



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

PROYECTO DE LEY

**El Senado y Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires
sancionan con fuerza de**

LEY

ARTÍCULO 1º: Objeto. La presente Ley tiene por objeto regular el contenido y los ámbitos de promoción y publicidad de bebidas alcohólicas en todo el territorio de la Provincia de Buenos Aires, a los fines de la prevención y asistencia de la población ante los daños que produce el alcoholismo.

ARTÍCULO 2º: Objetivos generales y específicos. Son objetivos de la presente ley:

Generales:

- a) Reducir el consumo excesivo de bebidas alcohólicas;
- b) Prevenir el alcoholismo;
- c) Concientizar sobre las consecuencias producidas por el consumo excesivo de bebidas alcohólicas.

Específicos:

- a) Generar una herramienta que atienda la problemática en torno al alcoholismo;
- b) Promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas;
- c) Desalentar el consumo por parte de personas menores de dieciocho (18) años;
- d) Fomentar la responsabilidad social de los fabricantes y empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en relación a los consumos problemáticos;
- e) Visibilizar y reducir los daños, tanto sanitarios como sociales, que produce el consumo excesivo de alcohol;
- f) Concientizar a la sociedad sobre los efectos disvaliosos de consumir bebidas alcohólicas en exceso;
- g) Establecer redes entre el Poder Ejecutivo y Legislativo Provincial y los Gobiernos Municipales con los actores productivos, así como con entidades públicas o privadas,



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

nacionales o internacionales, instituciones académicas, organizaciones sociales y la sociedad civil en su conjunto que tengan interés o responsabilidad en la materia.

ARTÍCULO 3º: Definiciones. A efectos de la presente ley, se entiende por:

- a) Bebidas alcohólicas:** bebidas que contienen etanol (alcohol etílico) en su composición destinadas al consumo.
- b) Publicidad y promoción de bebidas alcohólicas:** Es toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial cualquiera sea el medio, incluido los digitales, con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente el consumo de bebidas alcohólicas;
- c) Patrocinio de marca de bebidas alcohólicas:** Toda forma de contribución a cualquier acto, actividad, persona física o jurídica, pública o privada, con el fin, o a los efectos de promover la marca de una bebida alcohólica;
- d) Envasado de bebidas alcohólicas:** Se aplica a todo envase, paquete, envoltorio, caja, lata o cualquier otro dispositivo que envuelva o contenga bebida alcohólica en su formato de venta al consumidor final;
- e) Comunicación directa:** Aquella que no es visible o accesible al público en general, y que está dirigida al público mayor de edad, identificado por el documento de identidad de cada uno de los que hayan aceptado en forma fehaciente recibir tal información.

ARTÍCULO 4º: Prohibición. Se prohíbe toda publicidad de bebidas alcohólicas a través de cualquier tipo de anuncio en la vía pública —estática o móvil— como en periódicos, revistas e impresos en general, dentro del ámbito de la Provincia de Buenos Aires.

ARTÍCULO 5º: Excepciones. Quedan exceptuados del cumplimiento del artículo anterior aquellos avisos publicitarios que se limiten a enunciar la marca y/o logo del producto e incluyan -ocupando como mínimo en un setenta y cinco (75%) del espacio publicitario-, algún mensaje preventivo, sensibilizador, rehabilitador y/o sanitario que determinara la Autoridad de Aplicación.

ARTÍCULO 6º: Patrocinio. Queda prohibida toda forma de publicidad, promoción, patrocinio o financiación de bebidas alcohólicas en actividades culturales, turísticas, deportivas o educativas con acceso libre y gratuito, incluidas aquellas que cumplan



con lo establecido en el Artículo 5 de la presente norma.

ARTÍCULO 7º: Establecimientos Habilitados. Las publicidades de venta de bebidas alcohólicas no alcanzadas por las prohibiciones dispuestas, incluidas las realizadas dentro de los establecimientos habilitados para su expendio y consumo, deben incluir alguno de los mensajes sanitarios del Artículo 5 de la presente norma.

Su texto debe estar impreso en forma legible, dentro de un rectángulo de fondo blanco con letras negras que ocupe al menos un treinta y cinco por ciento (35%) de la superficie total del anuncio.

ARTÍCULO 8º: Excepciones. Exceptúese de la prohibiciones establecidas en los artículos anteriores, a la publicidad o promoción que se realice:

- a) En el interior de los lugares de venta o expendio de bebidas alcohólicas, conforme a lo que determine la reglamentación de la presente ley;
- b) En publicaciones comerciales destinadas exclusivamente a personas o instituciones que se encuentren involucradas en el negocio del cultivo, fabricación, importación, exportación, distribución, depósito y venta de bebidas alcohólicas;
- c) A través de comunicaciones directas a mayores de dieciocho (18) años, siempre que se haya obtenido su consentimiento previo y se haya verificado su edad.

ARTÍCULO 9º: Envases. Las botellas y envases de bebidas alcohólicas llevarán insertos una imagen y un mensaje sanitario, determinado por la Autoridad de Aplicación, que describa los efectos nocivos del consumo excesivo de bebidas alcohólicas, de conformidad con lo establecido en el artículo 5º de la presente.

ARTÍCULO 10º: Mensaje Sanitario. Cada mensaje sanitario y su correspondiente imagen serán consignados en cada botella y envase individual de venta al público de las bebidas alcohólicas.

El mensaje sanitario estará escrito en un (1) rectángulo negro, sobre fondo blanco con letras negras, y ocupará el veinticinco por ciento (25%) inferior de una (1) de las superficies principales expuestas. La imagen ocupará el veinticinco por ciento (25%) inferior de la otra superficie principal.



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

ARTÍCULO 11º: Sanciones. Las infracciones a las disposiciones de la presente ley serán pasibles de las siguientes sanciones, las que se aplicarán con independencia de la responsabilidad civil o penal que pudiere corresponder:

- a) Multa en moneda de curso legal, equivalente al valor al consumidor final de entre doscientos cincuenta (250) y un mil (1000) botellas de un litro de la bebida publicitada, en caso de violación de lo dispuesto en los artículos 4º y 6º. En caso de reincidencia dicha multa podrá alcanzar un valor de hasta dos mil quinientas (2500) de la bebida publicitada con las mismas características;
- b) Multa en pesos equivalente al valor de venta al consumidor final de diez mil (10.000) a cien mil (100.000) botellas de la bebida publicitada, en caso de violación de lo dispuesto en los artículos 7º y 9º. En caso de reincidencia, la multa se puede elevar hasta el valor equivalente a un millón (1.000.000) de botellas de las antes enunciadas;
- c) Decomiso y destrucción de los materiales y los productos elaborados o comercializados que se encuentren en violación de las disposiciones establecidas por esta ley;
- d) Clausura del local, institución o cualquier otro establecimiento donde se contravenga lo pautado en la presente ley.

ARTÍCULO 12º: Norma de Aplicación. Con el objeto de llevar a cabo el procedimiento de aplicación para la sanción de las infracciones será de aplicación lo establecido en el Código de Faltas de la Provincia de Buenos Aires.

ARTÍCULO 13º: Serán solidariamente responsables los titulares de la marca y/o aquellos que por cualquier título jurídico tengan derecho de explotación, distribución y/o comercialización de la misma, como los sujetos físicos o jurídicos que hagan posible en su condición de partícipes necesarios, la violación de las prohibiciones contempladas en esta ley.

ARTÍCULO 14º: Crear el Fondo de Financiamiento Obligatorio que estará integrado por:

- a) Fondos provenientes del cobro de las multas surgidas por aplicación de las sanciones establecidas en la presente norma.
- b) El aporte obligatorio del 10% del monto total de recursos que los fabricantes y distribuidores de bebidas alcohólicas destinan a publicidad en el territorio de la



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

Provincia de Buenos Aires.

Los mismos serán fondos afectados para promocionar actividades de prevención y sensibilización en torno al consumo problemático de bebidas alcohólicas con nula presencia de marcas.

ARTÍCULO 15º: El Poder Ejecutivo, a través de la Autoridad de Aplicación, deberá desarrollar acciones informativas, preventivas y educativas sobre las consecuencias negativas del consumo en exceso de alcohol y el alcoholismo como adicción.

ARTÍCULO 16º: Se dispone la vigencia de esta norma a partir de los 60 días de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires.

ARTÍCULO 17º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Según un informe del 2019 realizado por Sedronar, en una población de entre 15 y 64 años, el consumo de alcohol es la segunda causa de muerte atribuible al consumo de drogas, siendo un 17.9% del total, superado por las defunciones relacionadas con el consumo de tabaco. Estos datos evidencian que estamos frente a una problemática social y sanitaria que exige un análisis profundo para fortalecer los marcos institucionales, así como para desarrollar estrategias concretas para su abordaje, prevención, asistencia y erradicación.

Ya en el año 2013, el Ministerio de Salud de la Nación advertía que *“a nivel mundial el uso nocivo del alcohol causa aproximadamente 3,3 millones de muertes por año, lo que representa el 5,9% de todas las muertes, mientras que el 5,1% de la carga mundial de morbilidad es atribuible al consumo de esta sustancia. Si bien la relación entre el consumo de alcohol y la salud es compleja, la evidencia científica demuestra que el uso nocivo del alcohol es la principal causa de traumatismos involuntarios por lesiones, de trastornos neuropsiquiátricos, depresión, malnutrición y, en casos muy severos, puede generar daño cerebral. También es un importante factor de riesgo para la prevalencia de múltiples enfermedades, como las hepáticas, cardiovasculares, diversos tipos de cáncer, úlceras, anemia, coagulación defectuosa y de enfermedades de transmisión y funcionamiento sexual”*.^[1]



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

Más aún, en el *Estudio Nacional en población de 12 a 65 años, sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas (2018)* se indica que “el 81% de las personas tomaron alguna bebida alcohólica en su vida^[2] y unas 2.299.598 personas comenzaron a beber en el último año, de las cuales unas 320.000 son preadolescentes y adolescentes. El consumo actual de alcohol se encuentra presente en el 53% de la población, y en mayor medida en los varones. Entre los 18 a los 24 años se observa la tasa más elevada del 62 % y entre los adolescentes, la menor, del 34,7%.”

Asimismo Sedronar realizó en 2017 un Análisis de los contextos individuales y sociofamiliares en jóvenes escolarizados y su relación con el consumo de alcohol y marihuana. Cabe destacar que del total de los estudiantes, sólo el 20.3% manifestó que ninguno de sus amigos consume regularmente alcohol. Además, el 44% de los consumidores recientes de alcohol consideró que las personas consumen alcohol en exceso por motivos ligados a la diversión y el placer y el 20% afirmó que lo hacen porque tienen problemas personales.

En este panorama sociosanitario, es preciso ponderar que en nuestra Provincia, la actividad industrial cervecera reviste una gran importancia en materia de valor agregado, generación de empleo y comercio exterior. Es por ello que la presente ley fomenta el trabajo conjunto del Poder Ejecutivo y Legislativo Provincial y Municipal con estos actores productivos de cara a generar un consumo responsable, así como herramientas de cuidado, prevención, sensibilización y capacitación a agentes estatales y/o privados que se desempeñen en ámbitos en los que se consuman bebidas alcohólicas. De esta forma, el espíritu de esta norma es cuidar a la población, prevenir problemas vinculados a los consumos, promover mensajes sanitarios junto a quienes apuntalan la producción y el empleo bonaerense.

Asimismo, retomando la experiencia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que cuenta con una legislación en este sentido -2016-, se pretende fomentar más y mejores leyes que, de manera integral, se orienten al resguardo de la población en relación a los efectos negativos en la salud del alcoholismo; a la rigurosidad de los horarios de la venta y expendio de bebidas alcohólicas, especialmente a su prohibición entre los menores de 18 años; a la necesaria visibilización de los problemas sanitarios, sociales y viales del consumo desmedido, así como el deterioro físico, psíquico y espiritual de la comunidad, como parte de las responsabilidades empresariales y estatales; a desalentar y sancionar a aquellas personas que conduzcan un vehículo bajo los efectos del alcohol; así como a la difusión de la información de las



*H. Cámara de Senadores
Provincia de Buenos Aires*

Corresponde a E 355 2022-2023

graduaciones y la composición de las bebidas alcohólicas que se consumen. Más aún, esta normativa también se ampara en las experiencias de otros países, como México, Chile, Francia, y en la legislación regulatoria de la venta de otros productos como el tabaco (leyes 11.087; 11.241; 11.412; 11937)

Asumiendo la magnitud y complejidad del asunto, así como la urgencia en idear acciones tendientes a la definitiva erradicación de esta problemática social -que se expresa de múltiples formas: social, sanitaria, vial, etc.- es que resulta ineludible involucrar al conjunto de nuestra sociedad. Por ello, se somete a consideración de este Honorable Cuerpo Legislativo el proyecto de ley que tiene por objeto regular la promoción y publicidad de bebidas alcohólicas en el territorio de la Provincia de Buenos Aires.

Por todo lo expuesto, es que solicito a los/as legisladores de todas las fuerzas políticas que acompañen con su voto favorable el presente Proyecto de Ley.

[1] Tercera Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. 2013. Disponible en: http://www.msal.gov.ar/ent/images/stories/vigilancia/pdf/2015-11_enfr_cap9_alcohol.pdf

[2] Si se lo compara con los resultados del relevamiento de 2010 (75,4%) se observa un crecimiento del orden del 5,6%. Por otro lado, cabe destacar que muy por debajo de estas cifras se ubica el consumo de tabaco (51,3%) y marihuana (17,4%). En cuanto a la composición del universo de consumidores de alcohol hay mayor predominancia entre los hombres (86%) que entre las mujeres (76,5%). En cuanto a la escala etaria, se distribuye de la siguiente forma: 12 -17 (60,5%); 18 - 24 (88,1%); 25 -34 (86,3%); 35 -49 (80,6%); 50-65 (78,5%). Fuente disponible en: <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/2018-10-05ZEncuestaZHogares.pdf>