

**Contacto CONAMER** GLS-CVLS-AMMDC-B000222307

**De:** direccion@anade.org.mx  
**Enviado el:** martes, 12 de julio de 2022 04:18 p. m.  
**Para:** Contacto CONAMER  
**CC:** jimena@inteligenciamas.com  
**Asunto:** Comentarios a la Reforma de la Ley General para el Control del Tabaco  
**Datos adjuntos:** Comentarios.Reglamento.LGCT\_ANADE.pdf

Datos de la cuenta:

- Correo electrónico: [direccion@anade.org.mx](mailto:direccion@anade.org.mx)
- Titular de la cuenta: Marysol Morán Blanco



MARYSOL MORÁN BLANCO

DIRECTORA EJECUTIVA

55 5401 3438 DIRECCION@ANADE.ORG.MX

WWW.ANADE.ORG.MX



/ANADEcolegio

**Aviso de Confidencialidad y Privacidad de Datos Personales.** El presente correo contiene información de carácter confidencial y sensible propiedad de la Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C. (ANADE). La información en él contenida tiene como única finalidad ser conocida por el destinatario al cual fue dirigido. Por lo que si usted no es el mismo, se le notifica que debe abstenerse de divulgar, copiar y/o distribuir de cualquier forma el contenido del mismo, así como el tomar y/o utilizar alguno de sus elementos para cualquier fin. Si usted recibió la presente transmisión por error, le pedimos por favor comunicarlo de inmediato al remitente. De igual forma le notificamos que sus datos personales son tratados y se encuentran protegidos en términos del Aviso de Privacidad contenido en nuestra página de internet [www.anade.org.mx](http://www.anade.org.mx) lo invitamos a leerlo.

**Confidentiality and Data Privacy Notice.** This email contains confidential and sensitive information belonging to Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C. (ANADE). The information is intended only for the use of the individual or entity named. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any disclosure, copying, distribution, and/or the taking of any action in reliance on the contents of this information is strictly prohibited. If you have received this fax transmission in error, please immediately notify to the sender. Also we notify you that your personal information and data is treated and protected under the Privacy Notice located in our web page [www.anade.org.mx](http://www.anade.org.mx) we invite you to read it.



**Proyecto de Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco**  
**Comentarios Comité de Salud y Regulación Sanitaria**  
**Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C.**  
**ANADE**  
**Julio 2022**

MODIFICACIONES	DECRETO	ARGUMENTOS		
<b>Espacios de consumo de productos del tabaco</b>	El Decreto añade al Reglamento el término de “ <i>emisiones</i> ”, mismas que generan los productos de tabaco calentado y productos de nicotina. (artículos 1, 2, 4, 5, 7, 51, 52, 53, 55, 57, 59, 60, 66 y 67).	Los requisitos que deben de cumplir los espacios al aire libre en los que se podrá fumar se plantean de tal forma, que harían casi imposible el consumo fuera de cualquier establecimiento, dado que la mayoría cuentan únicamente con un acceso que se convierte en paso obligado de personas. Esto no solo impactará de forma importante a los comercios como restaurantes, hoteles y aeropuertos, sino que también afectan el derecho al desarrollo de la libre personalidad del consumidor, mismo que la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha reconocido que no puede ser limitado argumentando el derecho a la salud o el orden público.	Estas disposiciones llevan a los consumidores a buscar cualquier espacio en el que puedan hacerlo, denigrando el acto de consumo, siendo que los individuos adquieren y consumen un producto que es completamente lícito. De esta forma, el derecho fundamental a la igualdad o trato igualitario, reconocido por el artículo 1º constitucional, se podría ver afectado ya que existen otros productos nocivos para los cuales no existe una regulación que limite su consumo en zonas específicas, por ejemplo, los cigarrillos herbales que no contienen tabaco o <i>vapeadores</i> sin nicotina. Igualmente, Las empresas productoras y comercializadoras de productos de tabaco se ven en una desventaja respecto de empresas productoras y comercializadoras de otros productos de consumo que, al tener efectos nocivos para la salud, también se encuentran sujetas a un régimen de permisión condiciona como son las bebidas alcohólicas.	Otra parte importante de la sección de espacios es la prohibición de consumo o venta de alimentos o bebidas en las zonas exclusivas para fumar, esto podría ser una violación legal específica, ya que estaría transgrediendo otros derechos y estaría yendo más allá de los señalado en la Ley General para el Control del Tabaco.
	Incluye a la definición de fumar no solo la combustión sino también el calentamiento de los productos de tabaco y productos de nicotina (artículo 2).			
	Las zonas exclusivas para fumar deberán estar ubicadas al aire libre (artículo 51 Bis.), así como cumplir con las características establecidas en el artículo 60.			
	Prohíbe a cualquier persona consumir o tener encendido cualquier producto de tabaco o nicotina en los espacios de concurrencia colectiva, incluidos: los patios, terrazas, balcones, parques de diversiones, área de juegos o lugares donde permanezcan o se congreguen niñas y niños, parques de desarrollo urbano, deportivos, playas, centros de espectáculos y entretenimiento, canchas, estadios, arenas, plazas comerciales, mercados, hoteles, hospitales, centros de salud, clínicas médicas, sitios o lugares de culto religioso, en lugares de consumo o servicio de alimentos o bebidas, paraderos de transporte.			

**Proyecto de Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco**  
**Comentarios Comité de Salud y Regulación Sanitaria**  
**Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C.**  
**ANADE**  
**Julio 2022**

<b>Empaque</b>	Se establece que la apertura normal de los paquetes de productos del tabaco no deberá dañar, ocultar, disminuir, alterar ni obstruir la visibilidad de los mensajes sanitarios, pictogramas y etiquetado externo de los mismos.	Las disposiciones de la Ley y Reglamento vigentes ya comprenden la prohibición de no ocultar, alterar ni obstruir los mensajes sanitarios por lo que este cambio podría no tener un impacto importante; sin embargo, es la única disposición que se modifica en el capítulo de empaquetado aplicable a cigarrillos.	Por otro lado, existe una contradicción entre la disposición en este capítulo y la nueva prohibición de exhibición directa e indirecta de los productos de tabaco. La disposición en este capítulo pareciera permitir la exhibición al indicar que “Durante la exhibición y comercialización de productos del tabaco hasta el consumidor final se prohíbe dañar, cubrir, distorsionar u obstaculizar de cualquier forma la visibilidad de los mensajes sanitarios y pictogramas del empaquetado y etiquetado externo de los mismos...”		
<b>Comercialización</b>	<p>Se agrega definición de “Punto de venta”, considerando dentro de estos a los espacios virtuales.</p> <p>Para los establecimientos que vendan productos de tabaco, también se presentan las siguientes implicaciones:</p> <p>a. Queda prohibida la exhibición directa o indirecta de los productos elaborados con tabaco que le permitan al consumidor tomarlos y observarlo (artículo 50 Bis).</p>	En el artículo 50 bis se habla de que se encuentra prohibido la exhibición directa o indirecta y lo fundamenta en el artículo 23 de la Ley, lo cual es incorrecto, toda vez que dicho artículo de la Ley habla sobre publicidad, promoción y patrocinio, y no así sobre venta y/o	Aunado a lo anterior, dicha inclusión en el Decreto se contraponen a lo establecido en la Ley, toda vez que, dentro de las disposiciones relativas a la prohibición, no se encuentra establecida la de exhibición de productos de tabaco en punto de venta (únicamente se prohíbe exhibir cualquier producto	El punto más importante a considerar para señalar en la consulta es que, en ningún momento debe de confundirse la publicidad con la exhibición de un producto. La exhibición tiene un fin y características distintos a la publicidad. La	La prohibición de exhibición es una medida claramente anticompetitiva, la visibilidad del producto es esencial para una competencia libre y justa, ya que es la única forma que

**Proyecto de Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco**  
**Comentarios Comité de Salud y Regulación Sanitaria**  
**Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C.**

**ANADE**  
**Julio 2022**

	<p>b. Para la comercialización de los productos, los puntos de venta deberán de contar con una lista textual y escrita de los productos y precios, dicha lista no deberá incluir sellos, ni marcas, ni logotipo y tendrá formato y dimensiones específicos (artículo 50 Bis).</p>	<p>comercialización de los productos, por lo que debería de retarse durante la consulta pública, esto sumado a la contradicción de que pareciera que el artículo 31 te permite exhibir los productos bajo ciertas condiciones.</p>	<p>del tabaco a través de distribuidores automáticos o máquinas expendedoras. Lo anterior viola el principio de <b>primacía jerárquica de la ley</b> sobre el reglamento, que se traduce en que esta norma debe someterse a lo prescrito por la ley, sin poder contradecirla ni ir más allá de sus previsiones. En este caso en particular, establecer una prohibición en una ley secundaria es del todo violatorio.</p>	<p>exhibición es meramente informativa.</p> <p>No podemos decir que con la exhibición se está publicitando un producto, así como tampoco podemos decir que la publicidad necesariamente requiera la exhibición del mismo.</p> <p>La imposibilidad de exhibir un producto puede afectar el derecho fundamental a la libertad de comercio, pues si bien, no impide la actividad empresarial, sí limita gravemente su desempeño.</p> <p>Las prohibiciones de exhibición de producto son costosas, pues ralentizan los tiempos de transacción y pueden obligar a los pequeños minoristas independientes a cerrar; además imponen costos significativos a los comerciantes pues a menudo requieren instalación de nuevas unidades de almacenamiento de tabaco para ocultar los paquetes de cigarrillos a la vista. Esto puede resultar muy costoso.</p>	<p>tienen los consumidores de saber qué marcas están disponibles para la venta antes de tomar una decisión de compra. Esto es especialmente problemático para los fabricantes con pequeñas cuotas de mercado o los nuevos fabricantes que desean ingresar al mercado. Sin la capacidad de mostrar sus productos a los consumidores, los actores menores ya no pueden competir de manera efectiva con marcas conocidas y establecidas, y las nuevas marcas y fabricantes pueden quedar completamente fuera del mercado.</p> <p>Así también es menester mencionar que dicha prohibición transgrede el principio de igualdad, toda vez que establece una</p>
--	---	--	--	--	---

**Proyecto de Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco**  
**Comentarios Comité de Salud y Regulación Sanitaria**  
**Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C.**  
**ANADE**  
**Julio 2022**

					prohibición que no supera un escrutinio ordinario o no intenso, pues, por un lado, se permite consumir bajo ciertas reglas un producto dañino para la salud, como lo es el tabaco y, por otro, se prohíbe de forma absoluta cualquier conducta relacionada con productos que, puedan incitar a su consumo
<b>Publicidad</b>	<p>Restringe todo tipo de publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco, incluyendo:</p> <p style="padding-left: 40px;">a. Utilizar la licencia sanitaria por los productores, fabricantes o importadores de productos del tabaco como medio para publicitar sus productos (art. 13).</p> <p style="padding-left: 40px;">b. La exhibición directa e indirecta de los mismos, en puntos de venta (artículo 40).</p> <p style="padding-left: 40px;">c. Llevar a cabo acciones de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>La emisión del Decreto pierde de vista que desde el año 2004, se emitió el Reglamento de La Ley General De Salud En Materia De Publicidad, el cual tiene como objeto reglamentar el control sanitario de la publicidad de los productos, servicios y actividades a que se refiere la Ley General de Salud. La emisión del Decreto es ociosa, toda vez que lo único que persigue es limitar la libre competencia y la libertad de comercio.</p>	<p>Es importante mencionar que las acciones de responsabilidad social de una empresa tampoco pueden ser consideradas patrocinio puesto que al igual que la exhibición, no persiguen el mismo fin que éste. El impacto más fuerte lo estarían recibiendo grupos vulnerables y participantes de la cadena de suministro que se han visto beneficiados por apoyos otorgados por la industria, por lo que es sumamente necesario considerar ese impacto.</p>		
<b>CONCLUSIONES</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen contradicciones jurídicas dentro del Decreto, las cuales deben ser señaladas en la consulta pública.</li> <li>• Se viola el principio de primacía jerárquica.</li> <li>• Derechos fundamentales como el libre desarrollo de la personalidad, a la libertad de comercio e igualdad o trato igualitario pueden verse afectados.</li> <li>• Sin duda las prohibiciones a la exhibición favorecerán el crecimiento del cigarro ilícito, además del aumento del consumo (conforme a evidencia tomada de estudios realizados en Australia y Canadá).</li> </ul>					

**Proyecto de Reglamento de la Ley General para el Control del Tabaco**  
**Comentarios Comité de Salud y Regulación Sanitaria**  
**Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C.**  
**ANADE**  
**Julio 2022**

- Habrá que tener especial enfoque en la argumentación para la separación de exhibición y publicidad. Lo mismo para las actividades de impacto social y los patrocinios.
- Es necesario que la autoridad considere los impactos a los canales comerciales, principalmente al canal detallista y a los grupos y proveedores que se ven beneficiados por los programas y apoyos de la industria.
- La aplicación de las disposiciones conforme al Decreto serían objeto de Amparo.