside, por haber surgido un imprevisto durante mi trayecto a la citada sesión.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración y estima.

Cordialmente,


LEYLA CHIHUÁN RAMOS
Congresista de la República





Lima, 21 de Junio del 2017

CARTA N° 162-2017/YVDLC-CR

**SEÑOR CONGRESISTA:
CESAR VASQUEZ SANCHEZ
PRESIDENTE COMISION DE SALUD Y POBLACION**

Presente.-

ASUNTO : EL QUE INDICA



Sírvase la presente para saludarlo, y a su vez, por especial encargo de la Congresista Yeni Vilcatoma De La Cruz, manifestarle que no puede asistir a la QUINTA SESION EXTRAORDINARIA programada para el día de hoy Miércoles 21 de Junio del presente a las 13:30 pm; por encontrarse en estado delicado de Gestación; sírvase considerar licencia oficial por motivos de salud; por lo que, SOLICITO la licencia respectiva conforme el literal i) del artículo 22 del Reglamento del Congreso.

Agradeciendo la atención brindada a la presente, hago propicia la ocasión para reiterarle mi mayor consideración y estima personal

Atentamente


Doctora Magda Mónica Otarola De La Torre
Asesora Principal
Congresista Yeni Vilcatoma De La Cruz



42