

## BORRADOR DE ANTEPROYECTO DE LEY REGULADORA DE LA VENTA, EL SUMINISTRO, EL CONSUMO Y LA PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO, PARA PROTECCIÓN DE LA SALUD DE LA POBLACIÓN.

---

### I

En España, al igual que en otros países desarrollados, el tabaquismo es la primera causa aislada de mortalidad y morbilidad evitable. La evidencia científica sobre los riesgos que conlleva el consumo de tabaco para la salud de la población es concluyente.

Se estima que el consumo de tabaco es responsable del 90 por ciento de la mortalidad por cáncer de pulmón, del 95 por ciento de las muertes por enfermedad pulmonar obstructiva crónica, del 50 por ciento de la mortalidad cardiovascular y del 30 por ciento de las muertes que se producen por cualquier tipo de cáncer. En España fallece cada año como consecuencia del consumo de tabaco un número de personas que representa el 16 por ciento de todas las muertes ocurridas en la población mayor de 35 años. Así mismo hay evidencias científicas de que el humo del tabaco en el ambiente (consumo pasivo o involuntario de tabaco), es causa de mortalidad, enfermedad y discapacidad. La Agencia Internacional de Investigación del Cáncer de la Organización Mundial de la Salud (OMS), ha determinado que la exposición al aire contaminado con humo del tabaco, es carcinogénica en los seres humanos.

El consumo de tabaco, como factor determinante de diferentes patologías y como causa conocida de muerte y de importantes problemas sociosanitarios, constituye uno de los principales problemas para la salud pública; de ahí, la necesidad de implantar medidas dirigidas a la prevención del tabaquismo, limitando su oferta y demanda y regulando su publicidad, promoción y patrocinio.

Estas medidas deben estar en total sintonía con las actuaciones contempladas en la Estrategia Europea para el Control del Tabaquismo 2002 de la Región Europea de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y con el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, ratificado recientemente por España.

La Unión europea ha visto con preocupación el fenómeno del tabaquismo, que ha pretendido combatir a través de diferentes medidas normativas entre las que destaca la aprobación de la Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco, Directiva que, mediante la presente Ley, se incorpora a nuestro ordenamiento.

La Constitución Española reconoce en su artículo 43 el derecho a la protección de la salud, encomendando en el apartado 2 del mismo a los poderes públicos, la organización y tutela de la salud pública a través de medidas preventivas. Para contribuir a la efectividad de este derecho, la

Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, estableció la obligación de las Administraciones Públicas Sanitarias de orientar sus actuaciones prioritariamente a la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades, evitando las actividades y productos que, directa o indirectamente, puedan tener consecuencias negativas para la salud y regulando su publicidad y propaganda comercial.

En el ámbito de la legislación existente sobre aspectos generales de venta, y consumo de tabaco, las limitaciones actuales se encuentran contempladas en el Real Decreto 192/1988, de 4 de marzo, y su modificación posterior, circunscrita a medios de transporte, operada mediante el Real Decreto 1293/1999, de 23 de julio.

Nuestra vigente legislación aborda igualmente la regulación de los aspectos publicitarios del fenómeno del tabaco, si bien de forma parcial y asistemática al prohibir únicamente la publicidad televisiva de los productos del tabaco. La actual regulación, contenida básicamente en las Leyes 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, así como en la Ley 22/1999, de 7 de junio, que modifica la anterior.

Las consideraciones expuestas hacen necesaria la adopción de nuevas medidas en una doble dirección. Por un lado, se hace preciso adoptar aquellas que incidan sobre el consumo y la venta, limitando la disponibilidad y accesibilidad a los productos del tabaco, especialmente a los más jóvenes, así como a ampliar los espacios sin humo, para garantizar que el derecho de la población no fumadora a respirar aire no contaminado por el humo del tabaco prevalezca sobre el de las personas fumadoras. Resulta oportuno y necesario introducir nuevas medidas en la venta y consumo de tabaco para subsanar las limitaciones y deficiencias de la legislación existente que el paso del tiempo, la progresiva evidencia científica, la mayor sensibilización y concienciación social y la proliferación y diversificación de las estrategias de venta y promoción de los productos del tabaco, han puesto de manifiesto.

Por otro lado, la publicidad y promoción de los productos del tabaco, ya sea directa o indirecta, y el patrocinio de diferentes actividades, tiene una probada influencia sobre las conductas personales y los hábitos sociales, convirtiéndose en un claro elemento de inducción y favorecimiento de su consumo, especialmente en el ámbito infantil y juvenil, por lo que se hace necesario incidir limitativamente en todas las clases y medios de publicidad, ya sean impresos, radiofónicos, televisivos, electrónicos o cinematográficos.

Por todo lo expuesto, y teniendo en cuenta la regulación y el rango normativo de las disposiciones citadas, se hace aconsejable la promulgación de una norma general que sistematice la regulación y cuyo rango sea el adecuado a la finalidad pretendida, para lo que se ha optado por la forma de Ley.

## II

La Ley se articula en cuatro Títulos, dedicados respectivamente a la regulación de las disposiciones generales, las limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco, la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los mismos y el régimen de las infracciones y sanciones.

El Título I se consagra a las disposiciones generales, delimitando el objeto y aclarando, en forma de definiciones, los conceptos fundamentales que se contienen en la Ley.

El Título II regula las limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco. En cuanto a las limitaciones a la venta y suministro, la Ley, en perfecta concordancia con la normativa que disciplina el mercado de tabacos, dispone que la venta y suministro al por menor de productos de tabaco sólo podrá realizarse en la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre y en aquellos establecimientos que cuenten con las autorizaciones administrativas oportunas, quedando expresamente prohibido en cualquier otro lugar o medio. Además, se prohíbe vender o entregar a personas menores de dieciocho años productos de tabaco, así como cualquier otro producto que le imite o induzca a fumar. Igualmente se prohíbe la venta de tabaco por personas menores de dieciocho años. En cualquier caso, se prohíbe la venta y suministro en determinados lugares, tales como centros y dependencias de las Administraciones Públicas y sus Organismos públicos vinculados o dependientes, centros sanitarios, sociosanitarios, de servicios sociales y sus dependencias, lugares públicos en los que se preste un servicio de atención al público, centros docentes, centros culturales, centros e instalaciones deportivas, centros de atención y ocio de los menores de edad y en cualquier lugar, centro o establecimiento donde esté prohibido su consumo.

En cuanto a las limitaciones sobre consumo, la Ley parte de la distinción entre lugares donde se establece la prohibición total de fumar y lugares donde se prohíbe fumar, permitiéndose la habilitación de zonas para fumar, siempre que se cumplan determinados requisitos, tales como señalización adecuada, separación física del resto de las dependencias y dotación de sistemas de ventilación independiente.

Entre los lugares en los que se podrán señalar zonas específicas para fumadores se encuentran los centros de atención social, las salas de fiesta en las que no se permita la entrada a menores, los lugares privados en los que se ejerza una actividad comercial, los establecimientos de hostelería y restauración cerrados, que sirvan alimentos y/o bebidas para su consumo y que tengan una superficie determinada, así como las salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos que se realizan en espacios cerrados y los aeropuertos. Además, en los establecimientos de hostelería y restauración en los que no existe prohibición legal de fumar, sus titulares deberán anunciar visiblemente si permiten o no el consumo de tabaco en su interior.

El Título III incorpora a nuestro ordenamiento la Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones

legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco.

En él se parte de la prohibición de la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de un producto del tabaco, así como de la de toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, aunque con determinadas excepciones.

El Título se completa con normas sobre las denominaciones comunes, expresión con la que se identifica a los nombres, marcas, símbolos o cualquiera otro signo distintivo que sea utilizado para productos del tabaco y, simultáneamente, para otros bienes o servicios y que hayan sido comercializados u ofrecidos por una misma empresa o por empresas distintas con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley. El criterio en estos casos es el del mantenimiento bajo ciertas condiciones, ya que se permite que puedan seguir siendo utilizados para la publicidad de los otros bienes o servicios, aunque no para los productos del tabaco y siempre que el signo distintivo se utilice con un aspecto claramente distinto del utilizado en el producto del tabaco y no lleve ningún otro signo distintivo ya usado para un producto del tabaco.

La Ley se completa con un preciso régimen de infracciones y sanciones -Título IV-, en el que además de tipificar las correspondientes conductas contrarias a la norma y asignarles el respectivo reproche sancionador, se identifican los responsables, incluso en los supuestos de infracciones cometidas por menores, y se delimitan claramente las competencias sancionadoras.

La presente Ley tiene el carácter de básica y se dicta en ejercicio de las competencias del Estado previstas en el artículo 149.1.10ª y 16ª de la Constitución.

## TÍTULO I Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

La presente Ley tiene por objeto establecer las limitaciones, siempre que se trate de operaciones al por menor, en la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco, así como regular la publicidad, la promoción y el patrocinio de dichos productos.

Artículo 2. Definiciones.

A los efectos de esta Ley, se entiende por:

a) Productos del tabaco: los destinados a ser fumados, inhalados, chupados, o masticados, que estén constituidos, aunque sólo sea en parte, por tabaco.

b) Publicidad: toda forma de comunicación, recomendación o acción cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco, incluida la publicidad que, sin mencionar directamente un producto del tabaco, intente eludir la prohibición de la publicidad utilizando nombres, marcas, símbolos u otros elementos distintivos de productos del tabaco.

c) Patrocinio: cualquier tipo de contribución, pública o privada, a un acontecimiento, una actividad o un individuo cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco.

d) Promoción: todo estímulo de la demanda de productos del tabaco, como anuncios, publicidad y actos especiales, entre otros, destinados a atraer la atención y suscitar el interés de los consumidores.

## TÍTULO II

### Limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco

#### Artículo 3. Venta y suministro de los productos del tabaco.

1. La venta y suministro al por menor de productos de tabaco sólo podrá realizarse en la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre o a través de máquinas expendedoras que cuenten con las autorizaciones administrativas oportunas, quedando expresamente prohibido en cualquier otro lugar o medio.
2. Se prohíbe vender o entregar a personas menores de dieciocho años productos de tabaco, así como cualquier otro producto que le imite o induzca a fumar. Igualmente se prohíbe la venta de tabaco por personas menores de dieciocho años.
3. En todos los establecimientos en los que esté autorizada la venta de productos del tabaco se instalarán en lugar visible carteles con las características que se indican en el Anexo 1 de esta Ley, que informen de la prohibición de venta de tabaco a los menores de 18 años y adviertan sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco.
4. Se prohíbe la venta y suministro de cigarrillos y cigarritos por unidades individuales. Sólo se permite la venta de cigarrillos y cigarritos en unidades de empaquetamiento de venta que contengan veinte unidades.
5. Se prohíbe la entrega o distribución de muestras de cualquier producto de tabaco, sean o no gratuitas, y la venta de productos de tabaco con descuento.
6. Máquinas expendedoras:
  - a) Uso: Se prohíbe a los menores de dieciocho años el uso de máquinas expendedoras de productos de tabaco, responsabilizándose de esta prohibición el titular del local, lugar o establecimiento donde estén situadas.

- b) Ubicación: Las máquinas automáticas expendedoras de labores de tabaco sólo podrán ubicarse en el interior de locales y en una localización que permita la vigilancia directa y permanente del uso de las mismas, por parte del titular del local o de sus trabajadores. No se podrán ubicar en las áreas anexas o de acceso previo a los locales, como son las zonas de cortavientos, porches, pórticos, pasillos de centros comerciales, vestíbulos, distribuidores, escaleras, soportales o lugares similares, que pudiendo ser parte de un inmueble, no constituyen propiamente el interior del mismo.
- c) Advertencia sanitaria: En la superficie frontal de las máquinas figurará, de forma clara y visible, una advertencia sanitaria con las características que se indican en el Anexo 2 de esta Ley.
- d) Características: Para garantizar el uso correcto de estas máquinas, deberán incorporar los mecanismos adecuados que permitan su activación o puesta en marcha por el titular del establecimiento, cada vez que sea solicitada una venta.
- e) Incompatibilidad: En estas máquinas no podrán suministrarse otros productos distintos del tabaco.

7. Lugares donde se prohíbe la venta y suministro de productos de tabaco:

- a) Centros y dependencias de las Administraciones Públicas y sus Organismos.
- b) Centros sanitarios, sociosanitarios, de servicios sociales y sus dependencias.
- c) Centros docentes, independientemente de la edad del alumnado y del tipo de enseñanza.
- d) Centros culturales.
- e) Centros e instalaciones deportivas.
- f) Centros de atención y ocio de los menores de edad.
- g) En cualquier lugar, centro o establecimiento donde esté prohibido su consumo.

8. Se prohíbe la venta y suministro de productos de tabaco por cualquier otro método que no sea la venta directa personal o a través de máquinas expendedoras que guarden las condiciones señaladas en el apartado 6 de este artículo. Queda expresamente prohibida la venta o suministro al por menor de productos de tabaco de forma indirecta o no personal, mediante la venta a distancia o procedimientos similares.

Artículo 4. Limitaciones al consumo de los productos del tabaco.

- 1. Considerando las consecuencias del tabaco para la salud y el derecho de la población a respirar un aire no contaminado por el humo de tabaco, en cualquier circunstancia en la que una persona no fumadora vea este derecho comprometido prevalecerá éste sobre cualquier otra consideración.
- 2. Lugares donde se establece la prohibición total de fumar:

- a) Centros de trabajo públicos y privados, en espacios cerrados
- b) Centros, servicios o establecimientos sanitarios y sociosanitarios.
- c) Centros docentes independientemente de la edad del alumnado y del tipo de enseñanza.
- d) Instalaciones deportivas cubiertas.
- e) Zonas de las oficinas de las Administraciones Públicas y entidades privadas destinadas a la atención directa al público.
- f) Centros de atención social para menores de dieciocho años, y de ocio o esparcimiento en los que se permita el acceso a estos menores.
- g) Centros culturales, salas de lectura, exposición, biblioteca, conferencias, museos y similares.
- h) Salas de fiesta o de uso público en general en las que se permita la entrada a menores de dieciocho años.
- i) Áreas donde se elaboren, transformen, preparen o vendan alimentos.
- j) Ascensores, elevadores y similares.
- k) Cabinas telefónicas, recintos de los cajeros automáticos y otros espacios de uso público de reducido tamaño.  
Se entiende por espacio de uso público de reducido tamaño aquel que no ocupe una extensión superior a cinco metros cuadrados.
- l) Vehículos o medios de transporte colectivo urbano e interurbano, incluyendo los taxis, funiculares y teleféricos, vehículos de transporte, de empresa y en todos los utilizados, total o parcialmente, por menores de dieciocho años y personas enfermas.
- m) Estaciones de autobuses, excepto en los espacios al aire libre.
- n) En todos los espacios del transporte suburbano (vagones, andenes, pasillos, escaleras, estaciones, etc.).
- o) Transportes ferroviarios y marítimos, incluidas las estaciones, excepto en la cubierta y demás dependencias al aire libre.
- p) Aeronaves con origen y destino en territorio nacional y en todos los vuelos de compañías aéreas españolas, incluidos aquellos compartidos con vuelos de compañías de otras nacionalidades.
- q) En cualquier otro lugar en el que, por disposición de la presente Ley o de otra norma, se prohíba fumar.

3. Lugares donde se prohíbe fumar, permitiéndose la habilitación de zonas para fumar:

- a) Centros de atención social.
- b) En los establecimientos de hostelería y restauración cerrados que sirvan alimentos y/o bebidas para su consumo y que tengan una superficie útil igual o superior a cien metros cuadrados, de los que podrán destinar como máximo el 30% para las personas fumadoras. Deberán informar, en lugar visible en su entrada, de la existencia o no de zonas habilitadas para fumadores.

- c) Salas de fiesta o de uso público en general en las que no se permita la entrada a menores de dieciocho años
- d) Salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos que se realizan en espacios cerrados. En estos casos, la ubicación de la zona de fumadores deberá situarse fuera de las salas de representación o proyección.
- e) Aeropuertos.

4. Zonas habilitadas para fumar:

1. Podrán habilitarse zonas para fumar únicamente en los lugares señalados en el apartado 3 anterior, y necesariamente deberán reunir los siguientes requisitos:
  - a) Deberán estar debidamente señalizadas, con las características que se indican en el Anexo 3 de esta Ley.
  - b) Deberán estar separadas físicamente del resto de las dependencias del centro o entidad, y no ser zonas de paso obligado para la población no fumadora.
  - c) Deberán disponer de sistemas de ventilación independiente u otros dispositivos o mecanismos que permitan garantizar la eliminación de humos.
  - d) En todo caso, la superficie de la zona habilitada deberá ser inferior al diez por ciento de la superficie total del centro o establecimiento, con la salvedad prevista en la letra b) del apartado 3 anterior.
2. En todos los casos que no fuere posible dotar estas zonas de los requisitos exigidos, se mantendrá la prohibición de fumar en todo el espacio.

### TÍTULO III

#### Regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco

##### Artículo 5. Limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco.

1- Queda prohibida en el territorio nacional toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidas las máquinas expendedoras y los servicios de la sociedad de la información, con las siguientes excepciones:

- a) Las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales que intervienen en el comercio del tabaco.
- b) La publicidad exclusivamente destinada a los compradores, situada en el interior de las Expendedurías Generales de Tabaco y Timbre del Estado. En ningún caso, dicha publicidad podrá realizarse en los escaparates, ni extenderse fuera de dichos establecimientos, ni dirigirse al exterior.
- c) Las publicaciones que contengan publicidad de productos del tabaco editadas o impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario, o no



tengan por objeto principal la promoción del tabaco en el mercado comunitario, o no estén dirigidas principalmente a los menores de edad.

2. Se prohíbe la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de un producto del tabaco.

Artículo 6.- Reglas aplicables a denominaciones comunes.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5 apartado 2, cuando un nombre, marca, símbolo o cualquier otro signo distintivo sean utilizados para productos del tabaco y, simultáneamente, para otros bienes o servicios, y hayan sido comercializados u ofrecidos por una misma empresa o por empresas distintas con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley, podrán seguir siendo utilizados para la publicidad de los otros bienes o servicios.

No obstante, dicho nombre, marca, símbolo o cualquier otro signo distintivo sólo podrá utilizarse bajo un aspecto claramente distinto del utilizado en el producto del tabaco y siempre que no lleve ningún otro signo distintivo ya usado para un producto del tabaco, como tipo de letra, color, imagen, eslogan o sonido.

A partir de la fecha de la entrada en vigor de la Ley, ningún bien o servicio que se introduzca en el mercado podrá utilizar nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco. En este sentido, la presentación del nombre, marca, símbolo o cualquier otro signo distintivo del bien o servicio deberá ser claramente diferente del utilizado para el producto del tabaco.

Ningún producto del tabaco llevará el nombre, la marca, el símbolo o cualquier otro signo distintivo de cualquier otro bien o servicio, salvo que dicho producto del tabaco estuviera ya comercializado con anterioridad a la entrada en vigor de la esta Ley.

#### TÍTULO IV

##### Régimen de infracciones y sanciones.

Artículo 7. Disposiciones generales.

1. La potestad sancionadora regulada en esta Ley se ejercerá, en lo no previsto en la misma, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en la Ley 14/1986, General de Sanidad. Todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro tipo que puedan concurrir.
2. En los procedimientos sancionadores por infracciones graves o muy graves se podrán adoptar, con arreglo a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las

Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sus normas de desarrollo, las medidas de carácter provisional previstas en dichas normas que se estimen necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte, el buen fin del procedimiento, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y las exigencias de los intereses generales. En particular, podrán acordarse las siguientes:

- a) Suspensión temporal de la actividad del prestador de servicios y, en su caso, cierre provisional de sus establecimientos.
- b) Precinto, depósito o incautación de registros, soportes y archivos informáticos y de documentos en general, así como de aparatos y equipos informáticos de todo tipo.
- c) Advertir al público de la existencia de posibles conductas infractoras y de la incoación del expediente sancionador de que se trate, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.

En la adopción y cumplimiento de tales medidas se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando éstos pudieran resultar afectados.

En casos de urgencia y para la inmediata protección de los intereses implicados, las medidas provisionales previstas en el presente artículo podrán ser acordadas antes de la iniciación del expediente sancionador. Las medidas deberán ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción, el cual podrá ser objeto del recurso que proceda. En todo caso, dichas medidas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento sancionador en dicho plazo o cuando el acuerdo de iniciación no contenga un pronunciamiento expreso acerca de las mismas. El órgano administrativo competente para resolver el procedimiento sancionador podrá imponer multas coercitivas por importe que no exceda de 6.000 euros por cada día que transcurra sin cumplir las medidas provisionales que hubieran sido acordadas.

3. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por faltas graves a los dos años y las impuestas por faltas leves al año.

#### Artículo 8. Infracciones.

1. Las infracciones por incumplimiento de lo previsto en esta Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

2. Se considerarán infracciones leves:

- a) No disponer o no exponer en lugar visible en los establecimientos en los que esté autorizada la venta de productos del tabaco los carteles que informen de la prohibición de venta de tabaco a los menores de 18 años y adviertan sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco.
- b) No disponer las máquinas expendedoras de la preceptiva advertencia sanitaria o no cumplir esta última con las características legalmente preceptivas.
- c) No disponer las máquinas expendedoras del mecanismo adecuado de activación o puesta en marcha por el titular del establecimiento.
- d) No informar en la entrada de la prohibición o no de fumar, así como de la existencia de zonas habilitadas para fumadores y no fumadores o no cumplir el resto de obligaciones formales a que se refieren los anexos de ésta Ley.
- e) No señalar debidamente las zonas habilitadas para fumar o no reunir éstas los requisitos de localización, separación de otras zonas, ventilación y superficie legalmente exigidas.

3. Se considerarán infracciones graves.

- a) Permitir fumar en Centros o lugares en los que exista prohibición de fumar o fuera de las zonas habilitadas para fumar.
- b) Habilitar zonas para fumar en establecimientos y lugares donde no este permitida su habilitación.
- c) La venta o entrega a personas menores de dieciocho años de productos que imiten productos de tabaco o induzcan a fumar
- d) La comercialización, venta y suministro de cigarrillos y cigarritos en unidades de empaquetamiento de venta distinto a veinte unidades.
- e) La venta y suministro de cigarrillos y cigarritos por unidades individuales.
- f) La entrega o distribución de muestras de cualquier producto de tabaco, sean o no gratuitas
- g) La venta de productos de tabaco con descuento.
- h) La instalación o emplazamiento de máquinas automáticas expendedoras de labores de tabaco en el exterior de los locales, así como en las áreas anexas o de acceso previo a los locales.
- i) La venta y suministro de productos de tabaco mediante la venta a distancia o procedimientos similares, excepto la venta a través de máquinas expendedoras.
- j) La distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco.
- k) La comisión de dos o mas infracciones leves en un periodo de dos años, siempre que las correspondientes resoluciones hubieren adquirido firmeza en vía administrativa.

4. Son infracciones muy graves:

- a) La venta o entrega a personas menores de dieciocho años productos de tabaco
- b) Permitir a los menores de dieciocho años el uso de máquinas expendedoras de productos de tabaco
- c) La distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco a menores de 18 años.
- d) La publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en cualesquiera medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, cuando tales actividades fueran dirigidas especialmente a menores de 18 años o a través de medios cuyos principales destinatarios fueran los menores.
- e) La comercialización de bienes o servicios utilizando nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco en condiciones distintas de las permitidas en la Ley.
- f) La comercialización de productos del tabaco utilizando el nombre, la marca, el símbolo o cualquier otro signo distintivo de cualquier otro bien o servicio en condiciones distintas de las permitidas en el artículo 6.
- g) La publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, salvo los supuestos contemplados en el artículo 5.2.
- h) La comisión de dos o más infracciones graves en un periodo de dos años, siempre que las correspondientes resoluciones hubieren adquirido firmeza en vía administrativa.

#### Artículo 9. Sanciones

1. Las infracciones leves a lo previsto en la presente Ley serán sancionadas con multa de hasta 600 euros, las graves con multa desde 601 euros, hasta 10.000 euros, y las muy graves desde 10.001 euros, hasta 1.000.000 euros.
2. La cuantía de la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta, el riesgo generado para la salud, la repercusión social de la infracción, el beneficio que haya reportado al infractor la conducta sancionada y la previa comisión de una o más infracciones a esta Ley.
3. En todo caso, cuando la cuantía de la multa resulte inferior al beneficio obtenido por la comisión de la infracción, la sanción será aumentada hasta el doble del importe en que se haya beneficiado el infractor.
4. Si un mismo hecho u omisión fuera constitutivo de dos o más infracciones, tipificadas en esta u otras leyes, se tomará en consideración únicamente aquella que comporte la mayor sanción.
5. Cuando, a juicio de la Administración, la infracción pudiera ser constitutiva de delito o falta, el órgano administrativo dará traslado al Ministerio Fiscal, absteniéndose aquél de proseguir el procedimiento sancionador mientras la autoridad judicial no se haya pronunciado. La sanción penal excluirá la imposición de sanción administrativa.

6. La exigencia de responsabilidades administrativas será compatible con las civiles o de otro orden que pudieran concurrir.
7. Las cuantías de las multas serán revisadas y actualizadas periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

#### Artículo 10. Personas responsables.

1. De las diferentes infracciones será responsable su autor.
2. Cuando sea declarada la responsabilidad de los hechos cometidos por un menor, responderán solidariamente con él sus padres, tutores, acogedores y guardadores legales o de hecho por este orden, en razón al incumplimiento de la obligación impuesta a los mismos que conlleva un deber de prevenir la infracción administrativa que se impute a los menores. La responsabilidad solidaria vendrá referida a la pecuniaria derivada de la multa impuesta, que podrá ser moderada por la autoridad sancionadora. Previo el consentimiento de las personas referidas, podrá sustituirse la sanción económica de la multa por otras medidas también reeducadoras.

#### Artículo 11. Competencias de inspección y sanción.

1. Los órganos competentes de las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía, en su caso, ejercerán las funciones de control e inspección, de oficio o a instancia de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones.
2. Las competencias sancionadoras de los órganos a que se refiere este artículo se entienden sin perjuicio de las que corresponden al Comisionado del Mercado de Tabacos de acuerdo con la Ley 13/1998, de 4 de mayo.
3. Tratándose de las infracciones cometidas a través de la radio o televisión, las Comunidades Autónomas ejercerán el control y la inspección para garantizar el cumplimiento de lo previsto en esta Ley y, en su caso, tramitarán los correspondientes procedimientos sancionadores e impondrán las oportunas sanciones en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuyos ámbitos de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, no sobrepasen sus respectivos límites territoriales. También serán competentes en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuya prestación se realice directamente por ellas o por entidades a las que hayan conferido un título habilitante dentro del correspondiente ámbito autonómico. Corresponden al Estado, a través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, las competencias para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de esta Ley en los restantes servicios de televisión y radio.
4. Las infracciones que se realicen a través de servicios o dispositivos de la sociedad de la información serán sancionadas por las autoridades a que se refiere el artículo 43 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, sobre servicios de a sociedad de la información y comercio electrónico.

#### Disposición derogatoria única. Derogación normativa

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta Ley.

#### Disposición adicional primera. Régimen especial de los pequeños establecimientos de hostelería y restauración

Los establecimientos de hostelería y restauración, en los que no existe prohibición legal de fumar, por tratarse de establecimientos cerrados que sirvan alimentos y/o bebidas para su consumo con una superficie inferior a cien metros cuadrados, deberán informar, en la forma que se detalla en el Anexo 4, en lugar visible en su entrada, acerca de la decisión de permitir o no fumar en su interior. La misma información se deberá incorporar a los anuncios publicitarios, propaganda y demás medios en que anuncie o informe sobre el establecimiento.

#### Disposición adicional segunda. Centros o Dependencias en los que existe prohibición legal de fumar.

En los centros o dependencias en los que existe prohibición legal de fumar deberán colocarse en su entrada, en lugar visible, carteles anunciando la prohibición del consumo de tabaco y los lugares en los que, en su caso, se encuentran las zonas habilitadas para fumar de acuerdo con el artículo 4.4 de ésta Ley.

#### Disposición adicional tercera. Destino del importe de las multas.

Las Comunidades Autónomas podrán destinar el importe de la recaudación por sanciones impuestas conforme a lo previsto en la presente Ley a la impartición de cursos y al desarrollo de programas de deshabituación tabáquica.

#### Disposición final Primera. Fundamento constitucional

Esta Ley se dicta al amparo de la competencia exclusiva del Estado, en virtud de lo establecido en el artículo 149.1.10ª y 16ª de la Constitución.

#### Disposición final Segunda. Habilitación al Gobierno

El Gobierno dictará las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo y aplicación de esta Ley.

#### Disposición final Tercera. Entrada en vigor

La presente Ley entrará en vigor el día 1 de enero de 2006 a excepción de las normas contenidas en el Título III, que entrarán en vigor el mismo día de la publicación de la presente Ley en el Boletín Oficial del Estado.

Las previsiones del Título IV entrarán en vigor el día 1 de enero de 2006, salvo cuando se trate de sancionar infracciones cometidas en los supuestos a que se refiere el Título III, en cuyo caso la entrada en vigor coincidirá con la fecha de publicación de la Ley en el Boletín Oficial del Estado.

ANEXO 1. Características de la información en establecimientos en los que está autorizada la venta del tabaco.

En el interior de todos los establecimientos en los que esté autorizada la venta de productos del tabaco se instalarán en lugar visible carteles, de un tamaño no inferior a DIN-A3, con las siguientes características:

Incluirá los textos: “Se prohíbe la venta de tabaco a los menores de 18 años” y “Fumar mata”, a los que se destinará el 60% y 40% del espacio del cartel respectivamente. Estos textos figurarán al menos en castellano.

Los caracteres tipográficos serán en negrita, “Helvética” negros sobre fondo blanco, con un tamaño de punto tipográfico de los caracteres de manera que ocupen el mayor espacio posible. Rodeada de un borde negro, de una anchura de 8 milímetros, que no interfiera de forma alguna con los textos.

Además de los textos señalados anteriormente, las Comunidades Autónomas podrán incluir la información que consideren oportuna.

Estos carteles se situarán, en el interior de los establecimientos, y se colocarán en la proximidad de las máquinas expendedoras y en la proximidad de los productos del tabaco cuando no estén situados en máquinas expendedoras.

ANEXO 2. Características de la información en máquinas expendedoras de productos del tabaco

Las máquinas expendedoras de productos de tabaco llevarán un cartel, en la superficie frontal, perfectamente visible, de modo que no se pueda retirar, de un tamaño no inferior a DIN-A5, con las siguientes características:

a) Incluirá los textos: “Se prohíbe la venta de tabaco a los menores de 18 años” y “Fumar mata”, a los que se destinará el 60% y 40% del espacio del cartel respectivamente, Estos textos figurarán al menos en la lengua oficial del Estado.

b) Los caracteres tipográficos serán en negrita, “Helvética” negros sobre fondo blanco, con un tamaño de punto tipográfico de los caracteres de manera que ocupen el mayor espacio posible.

c) Rodeada de un borde negro, de una anchura de 8 milímetros, que no interfiera de forma alguna con los textos.

d) Además de los textos señalados anteriormente, las Comunidades Autónomas podrán incluir la información que consideren oportuna.

#### ANEXO 3. Señalización en zonas habilitadas para fumar

Las zonas habilitadas para fumar estarán señalizadas con carteles situados en lugares visibles de un tamaño no inferior a DIN-A3, con las siguientes características:

- a) Incluirá el texto: “Zona habilitada para fumar”. Este texto figurará al menos en la lengua oficial del Estado.
- b) Los caracteres tipográficos serán en negrita, “Helvética” negros sobre fondo blanco, con un tamaño de punto tipográfico de los caracteres de manera que ocupen el mayor espacio posible.
- c) Rodeada de un borde negro, de una anchura de 8 milímetros, que no interfiera de forma alguna con el texto.
- d) Además del texto señalado anteriormente, las Comunidades Autónomas podrán incluir la información que consideren oportuna.

#### ANEXO 4. Características de la información en pequeños establecimientos.

En lugar visible, situado a la entrada de todos los establecimientos en los que esté autorizado el consumo de productos del tabaco, se instalarán carteles, de un tamaño no inferior a DIN-A3, con las siguientes características:

Incluirá los textos: “En este establecimiento está permitido fumar” o “En este establecimiento NO está permitido fumar” a los que se destinará el 60% del espacio del cartel. Estos textos figurarán al menos en castellano.

Los caracteres tipográficos serán en negrita, “Helvética” negros sobre fondo blanco, con un tamaño de punto tipográfico de los caracteres de manera que ocupen el mayor espacio posible. Rodeada de un borde negro, de una anchura de 8 milímetros, que no interfiera de forma alguna con los textos.