

Doctora

NEYIRETH BRICEÑO RAMÍREZ

Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor

Superintendencia de Industria y Comercio

E.

S.

D.

REFERENCIA: Queja contra Philip Morris Colombia S.A y Compañía Colombiana de Tabaco S.A.S por violación de disposiciones de protección al consumidor.

Carolina Piñeros Ospina, mayor de edad, identificada con cédula de ciudadanía número 39.694.233 de Bogotá D.C., en mi calidad de directora ejecutiva y representante legal de la **Corporación Colombiana de Padres y Madres - Red PaPaz**, entidad sin ánimo de lucro, con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C., identificada con NIT. 830.130.422-3, con fundamento en lo dispuesto en los numerales 1, 2, 6 y 9 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, presento esta queja en contra de **Philip Morris Colombia S.A** (en adelante «PMC»), identificada con NIT. 830.061.302-1, y contra la **Compañía Colombiana de Tabaco S.A.S** (en adelante «Coltabaco»), identificada con NIT. 890.900.043-8, ambas entidades representadas legalmente por el señor Alberto Recio Ramos, identificado con cédula de ciudadanía número 94.446.619, por infringir las medidas de control aplicables a los productos de tabaco y sus derivados, así como las normas generales de protección al consumidor, con las cuales afectan de manera especial a jóvenes, y constituyen una amenaza contra niñas, niños y adolescentes.

1. OBJETO DE LA QUEJA

Solicito a la Superintendencia de Industria y Comercio («SIC») iniciar un proceso administrativo de carácter sancionatorio en contra de PMC y Coltabaco, por la violación de las medidas de control aplicables a los productos de tabaco y sus derivados, y de otras disposiciones de protección al consumidor en la venta y comercialización de los productos identificados con la marca IQOS, tales como IQOS ORIGINALS, HEETS, IQOS ILUMA, TEREA, BONDS by IQOS y BLENDS (en adelante «Productos IQOS»)¹ en el mercado colombiano, con fundamento en las razones que referiré más adelante.

Con esta queja persigo que la SIC:

- Conmine a PMC y a Coltabaco a cumplir de manera estricta las disposiciones especiales relativas a la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de los Productos IQOS, que son productos de tabaco en concordancia con lo establecido en los artículos 14 y siguientes de la Ley 1335 de 2009 y 4 de la Ley 2354 de 2024.
- Le ordene a PMC y a Coltabaco dejar de difundir cualquier tipo de publicidad, así como información que contenga afirmaciones engañosas y contrarias a la evidencia acerca de los Productos IQOS, y en su lugar, le solicite incorporar declaraciones en el empaquetado de sus productos y que informen de manera clara, veraz, suficiente, precisa e idónea sobre la nocividad de los productos, a fin de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 23 y 25 de la Ley 1480 de 2011.

¹ Sus características se detallan en el numeral 5) del presente documento.

- Adopte mecanismos de mitigación del riesgo frente al uso de los Productos IQOS, de acuerdo con lo establecido en el numeral 9 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, con fundamento en las razones que expongo en esta queja.

2. HECHOS

1. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud («OMS»), el tabaco es una de las mayores amenazas a la salud pública que se registran en la historia. Acaba con la vida de cerca de ocho millones (8.000.000) de personas al año, de las cuales aproximadamente siete millones (7.000.000) son consumidores directos, y alrededor de un millón doscientos mil (1.200.000) son no consumidores. Adicionalmente, cerca del ochenta por ciento (80%) de los más de mil trescientos millones (1.300.000.000) de consumidores de productos de tabaco y sus derivados en el mundo, viven en países de ingreso bajo y medio, como es el caso de Colombia, donde la carga de morbilidad y mortalidad asociada al tabaco y sus derivados es mayor.² Así mismo, la OMS advierte que *«los consumidores de tabaco que mueren prematuramente privan a sus familias de ingresos, aumentan el costo de la atención sanitaria y dificultan el desarrollo económico»*³. En el caso de Colombia, se estima que cada año, hay cerca de treinta y cuatro mil ochocientas (34.800) muertes relacionadas con el consumo de productos de tabaco.⁴

2. Con el propósito de hacer frente a esta aguda problemática de salud pública global, el 21 de mayo de 2003 se adoptó en la ciudad de Ginebra, Confederación Suiza, el Convenio Marco de la OMS para el Control de Tabaco («CMCT»). Su propósito principal es *«proteger a las generaciones presentes y futuras contra las devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco proporcionando un marco para las medidas de control del tabaco que habrán de aplicar las Partes a nivel nacional, regional e internacional a fin de reducir de manera continua y sustancial la prevalencia del consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco»*.⁵ Por ello, este instrumento internacional de protección de derechos humanos establece medidas basadas en evidencia científica para contrarrestar este problema.

3. Luego de que fuera adoptado el CMCT, el Estado colombiano lo incorporó dentro de su ordenamiento jurídico, por medio de la Ley 1109 de 2006, y adhirió al mismo el 9 de julio de 2008.

4. Considerando que es obligación internacional del Estado colombiano de acuerdo con el CMCT adoptar medidas legislativas, ejecutivas y administrativas para prevenir y reducir el consumo de tabaco, la adicción a la nicotina y la exposición al humo de tabaco⁶, el 21 de julio de 2009 se promulgó la Ley 1335 de 2009. Esta norma, consigna disposiciones encaminadas a prevenir daños a la salud de la población no fumadora, al tiempo que

² Organización Mundial de la Salud disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>

³ Ibid.

⁴ Ministerio de Salud y Protección Social (31 de mayo de 2023). *Cada año, más de 34.800 muertes en Colombia están relacionadas con el consumo de productos de tabaco*. Disponible en: <https://acortar.link/2L2tRC>

⁵ Convenio Marco de la OMS para el Control de Tabaco, artículo 3.

⁶ Lo anterior se establece en el Artículo 5.2 b) del CMCT.

establece políticas públicas para la prevención del consumo de tabaco y sus derivados y el abandono de la dependencia del tabaco y sus derivados entre la población.⁷

5. El 9 de mayo de 2024, se sancionó la Ley 2354 de 2024. Por medio de esta, se extendieron las medidas de control aplicables a los productos de tabaco y sus derivados, a los sucedáneos e imitadores de estos productos. Asimismo, el artículo 4 dispuso que: «*Todas las medidas de control establecidas en la Ley 1335 de 2009 serán aplicables a los productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos o imitadores y los dispositivos necesarios para su funcionamiento*». Esto último comprende a los dispositivos que calientan productos de tabaco calentado (PTC).

Por su parte, el artículo 5 otorgó un (1) año para la entrada en vigencia de la ley para aplicar el contenido de los artículos 13, 14, 15, 16 y 17 de la Ley 1335 de 2009 a los Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (SEAN), a los Sistemas Similares Sin Nicotina (SSSN) y a los Productos de Nicotina Oral (PNO). Este término no aplica a los PTC ni a los dispositivos necesarios para su funcionamiento no son sucedáneos o imitadores y, en esa medida, se encuentran obligados al cumplimiento de los artículos 13 a 17 de la Ley 1335 de 2009.

6. PMC y Coltabaco comercializan los siguientes Productos IQOS:

6.1. IQOS ORIGINALS: En el año 2017, PMC lanzó en el mercado colombiano los Productos IQOS. Estos son un sistema de calentamiento de tabaco compuesto por tres elementos, a saber: (a) un calentador electrónico que se denomina comúnmente IQOS; (b) unas **unidades de tabaco** para calentar que se denominan *HEETS* o *HeatSticks*, que están hechas a partir de hojas de tabaco y se usan de forma exclusiva con el calentador IQOS; y (c) un cargador electrónico para el calentador. Así, el dispositivo IQOS y los *HEETS* conforman un sistema integrado, por medio del cual el usuario calienta el tabaco y las sustancias contenidas en los *HEETS* para inhalarlas.⁸ El funcionamiento normal del dispositivo IQOS produce un aerosol que contiene nicotina y otras sustancias, que vienen a ser inhaladas por el consumidor y por quienes lo rodean. Incluso, de acuerdo con algunos estudios de los Productos IQOS se ha encontrado: «...carbonización después del uso y compuestos de carbonilo en las emisiones. Ambos hallazgos son pruebas de pirólisis, una reacción química que es inherente a la quema del tabaco,^{4,5,6} lo que sugiere que algunos PTC no son realmente productos 'sin humo'».⁹

6.2. *HEETS*: Son unidades de **tabaco calentado** destinadas a ser utilizadas con los dispositivos IQOS ORIGINALS, conformando así un sistema integrado.¹⁰ Actualmente, se encuentran disponibles en los siguientes sabores:

⁷ Ver Ley 1335 de 2009 «Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana».

⁸ Ver Anexo 5.

⁹ https://assets.tobaccofreekids.org/global/pdfs/es/HTP_DGM_es.pdf

¹⁰ Ver Anexo 5.

- 6.2.1. *HEETS* Amber: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de *HEETS*, con sabor a **tabaco** amaderado tostado y nueces.¹¹
- 6.2.2. *HEETS* Purple: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de *HEETS*, con sabor a **tabaco** tostado con mentol y frutos del bosque¹².
- 6.2.3. *HEETS* Turquoise: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de *HEETS*, con sabor a **tabaco** tostado y notas mentoladas¹³.
- 6.2.4. *HEETS* Bronze: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de *HEETS*, con sabor a **tabaco** con cacao y frutos secos.¹⁴
- 6.2.5. *HEETS* Blue: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de *HEETS*, con sabor a **tabaco** tostado, hierbabuena y vainilla¹⁵.
- 6.3. **IQOS ILUMA**: Es un dispositivo de acero inoxidable en el que se ubica una unidad de tabaco llamada TEREА para calentarla.¹⁶ Según lo establecido en la página web, IQOS ILUMA «utiliza un elemento de acero inoxidable, ubicado en el interior de la **unidad de tabaco para calentar TEREА** de manera eficiente **y sin generar humo**».¹⁷ De esta manera, el dispositivo ILUMA y las unidades TEREА conforman un sistema integrado, por medio del cual el usuario calienta el tabaco y las sustancias contenidas en las unidades TEREА para inhalarlas.¹⁸ (énfasis propio).
- 6.4. **TEREА**: Son **unidades de tabaco calentado** destinadas a ser utilizadas con el dispositivo IQOS LUMINA, conformando así un sistema integrado.¹⁹ Actualmente, se encuentran disponibles en los siguientes sabores:

¹¹ https://co.iqos.com/es/product?pid=M0101X&dwvar_M0101X_color=amber&dwvar_M0101X_r=false&cgid=heets

¹² https://co.iqos.com/es/product?pid=M0101X&dwvar_M0101X_color=purple&dwvar_M0101X_r=false&cgid=heets

¹³ https://co.iqos.com/es/product?pid=M0101X&dwvar_M0101X_color=turquoise&dwvar_M0101X_r=false&cgid=heets

¹⁴ https://co.iqos.com/es/product?pid=M0101X&dwvar_M0101X_color=bronze&dwvar_M0101X_r=false&cgid=heets

¹⁵ https://co.iqos.com/es/product?pid=M0101X&dwvar_M0101X_color=blue&dwvar_M0101X_r=false&cgid=heets

¹⁶ <https://co.iqos.com/es/producto/iqos/iluma>

¹⁷ *Ibíd.*

¹⁸ Ver Anexo 5.

¹⁹ Ver Anexo 5.

- 6.4.1. TEREA Turquoise: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor mentolado, **tabaco** tostado y notas cítricas.²⁰
- 6.4.2. TEREA Russet: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor **tabaco** tostado y malta.²¹
- 6.4.3. TEREA Blue: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor mentolado de alta intensidad combinado con **tabaco**.²²
- 6.4.4. TEREA Amber: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor amaderado a **tabaco** tostado y nueces.²³
- 6.4.5. TEREA Bronce: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor a **tabaco**, cacao y frutos secos.²⁴
- 6.4.6. TEREA Purple: Cartón de diez (10) cajetillas, cada una con veinte (20) unidades de TEREA, con sabor a **tabaco**, mentol de alta intensidad y frutos del bosque.²⁵
- 6.5. **BONDS by IQOS**: Es un dispositivo que, según su página web, es «*todo en uno y portátil. Calienta el tabaco en lugar de quemarlo, por lo tanto no produce ceniza ni olor a cigarrillo*»²⁶ (énfasis propio). Las unidades de tabaco que utiliza este dispositivo se llaman BLENDS. De esta manera, el dispositivo BONDS by IQOS y las unidades BLENDS conforman un sistema integrado, por medio del cual el usuario calienta el tabaco y las sustancias contenidas en los BLENDS para inhalarlas.²⁷
- 6.6. **BLENDS**: Son unidades de tabaco calentado destinadas a ser utilizadas con el dispositivo BONDS by IQOS, conformando así un sistema integrado.²⁸ Actualmente, se encuentran disponibles en los siguientes sabores:

²⁰ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=turquoise&cgid=co_iluma_terea

²¹ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=terea-russet&cgid=co_iluma_terea

²² https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=Blue&cgid=co_iluma_terea

²³ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=Amber&cgid=co_iluma_terea

²⁴ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=terea-bronce&cgid=co_iluma_terea

²⁵ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/terea/ME00TEREA-PCE-CO.html?dwvar_ME00TEREA-PCE-CO_color=Purple&cgid=co_iluma_terea

²⁶ https://co.iqos.com/es/product?pid=DK00BONDS-PCE-CO&dwvar_DK00BONDS-PCE-CO_color=red&cgid=

²⁷ Ver Anexo 5.

²⁸ Ver Anexo 5.

6.6.1.BLENDS Amber: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor a **tabaco** con notas aromáticas y especias.²⁹

6.6.2.BLENDS Purple: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor a **tabaco**, mentol y frutos del bosque.³⁰

6.6.3.BLENDS Coral: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor a **tabaco** con notas mentoladas y frutas exóticas.³¹

6.6.4.BLENDS Blue: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor mentolado de alta intensidad combinado con **tabaco** y menta.³²

6.6.5.BLENDS Gold: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor a **tabaco** y nuez.³³

6.6.6.BLENDS Copper: Incluye diez (10) cajetillas, con sabor a **tabaco** maduro y tostado, acompañada de notas ligeramente fermentadas.³⁴

7. Adicionalmente, el pasado mes de marzo del año 2024, PMC y Coltabaco lanzaron un nuevo producto: VEEV. Este es un cigarrillo electrónico desechable que viene en dos (2) presentaciones: una que contiene hasta quinientos (500) puffs para 2ml y mil ochocientos (1800) puffs para 5ml. Las dos contienen tres punto cinco por ciento (3.5%) de nicotina. PMC y Coltabaco ofrecen sabores de fresa, sandía, menta, melón-coco, frambuesa azul, arándanos y mango.

8. Los Productos IQOS son auténticos productos de tabaco³⁵, por esta razón su comercialización y promoción se encuentra sujeta a la legislación aplicable a los productos de tabaco, como las Leyes 1109 de 2006 y 1335 de 2009, así como al CMCT. Sin embargo, PMC viene promocionado y publicitado los Productos IQOS en contravía de la norma, y sin que la SIC haya implementado ninguna medida específica.³⁶ Refieren información que no cumple con las condiciones mínimas que exige la Ley 1480 de 2011 y, en ocasiones, brindan información que no es veraz.³⁷

²⁹ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/blends/ME00BLENDS-PCE-CO.html?dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=amber%20orange&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³⁰ https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/blends/ME00BLENDS-PCE-CO.html?dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=purple&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³¹ https://co.iqos.com/es/product?pid=ME00BLENDS-PCE-CO&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=coral&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³² https://co.iqos.com/es/product?pid=ME00BLENDS-PCE-CO&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=blue&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³³ https://co.iqos.com/es/product?pid=ME00BLENDS-PCE-CO&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=gold&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³⁴ https://co.iqos.com/es/product?pid=ME00BLENDS-PCE-CO&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_color=copper&dwvar_ME00BLENDS-PCE-CO_r=false&cgid=blends

³⁵ Ver Anexo 5.

³⁶ Ver Anexo 5.

³⁷ Ver Anexo 5.

9. Adicionalmente publicitan y promueven los Productos IQOS en eventos, redes sociales (tanto de ellos como de influenciadores, cadenas radiales, etc.) e incluso «islas» que apelan a una estética de tiendas de alta tecnología, en centros comerciales que además son concurridos por la población en general, incluyendo a niñas, niños y adolescentes. Cabe anotar que a partir de la promulgación de la Ley 2354 de 2024 está expresamente prohibido todo tipo de publicidad e incluso exhibición de los dispositivos necesarios para el funcionamiento de los PTC. A continuación, expongo algunos ejemplos:



Imagen tomada en el Festival Estéreo Picnic, 2023³⁸



Imagen tomada de Google³⁹

³⁸ Fotografía tomada el 26 de marzo de 2023 a las 15:29 en el Festival Estéreo Picnic

³⁹ Disponible en:

<https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipNAD6kvmHEdCTiMu2OqDRVxn3I8mE80vmH9TCzD=s1360-w1360-h1020>



Imagen capturada en la red social X de la emisora La X Más Música⁴⁰



Imagen tomada en el Centro Comercial Unicentro de Bogotá el 12 de junio de 2024 a las 14:47

10. En los puntos de venta donde promocionan los Productos IQOS, la estrategia de ventas consiste en que quienes atienden a potenciales consumidores los abordan con un discurso infundado sobre los supuestos «beneficios» de estos productos, incitándolos a

40

Disponible en:
<https://x.com/laxmasmusica/status/1758174707252187443?s=48&t=YyB0f2v96C0w1lZ68qvflw>

probarlos sin importar su renuencia. Nuestra experiencia en el Centro Comercial Unicentro de Bogotá ejemplifica esta práctica problemática. En la «isla» de IQOS, fuimos abordados por un vendedor que, ignorando nuestras negativas, insistía en que probáramos los Productos IQOS, y especialmente su nuevo producto VEEV.

11. De igual forma, llama la atención el modo en que en estas «islas», los Productos IQOS se encuentran expuestos para todo el público, incluidos niños, niñas y adolescentes, como se observa a continuación:



Imagen tomada en el Centro Comercial Unicentro de Bogotá el 12 de junio de 2024 a las 14:47

12. Al respecto, es importante destacar que el artículo 20 del Código de Infancia y Adolescencia (Ley 1098 de 2009) establece que los niños, niñas y adolescentes deben estar protegidos contra *«el consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, estupefacientes o alcohólicas y la utilización, el reclutamiento o la oferta de menores en actividades de promoción, producción, recolección, tráfico, distribución y comercialización»*. Sin embargo, los Productos IQOS se promocionan en lugares de fácil acceso para esta población, lo que constituye una clara violación de dicho artículo.

13. Asimismo, que el Comité de los Derechos del Niño ha afirmado que las niñas, niños y adolescentes deben ser protegidos frente a la exposición sustancias nocivas como el tabaco:

59. Los niños necesitan información y educación sobre todos los aspectos de la salud para poder adoptar decisiones fundamentadas en relación con su estilo de vida y el acceso a los servicios sanitarios. La información y la preparación para la vida cotidiana deben abordar una amplia gama de asuntos relativos a la salud, entre ellos los hábitos alimenticios saludables y la promoción de la actividad física, el deporte y el esparcimiento; la prevención de accidentes y lesiones; el saneamiento, lavarse las manos y otras prácticas de higiene personal; y los peligros del consumo de alcohol, tabaco y sustancias psicoactivas. La información y la educación han de presentar debidamente el derecho del niño a la salud, las obligaciones de los gobiernos y la manera y el lugar para acceder a la información y los servicios sanitarios, y ha de impartirse como parte esencial del plan de estudios de la escuela, así como mediante servicios de salud y en otros entornos para los niños que no estén escolarizados. Los materiales de información acerca de la salud deben diseñarse en colaboración con los niños y difundirse en una amplia gama de espacios públicos.

[...]

65. Los Estados han de proteger a los niños de los disolventes, el alcohol, el tabaco y las sustancias ilícitas, reunir más pruebas pertinentes del consumo infantil de esas sustancias y adoptar medidas para reducirlo. Se recomienda reglamentar la publicidad y la venta de sustancias perjudiciales para la salud de los niños y la promoción de esos artículos en los lugares donde se reúnen los niños, así como en los medios de comunicación y las publicaciones a las que tienen acceso los niños.

[...]

81. Entre otras responsabilidades y en todos los contextos, las empresas privadas deberán abstenerse de contratar niños en trabajos peligrosos, velando por que se respete la edad mínima para el trabajo infantil; cumplir el Código Internacional para la Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna y las subsiguientes resoluciones pertinentes de la Asamblea Mundial de la Salud; limitar la publicidad de los alimentos energéticos con bajo contenido en micronutrientes y de las bebidas con alto contenido en cafeína u otras sustancias de posibles efectos nocivos para el niño; y abstenerse de anunciar, comercializar y vender a los niños tabaco, alcohol y otras sustancias tóxicas o de hacer uso de imágenes de niños.⁴¹

14. La publicidad de Productos IQOS en estos espacios expone a las niñas, niños y adolescentes a mensajes que promueven el consumo de tabaco, normalizando su uso y asociándolo erróneamente con estatus, sofisticación, «riesgo reducido» o aceptación social. Esta exposición temprana puede generar adicción, afectar negativamente el desarrollo físico y mental de las niñas, niños y adolescentes, e incluso poner en riesgo su salud.

15. Asimismo, esta publicidad también influye negativamente en la percepción que las niñas, niños y adolescentes tienen de su salud, imagen corporal y relaciones sociales, generando confusión sobre los riesgos reales del consumo de tabaco y sustancias

⁴¹ ONU: Comité de los Derechos del Niño (CRC), Observación general N° 15 (2013) sobre el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud (artículo 24), CRC/C/GC/15, 17 abril 2013.

psicoactivas. Esto puede dificultar la toma de decisiones informadas y contribuir a la normalización del consumo de sustancias nocivas, impactando negativamente el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes.

16. En definitiva, la publicidad de Productos IQOS en espacios frecuentados por personas menores de edad contraría el artículo 20 del Código de Infancia y Adolescencia, así como lo dispuesto por el Comité de Derechos del Niño, exponiendo a las niñas, niños y adolescentes a mensajes engañosos que promueven el consumo de sustancias psicoactivas y afectan su desarrollo integral. Es fundamental que la SIC tome medidas para proteger a esta población de dicha publicidad, garantizando su derecho a la salud, la información y el desarrollo integral.

17. Por otro lado, los Productos IQOS no cumplen con la Ley 1480 de 2011, brindando información incompleta, inexacta y falsa.⁴² La información de los Productos IQOS suele presentarlos como una alternativa menos nociva a los cigarrillos tradicionales, sin embargo, esta afirmación es engañosa y carece de sustento científico.⁴³ Esta práctica viola el derecho a la información veraz de los consumidores y pone en riesgo su salud. La literatura científica ha llamado la atención sobre esta práctica inadecuada:

Dentro del concepto «nuevas formas de fumar» se engloban los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado sin llegar a la combustión (IQOS), así como sustancias por combustión distintas al tabaco, como el cannabis, y formas de consumo de tabaco distintas al cigarrillo convencional (CC) que han tenido un gran auge en los últimos años, como tabaco de liar y pipas de agua.

Estas nuevas formas de consumo son ofertadas por la industria tabaquera como menos dañinas para la salud, por lo que existe una baja percepción de riesgo en la población, sobre todo en jóvenes y adolescentes. Sin embargo, es fundamental aclarar que estas alternativas al cigarrillo convencional no son inocuas, sino más bien tóxicas y perjudiciales para la salud y constituyen una puerta de entrada al consumo posterior de tabaco.

Los cigarrillos electrónicos y los dispositivos de tabaco calentado son publicitados como una ayuda para dejar de fumar, pero lo cierto es que no han demostrado seguridad ni eficacia como medida de deshabituación tabáquica. También se publicitan como estrategias de «reducción de daño» para fumadores que no quieren o pueden dejar de fumar por, supuestamente, ser menos nocivos que el tabaco, pero tampoco han demostrado tener menor riesgo en la salud a corto plazo y se desconocen los riesgos a largo plazo. Se han descrito síntomas respiratorios y cardíacos, e incluso enfermedades pulmonares graves, como la lesión pulmonar asociada al cigarrillo electrónico o vapeo (EVALI).

El tabaco de liar es percibido como una sustancia más natural que los cigarrillos manufacturados, y quienes lo consumen tienen sensación de control al elaborar sus propios cigarrillos. Sin embargo, los estudios muestran cifras de tóxicos similares o

⁴² Ver Anexo 5.

⁴³ Ver Anexo 5.

incluso mayores (monóxido de carbono) que en fumadores de CC, produciendo enfermedad cardiovascular, pulmonar y tumoral, entre otras.

Los usuarios de pipa de agua tienen exposición a tóxicos y riesgo de desarrollar patologías y adicción similar a los fumadores de CC, además del riesgo de enfermedades infecciosas transmisibles cuando se comparten boquillas.⁴⁴

18. En el mismo sentido, el Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas sigla en inglés) ha afirmado lo siguiente respecto de los cigarrillos electrónicos como VEEV y los productos de tabaco calentado, como los Productos IQOS:

¿Cuál es la conclusión sobre los riesgos de los cigarrillos electrónicos para los niños, los adolescentes y los adultos jóvenes?

- El uso de cigarrillos electrónicos no es seguro para los niños, adolescentes y adultos jóvenes.
- La mayoría de los cigarrillos electrónicos contiene nicotina. La nicotina es altamente adictiva y puede afectar el desarrollo del cerebro en los adolescentes que continúa hasta los 20 a 25 años.
- Además de nicotina, los cigarrillos electrónicos pueden contener otras sustancias dañinas.
- Los jóvenes que usan cigarrillos electrónicos podrían tener más probabilidades de fumar cigarrillos regulares en el futuro.

¿Por qué no es segura la noticia para los niños, adolescentes y adultos jóvenes?

- La mayoría de los cigarrillos electrónicos contiene nicotina, la droga adictiva que tienen los cigarrillos regulares y cigarros, y otros productos de tabaco.
- En un estudio reciente de los CDC se halló que el 99 % de los cigarrillos electrónicos que se vendían en los lugares evaluados de los Estados Unidos contenían nicotina.
- Las etiquetas de algunos cigarrillos electrónicos no indican que contienen nicotina, y se ha encontrado que algunos de los cigarrillos electrónicos que se comercializan como productos con un 0 % de nicotina sí contienen nicotina.
- La nicotina puede dañar el cerebro en desarrollo de los adolescentes. El cerebro se sigue desarrollando hasta alrededor de los 25 años.
- Consumir nicotina en la adolescencia puede dañar las partes del cerebro que controlan la atención, el aprendizaje, el estado de ánimo y el control de los impulsos.
- Cada vez que se memoriza algo nuevo o se aprende una nueva destreza, se desarrollan conexiones más fuertes (sinapsis) entre las células del cerebro. El cerebro de los jóvenes establece sinapsis más rápidamente que el de los adultos. La nicotina cambia la forma en la que se establecen estas sinapsis.

⁴⁴ Álvarez Mavárez, J. D., Mirambeaux Villalona, R. M., Raboso Moreno, B., Segrelles Calvo, G., Cabrera César, E., & de Higes-Martínez, E. B. (2023). Preguntas y respuestas en tabaquismo [Questions and Answers in Tobacco Smoking]. *Open respiratory archives*, 5(1), 100230. <https://doi.org/10.1016/j.opresp.2022.100230>

- Consumir nicotina en la adolescencia también podría aumentar el riesgo de la adicción a otras drogas en el futuro.

¿Cuáles son los riesgos de los cigarrillos electrónicos para los niños, adolescentes y adultos jóvenes?

- Los científicos todavía están aprendiendo sobre los efectos prolongados que tienen los cigarrillos electrónicos en la salud.
- Algunos de los ingredientes contenidos en el aerosol de los cigarrillos electrónicos también podrían ser dañinos para los pulmones a largo plazo. Por ejemplo, algunos de los saborizantes en los cigarrillos electrónicos podrían ser seguros para comer, pero no para inhalar, porque el aparato digestivo tiene la capacidad de procesar más sustancias que los pulmones.
- Los cigarrillos electrónicos con baterías defectuosas han provocado incendios y explosiones, algunos de los cuales han causado lesiones graves.
- Hay niños y adultos que se han intoxicado por tragar o inhalar el líquido de los cigarrillos electrónicos, o por absorberlo a través de la piel o los ojos. A nivel nacional, el 50 % de los llamados a los centros de control de intoxicaciones y envenenamientos a causa de los cigarrillos electrónicos son por niños de 5 años o menos.

¿Puede el uso de cigarrillos electrónicos hacer que niños, adolescentes y adultos jóvenes fumen cigarrillos regulares en el futuro?

- Muchos jóvenes que usan cigarrillos electrónicos también fuman cigarrillos regulares. Hay algo de evidencia de que los jóvenes que usan cigarrillos electrónicos podrían tener más probabilidades de fumar cigarrillos regulares en el futuro.
- Específicamente, un informe del 2018 de la Academia Nacional de Medicina halló que había algo de evidencia de que el uso de cigarrillos electrónicos aumentaba la cantidad y frecuencia de consumo de cigarrillos regulares en el futuro.
- Los cigarrillos electrónicos también pueden usarse para consumir otras drogas, como la marihuana; en el 2016, aproximadamente un tercio de los estudiantes de escuela secundaria media y superior de los Estados Unidos que habían usado alguna vez un cigarrillo electrónico reportaron haber usado marihuana en el dispositivo.
- Pero el uso de cigarrillos electrónicos entre los jóvenes sigue siendo peligroso, incluso si no llegan a fumar cigarrillos regulares en el futuro.

¿No son más seguros los cigarrillos electrónicos que los cigarrillos regulares?

- Los cigarrillos electrónicos exponen a los usuarios a menos sustancias químicas dañinas que los cigarrillos quemados.
- Pero los cigarrillos quemados son muy peligrosos y matan a la mitad de todas las personas que fuman por mucho tiempo.

- El uso de cualquier producto de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos, no es seguro para los jóvenes.

¿Qué sabemos de los productos de tabaco calentado?

- Los productos de tabaco calentados (HTP, por sus siglas en inglés), como **IQOS** y *Eclipse*, a veces se promocionan como tecnología para “calentar sin quemar” y representan una clase diversa de productos que calientan las hojas del tabaco para producir un aerosol que se inhala. No son lo mismo que los cigarrillos electrónicos, los cuales calientan un líquido que puede contener nicotina derivada del tabaco. [...]
- Los científicos aún están aprendiendo sobre los efectos a corto y largo plazo de los HTP en la salud, pero los datos de la ciencia disponibles muestran que contienen ingredientes dañinos y potencialmente dañinos. El uso de cualquier producto de tabaco entre los jóvenes, incluidos los productos calentados, no es seguro.⁴⁵

19. En otras jurisdicciones, Philip Morris también ha sido sancionada por publicitar sus Productos IQOS. Por ejemplo, el pasado 27 de junio de 2024, el Tribunal de Apelaciones de París confirmó una sanción impuesta a Philip Morris Francia y Philip Morris Products por publicidad ilegal de, precisamente, sus Productos IQOS. La multa alcanzó los novecientos mil euros (€900.000). El Tribunal señaló que, aun cuando el dispositivo electrónico IQOS no es un producto de tabaco como tal, éste solo puede emplearse con HEETS, que son unidades de tabaco. En consecuencia, cae bajo el ámbito de las regulaciones de productos de tabaco, y bajo ninguna circunstancia debe ser promocionado, independientemente del medio utilizado. El Despacho también describió la publicidad de Philip Morris como una estrategia comercial dirigida a eludir la prohibición de la publicidad de tabaco, al centrar la comunicación en el dispositivo IQOS (que permite consumir tabaco), y no en las unidades de tabaco HEETS.⁴⁶

20. Adicionalmente, las estrategias para persuadir a las personas para probar los Productos IQOS, no toman en cuenta decisiones o preferencias individuales, resultan agresivas también preocupantes por su potencial para normalizar el consumo de tabaco, desinformar a los consumidores sobre los riesgos reales asociados a estos productos y abordar a personas menores de 18 años. También desconocen que cualquier forma de persuasión que incite al consumo constituye publicidad, de acuerdo con lo establecido en el numeral 12 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 que define ésta como: «Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo».

21. Adicional a lo anterior, PMC y Coltabaco, con el fin de posicionar sus productos, también desarrollaron la estrategia «Sin Humo, Por Favor»⁴⁷. Esta es la adaptación de la

⁴⁵ CDC. Datos breves sobre los riesgos de los cigarrillos electrónicos para los niños, adolescentes y adultos jóvenes. Disponible en: https://www.cdc.gov/tobacco/basic_information/e-cigarettes/spanish/los-riesgos-de-los-cigarrillos-electronicos-para-jovenes.html

⁴⁶ Disponible en: <https://cnct.fr/communiqués/philip-morris-condamne-a-900-000e-damende-pour-publicite-en-faveur-de-iqos/>

⁴⁷ Ver Anexo 5.

campaña de Philip Morris International «Unsmoke Your Mind».⁴⁸ Ésta «...pretende abrir el diálogo y el debate en torno al problema mundial de salud pública que supone el tabaquismo. Se trata de una invitación a todas las partes interesadas para que se reúnan y mantengan una conversación basada en pruebas sobre las alternativas sin humo, en lugar de basarse en ideas falsas e información errónea.»⁴⁹ ⁵⁰ De igual forma, señalan que, si bien la mejor alternativa es nunca fumar o dejar por completo el cigarrillo, los fumadores tienen derecho a elegir «mejores alternativas» y la sociedad necesita una regulación adecuada para «apoyar» esas «mejores opciones».⁵¹ Su adaptación, parte de esa base y los mismos postulados son expuestos en el enlace: <https://www.sinhumoporfavor.info/>. El modo en el que PMC y Coltabaco diseñaron esta campaña, sugiere que los PTC, SEAN y SSSN pueden ser hasta beneficiosos para la salud⁵². Esto no solo se identifica en los «datos» que presentan allí, sino que desde su mismo nombre insinúa que el mayor problema es el humo del cigarrillo convencional. De ese modo minimizan los graves efectos en salud que tienen los componentes de los productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos o imitadores como lo son la nicotina (sustancia altamente adictiva), el propilenglicol, la glicerina, entre otros.

22. Con base en lo anterior, y debido a la amenaza que representa la actual comercialización de los Productos IQOS, Red PaPaz, en cumplimiento de su propósito de abogar por la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes y fortalecer las capacidades de los adultos y actores sociales para garantizar su efectivo cumplimiento, ha decidido presentar esta queja. Su objetivo es que la SIC exhorte a PMC y a Coltabaco a cumplir estrictamente con las disposiciones especiales relativas a los productos de tabaco, en particular con la prohibición de publicidad y promoción de los Productos IQOS.

23. Asimismo, que la SIC les ordene eliminar las afirmaciones engañosas y contrarias a la evidencia acerca del daño de los Productos IQOS, y en su lugar, le solicite incorporar declaraciones que informen de manera clara, veraz, suficiente, precisa e idónea la información. De igual forma, que se les conmine a incluir las referencias correspondientes frente a su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso. Y, finalmente, que se les ordene eliminar cualquier tipo de publicidad o lugar que exponga a niñas, niños y adolescentes a los Productos IQOS.

3. FUNDAMENTOS DE LA QUEJA

24. Fundamento la presente queja en los siguientes tres ejes relacionados con la garantía, efectividad y libre ejercicio de los derechos de los consumidores, a saber: (a) la violación de las normas especiales aplicables a los productos de tabaco relativas a la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de los productos IQOS; (b) infracción de las normas sobre información específicamente derivadas de la difusión de afirmaciones engañosas y contrarias a la evidencia acerca de los productos IQOS; (c) protección especial de la infancia, la adolescencia y la juventud. Cada una de estas razones es independiente,

⁴⁸ Esto se traduce como «Despeja tu mente» o «Libera tu mente del humo».

⁴⁹ Traducción propia. Original: "...aims to open up dialogue and debate around the global public health issue of smoking. It is an invitation for all interested parties to come together and have a conversation based on the evidence about smoke-free alternatives, rather than relying on misconceptions and misinformation.».

⁵⁰ Disponible en: <https://www.pmi.com/our-initiatives/unsmoke-your-mind/what-is-unsmoke-your-mind>

⁵¹ Ibid.

⁵² Ver Anexo 5.

por lo que ninguna se encuentra subordinada a otra. Enseguida me referiré de manera puntual a cada una de ellas:

A. NORMAS ESPECIALES APLICABLES A LOS PRODUCTOS DE TABACO

25. Como referí en los hechos de la presente queja, la epidemia del tabaquismo constituye una de las mayores amenazas contra la salud pública de las que se tenga registro en la historia.⁵³ El consumo de productos de tabaco y sus derivados causa anualmente la muerte de más de ocho millones (8.000.000) de personas al año en el mundo.⁵⁴ Adicionalmente, más del ochenta por ciento de los mil trescientos millones (1.300.000.000) de personas que consumen estos productos de tabaco y sus derivados habitan en países de ingresos medios y bajos, como es el caso de Colombia, en los que la carga de morbilidad y mortalidad asociada a este productos es alta.⁵⁵ Esta epidemia aumenta la pobreza en la medida en que las personas -en especial las de menores recursos-, dedican porción de su ingreso a la adquisición de estos productos en lugar de destinarla a la atención de sus necesidades básicas. Asimismo, tiene un impacto económico colosal debido al alto costo que supone el tratamiento de las enfermedades causadas por el consumo del tabaco y de sus derivados.⁵⁶

26. Debido a la gravedad de esta epidemia, la OMS lideró un esfuerzo que llevó a la adopción del CMCT.⁵⁷ Este convenio es el primer instrumento internacional de protección de derechos humanos que pretende enfrentar esta problemática. Actualmente, vincula a ciento ochenta y tres (183) Estados que reúnen más del noventa por ciento (90%) de la población global.⁵⁸ Las medidas que establece están basadas en la evidencia científica para la prevención y control del tabaco y sus derivados, y deben ser implementadas por los Estados a fin de propender por la garantía del derecho de las personas a gozar del nivel más alto posible de salud.⁵⁹

27. En el caso de Colombia, el CMCT se incorporó en la legislación interna mediante la Ley 1109 de 2006 que fue declarada exequible por la Corte Constitucional mediante sentencia C-665 de 29 de agosto de 2007.⁶⁰ Posteriormente, el 9 de julio de 2008, Colombia adhirió al CMCT.

28. De acuerdo con lo establecido en el CMCT es responsabilidad del Estado adoptar y aplicar las medidas legislativas, ejecutivas, administrativas apropiadas, para *«prevenir y reducir el consumo de tabaco, la adicción a la nicotina y la exposición al humo de tabaco»*.⁶¹

⁵³ OMS, Tabaco, datos y cifras, Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>

⁵⁴ *Ibíd.*

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ *Ibíd.*

⁵⁷ *Ibíd.*

⁵⁸ *Ibíd.*

⁵⁹ *Ibíd.*

⁶⁰ Corte Constitucional, Sentencia C-665 de 29 de agosto de 2007 M.P. Marco Gerardo Monroy Cabra.

⁶¹ CMCT artículo 5.2 b).

29. En lo que respecta a la comercialización del tabaco y sus derivados, el artículo 11 del CMCT consigna obligaciones específicas para que los Estados adopten medidas apropiadas en materia de empaquetado y etiquetado de productos de tabaco. Entre éstas se encuentran: (i) prohibiciones para que los paquetes y etiquetas induzcan a error al consumidor; y (ii) la adopción de etiquetas externas que adviertan de manera clara sobre los riesgos asociados al consumo de tabaco y sus derivados. Estas etiquetas deberán ser aprobadas por las autoridades nacionales competentes, podrán consistir en imágenes o pictogramas, deberán rotar periódicamente y ocupar no menos del treinta por ciento (30%) de las superficies principales expuestas.⁶²

30. Ésta y otras obligaciones del CMCT fueron materializadas por el Estado colombiano mediante la promulgación de la Ley 1335 de 2009. Dicha norma tiene por objeto «contribuir a garantizar los derechos a la salud de los habitantes del territorio nacional, especialmente la de los menores de 18 años de edad y la población no fumadora, regulando el consumo, venta, publicidad y promoción de los cigarrillos, **tabaco y sus derivados**, así como la creación de programas de salud y educación tendientes a contribuir a la disminución de su consumo, abandono de la dependencia del tabaco del fumador y se establecen las sanciones correspondientes a quienes contravengan las disposiciones».⁶³ (Subrayas no originales).

31. Vale la pena resaltar que esta norma fue recientemente modificada por la Ley 2354 de 2024, en donde se precisó que las regulaciones de productos de tabaco y sus derivados, también aplican a sucedáneos, imitadores y los dispositivos necesarios para su funcionamiento, incluyendo los Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (SEAN), y Sistemas Similares Sin Nicotina (SSSN), los Productos de Tabaco Calentado (PTC) y Productos de Nicotina Oral (PNO), entre otros.

32. En lo que respecta al empaquetado del tabaco y sus derivados el artículo 13 de la Ley 1335 de 2009 consagra:

*Artículo 13. Empaquetado y etiquetado. **El empaquetado y etiquetado de productos de tabaco o sus derivados no podrán** a) ser dirigidos a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos; b) sugerir que fumar contribuye al éxito atlético o deportivo, la popularidad, al éxito profesional o al éxito sexual; c) **contener publicidad falsa o engañosa** recurriendo a expresiones tales como cigarrillos “suaves”, “ligeros”, “light”, “Mild”, o “bajo en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono”.*

*Parágrafo 1. **En todos los productos de cigarrillo, tabaco y sus derivados, se deberá expresar clara e inequívocamente, en la imagen o en el texto, según sea el caso y de manera rotativa y concurrente frases de advertencia y pictogramas, cuya rotación se hará como mínimo anualmente, según la reglamentación que expida el Ministerio de la Protección Social.***

En los empaques de productos de tabaco comercializados en el país, dichas frases de advertencia y pictogramas deberán aparecer en las superficies de cada una de las dos (2) caras principales, ocupando el 30% del área de cada cara; el texto será en castellano en

⁶² CMCT, artículo 11.

⁶³ Ley 1335 de 2009, artículo 1.

un recuadro de fondo blanco y borde negro con tipo de letra Helvética 14 puntos en Negro, que será ubicado paralelamente en la parte inferior del empaque.

Parágrafo 2. Todas las cajetillas y empaques de cigarrillos utilizados para la entrega del producto al consumidor final, importados para ser comercializados en Colombia deberán incluir en una de las caras laterales el país de origen y la palabra “importado para Colombia”, escritos en letra capital y en un tamaño no inferior a 4 puntos.

El Ministerio de la Protección Social dentro de los tres (3) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley, reglamentará lo necesario para el cumplimiento de la presente disposición.

Parágrafo Transitorio. Se concede un plazo de un año a partir de la vigencia de esta ley para aplicar el contenido de este artículo.⁶⁴ (Subrayas no originales)

33. En cumplimiento de lo ordenado en la Ley 1335 de 2009, MinSalud profirió la Resolución 3961 de 2009, por medio de la cual definió los requisitos que debe cumplir el empaquetado y etiquetado de todos los productos de tabaco y sus derivados que se comercializan en el territorio nacional. Este reglamento técnico se mantiene vigente en virtud de lo dispuesto en la Resolución 5914 de 31 de diciembre de 2018, y resulta aplicable a todos los productos de tabaco y sus derivados.⁶⁵

34. Por otra parte, los artículos 14 a 17 de la Ley 1335 de 2009 prohíben toda forma de publicidad,⁶⁶ promoción y patrocinio, de la siguiente manera:

Artículo 14. Ninguna persona natural o jurídica, de hecho o de derecho podrá promocionar productos de tabaco en radio, televisión, cine, medios escritos como boletines, periódicos, revistas o cualquier documento de difusión masiva, producciones teatrales u otras funciones en vivo, funciones musicales en vivo o grabadas, video o filmes comerciales, discos compactos, discos de video digital o medios similares.

Parágrafo. Los operadores de cable, los operadores satelitales y los operadores de televisión comunitaria que estén debidamente autorizados por la Comisión Nacional de Televisión, a través de licencia, no permitirán la emisión en Colombia de comerciales o publicidad de tabaco producida en el exterior.

Las sanciones serán las mismas previstas en la presente ley.

Artículo 15. Se prohíbe a toda persona natural o jurídica la fijación de vallas, pancartas, murales, afiches, carteles o similares móviles o fijos relacionados con la promoción del tabaco y sus derivados.

ARTÍCULO 16. Prohíbese toda forma de promoción de productos de tabaco y sus derivados.

ARTÍCULO 17. Prohíbese el patrocinio de eventos deportivos y culturales por parte de las empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco

⁶⁴ Ley 1335 de 2009, artículo 13.

⁶⁵ Ver Resolución 5914 de 2018.

⁶⁶ De acuerdo con el numeral 13) del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, publicidad se entiende como «[t]oda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo».

a nombre de sus corporaciones, fundaciones o cualquiera de sus marcas, cuando este patrocinio implique la promoción, directa o indirecta del consumo de productos de tabaco y sus derivados.

35. De acuerdo con estas normas, toda forma de promoción de productos de tabaco y sus derivados está prohibida en Colombia. La constitucionalidad de esta prohibición fue reconocida por la Corte Constitucional en la sentencia C-830 de 2010. Al efecto indicó la Corte que *«existe un consenso global acerca del carácter intrínsecamente nocivo de los productos de tabaco y sus derivados, habida cuenta el daño cierto, objetivo y verificable que provoca a la salud de quienes lo consumen y de los fumadores pasivos, al igual que al medio ambiente»*.⁶⁷ (Subrayas no originales). Por tanto, ningún Producto IQOS se puede promocionar por ningún medio.

36. Adicionalmente, Red PaPaz, mediante un derecho de petición, le solicitó a MinSalud información relacionada con el uso de productos novedosos, como los productos de tabaco calentado. En su respuesta, queda claro que los productos de tabaco, como los Productos IQOS, deben cumplir con lo establecido en el CMCT, la Ley 1335 de 2009, entre otros:

Respecto a la pregunta:

1. *¿Para MinSalud la expresión “derivado del tabaco” abarca todos los productos que contengan tabaco o sustancias provenientes del tabaco?*

El Ministerio de Salud y Protección Social reconoce la definición de la expresión “derivados del tabaco” entendidos como todos aquellos productos preparados totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco y destinados a ser fumados, chupados, mascados o utilizados como rapé. Esta definición se encuentra establecida en el artículo 1 del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT de la OMS) y suple cualquier vacío normativo que existiere respecto de la aplicación de medidas relacionadas con dichos productos. Por tal razón la normatividad existente es aplicable para cigarrillos, cigarros, tabaco para liar, tabaco para mascar y para los nuevos productos de tabaco calentado, entre otros derivados, independientemente de su forma de uso o encendido.

2. *¿Qué medidas de control de tabaco aplican a los productos novedosos? Entiéndanse como productos novedosos PTC, SEAN, SSSN y demás derivados, sucedáneos e imitadores.*

Frente a los productos de tabaco calentado y sus dispositivos de calentamiento, este Ministerio se ha pronunciado de manera expresa indicando que estos productos, independientemente de su forma de encendido, se encuentran acogidos en la legislación de control de tabaco.

[...]

⁶⁷ Corte Constitucional, Sentencia C-830 de 2010 M.P. Luis Ernesto Vargas Silva.

3. Entiendo que los PTC son auténticos productos de tabaco y que abarcan tanto a las unidades de tabaco, como los dispositivos para su calentamiento ¿las medidas de control de tabaco actualmente aplicables (CMCT y Ley 1335 de 2009) les aplican a las unidades de tabaco y los dispositivos de calentamiento debido a que conforman un sistema integrado?

El Ministerio de Salud y Protección Social acoge las recomendaciones de la OMS sobre los productos de tabaco calentado, donde se definen como:

“Productos de tabaco que producen aerosoles que contienen nicotina y otros productos químicos, que son inhalados por los consumidores por la boca. Contienen la sustancia altamente adictiva nicotina (contenida en el tabaco), que hace que los productos de tabaco calentado sean adictivos. También contienen aditivos que no son de tabaco, a menudo aromatizados. Los productos de tabaco calentado imitan el comportamiento de fumar cigarrillos convencionales, y algunas utilizan cigarrillos diseñados específicamente para contener el tabaco para ser calentado”

*En lo que corresponde a los dispositivos de calentamiento y las unidades de tabaco, este último es reconocido como un producto de tabaco. En este sentido y tal como ha sido presentado dicho producto ante los consumidores, aun tratándose de una nueva tecnología que se ha venido comercializando en el mercado nacional, es objeto de toda la regulación para el control del tabaco existente en el país. **Desde esta Entidad se considera que el dispositivo conforma un sistema integrado.** (...)»⁶⁸. (Subrayas no originales)*

En esta misma respuesta, MinSalud refirió que «... la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, emitió un concepto sobre el alcance de la Ley 1335 de 2009 frente al dispositivo de calentamiento, y determinó que el dispositivo no se encuentra comprendido dentro de esta prohibición toda vez que no constituye un producto de tabaco o derivado de este, según la definición que nos trae la Ley 1109 de 2006, ‘Por medio de la cual se aprueba el CMCT de la OMS’». ⁶⁹ Es del caso recordar que la SIC en el año 2022 emitió una respuesta a un derecho de petición en la que señaló que los PTC no pueden ser considerados productos de tabaco ya que los dispositivos no contienen tabaco y que solo sirven para calentar. Sin embargo, esta postura se encuentra siendo discutida en la jurisdicción contencioso-administrativa y, además, no refleja aquello que incorporó la Ley 2354 de 2024.

37. La reciente entrada en vigencia de la Ley 2354 de 2024 precisó, en caso de cualquier duda, que para efectos de la Ley 1335 de 2009:

*... cuando se utilicen las expresiones "tabaco", "tabaco y sus derivados", "productos de tabaco", "productos de tabaco y sus derivados", "cigarrillos, tabaco o sus derivados" o "productos de cigarrillo, tabaco y sus derivados", se entenderá como "cigarrillos productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos o imitadores y **los dispositivos necesarios para su funcionamiento**; entre los que se encuentran los Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (SEAN), y Sistemas Similares Sin Nicotina (SSSN), **los Productos de Tabaco***

⁶⁸ Respuesta al derecho de petición con radicado de salida No.: 202221200766021 del 26 de abril de 2022.

⁶⁹ Ibid.

Calentado (PTC) y Productos de Nicotina Oral (PNO), entre otros.” (Subrayas y negrillas propias)⁷⁰

38. La publicidad, promoción y patrocinio de los Productos IQOS se encuentra prohibida de acuerdo con lo establecido en los artículos 14 y siguientes de la Ley 1335 de 2009. Sin embargo, debido a que la SIC tomó la decisión de no hacer extensivas estas medidas de control sobre los dispositivos necesarios para el funcionamiento de los PTC. Por esta razón, la Ley 2354 de 2024 refirió de manera expresa «*Todas las medidas de control establecidos en la Ley 1335 de 2009 serán aplicables a los productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos o imitadores y los dispositivos necesarios para su funcionamiento*». Lo anterior con el propósito de zanjar cualquier discusión acerca de la aplicación de las medidas de control sobre los dispositivos requeridos para el funcionamiento de los PTC.

39. Asimismo, conviene precisar que las medidas de control sobre los dispositivos necesarios para el funcionamiento de los PTC aplican desde el pasado 9 de mayo, fecha en que se promulgó la Ley 2354 de 2024. El término de un (1) año establecido en el artículo 5 de la Ley 2354 de 2024, no le aplica debido a que este último establece un término de transición únicamente para que los sucedáneos o imitadores de los productos de tabaco, que no eran objeto de ninguna regulación, cumplan con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 1335 de 2009 en materia de empaquetado, así como con los artículos 14 y siguientes de esta norma que prohíben toda forma de publicidad, promoción y patrocinio.

40. Los Productos IQOS se comercializan en el mercado sin la inclusión de las etiquetas correspondientes para advertir a los consumidores acerca de los efectos que conlleva el uso de estos. Esta omisión constituye una infracción directa de una norma especial que le resulta aplicable a los productos derivados de tabaco, que además posibilita el cumplimiento de una obligación internacional del Estado colombiano.

41. Los PTC, como los Productos IQOS, son sistemas integrados, esto quiere decir que ninguna pieza puede ser utilizada individualmente⁷¹. Es decir, el consumidor no puede usar el dispositivo electrónico para nada distinto que no sea calentar la unidad de tabaco, ni la unidad de tabaco se puede utilizar sin contar con un dispositivo específico.⁷² En ese orden de ideas, cuando se promocionan los Productos IQOS, específicamente los dispositivos, indefectiblemente se está promoviendo el consumo de tabaco, pues el calentador por sí solo no reporta ninguna utilidad, ni cumple una función distinta de calentar el producto de tabaco. Debido a lo anterior, y teniendo en cuenta la integralidad de las diferentes unidades, la estrategia de mercadeo y publicidad de PMC y Coltabaco es abiertamente contraria al artículo 13 del CMCT, al igual que los artículos 15 y 16 de la Ley 1335 de 2009.

42. Atendiendo a lo dispuesto en el artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, solicito a la SIC que imparta la correspondiente instrucción a PMC y a Coltabaco, a fin de que cumplan de manera estricta con estas normas en la comercialización de los Productos IQOS. PMC y Coltabaco infringen lo dispuesto en los artículos 14, 15 y 16 de la Ley 1335 de 2009 comoquiera que publicitan y promocionan los Productos IQOS, a pesar de existir una

⁷⁰ Parágrafo 4 del artículo 1 de la Ley 1335 de 2009 (modificado por el artículo 1 de la Ley 2354 de 2024).

⁷¹ Ver Anexo 5.

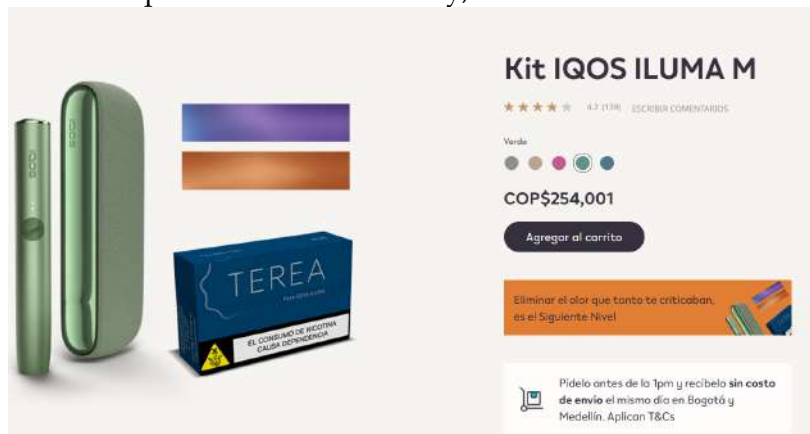
⁷² Ver Anexo 5.

prohibición expresa a estas actividades. Esta exigencia resulta indispensable no solo para proteger a los consumidores frente al riesgo que involucran los PTC, sino que además constituye un mecanismo para dar cumplimiento a los dispuesto en el artículo 5.2 b) del CMCT que establece una obligación en cabeza de las autoridades administrativas de adoptar las medidas apropiadas para reducir el consumo de tabaco y la adicción a la nicotina.

43. En conclusión, las disposiciones de la Ley 1335 de 2009 (modificada por la Ley 2354 de 2024), incluyendo aquellas relacionadas con el empaquetado y etiquetado, así como la prohibición de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio, son enteramente aplicables a todos los componentes de los Productos IQOS.

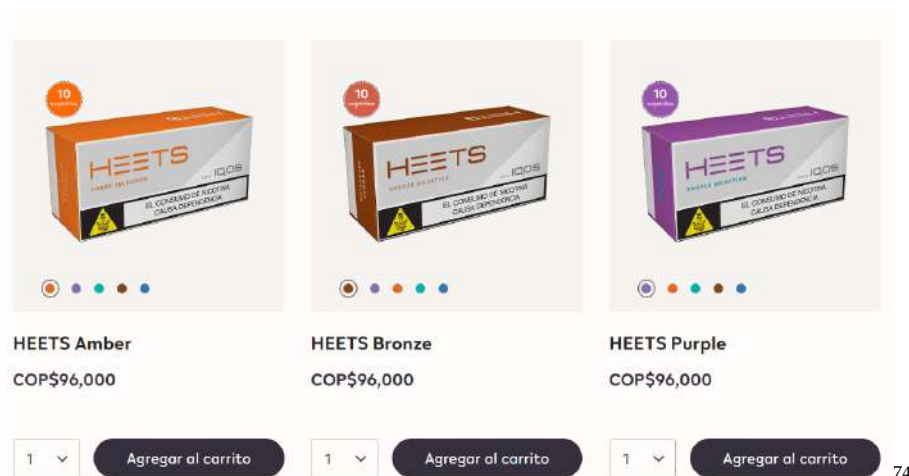
44. En lo relativo a la verificación del incumplimiento de las disposiciones relativas a empaquetado y etiquetado -artículo 13 de la Ley 1335-, antes citadas, los Productos IQOS no cumplen con la prohibición de «no ser dirigidos a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos» o de «no contener publicidad falsa o engañosa». Esta información fue corroborada por Red PaPaz, tras hacer la visita al punto físico del Centro Comercial Unicentro, como se expuso en el acápite de hechos de esta queja. Allí, se logró observar que la mayoría de los Productos IQOS se encuentran expuestos a todo el público, incluyendo niñas, niños y adolescentes. Además, como se refirió previamente, el discurso con el que abordan a «personas interesadas» da a entender que se trata de un producto de «menor riesgo», cuando esto no es cierto.

45. Adicionalmente, los Productos IQOS no cuentan con las frases de advertencia o pictogramas a las que hace referencia la ley, como se evidencia a continuación:



73

⁷³ Disponible en: https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/iqos-iluma/dispositivos/iqos-iluma-prime-m/KKILMPRIME-ORG-CO.html?dwvar_KKILMPRIME-ORG-CO_color=iluma-jadegreen&dwvar_KKILMPRIME-ORG-CO_r=false&cgid=co_iluma_kits



46. Asimismo, se verificó el incumplimiento por parte de PMC y Coltabaco de la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio -artículo 14 y siguientes de la Ley 1335 de 2009- y de los parámetros contenidos en el Estatuto del Consumidor -artículo 25- relativos a la información de productos nocivos,⁷⁵ como se expone a continuación.

B. INFRACCIÓN DE LAS NORMAS DEL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR

47. La Constitución Política reconoce expresamente los derechos de los consumidores. En su artículo 78 prescribe que «[l]a ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización».⁷⁶ Así mismo, consigna que los productores y comercializadores de bienes y servicios serán responsables, en los términos que establezca la ley, cuando «atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios».⁷⁷

48. Esta protección se origina en la asimetría de información en las relaciones de consumo. En éstas, el consumidor, no cuenta por lo general, con las herramientas para verificar la veracidad de la información divulgada acerca de los bienes y servicios ofertados, o de las afirmaciones que se hacen de los bienes y servicios en los contenidos publicitarios. Por este motivo, resulta esencial que se regule todo lo concerniente a la calidad de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como la información y la publicidad que se comunica sobre éstos. Como lo ha sostenido la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia:

[L]a relación de consumo constituye una particular categoría que surge entre quienes se dedican profesionalmente a elaborar o proveer bienes o prestar servicios con quien los adquiere con el fin de consumirlos; y es precisamente el consumidor, quien, por encontrarse en condiciones de vulnerabilidad económica y de desequilibrio, es destinatario de una especial protección normativa; por supuesto que la profesionalidad

⁷⁴ Disponible en: <https://co.iqos.com/es/tienda/iqos/heets>

⁷⁵ Ver Anexo 5.

⁷⁶ Constitución Política, artículo 78.

⁷⁷ *Ibíd.*

*del productor, que lo hace experto en las materias técnicas y científicas en torno de las cuales realiza su labor, su sólida capacidad económica, su vocación para contratar masivamente, las modalidades de contratación a las que acude, entre muchas otras peculiaridades, lo sitúan en un plano de innegable ventaja comercial que reclama la intervención de legisladores y jueces con miras a restablecer el equilibrio perdido.*⁷⁸

49. De otra parte, la Corte Constitucional, ha sido enfática en resaltar el carácter poliédrico del derecho al consumidor, y su relevancia dentro del régimen económico y social. Por su lado, el Consejo de Estado, ha resaltado el alcance de sus componentes:

*La protección de los consumidores no es, pues, un asunto que constitucionalmente pueda resultar indiferente para las autoridades. En desarrollo de esta responsabilidad se han expedido normas como el Decreto 3466 de 1982 o, recientemente, la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), en virtud de las cuales se establece que los consumidores y usuarios tienen, entre otros, derecho a: (i) que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores; (ii) a obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación; o (iii) a recibir protección contra la publicidad engañosa. Igualmente, y en paralelo con este último derecho, se ha establecido la prohibición de publicidad engañosa, entendida como aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión; y se ha impuesto una especial carga de advertencia en cabeza de los productores y distribuidores de bienes nocivos para la salud de las personas.*⁷⁹

50. El Estatuto del Consumidor⁸⁰ tiene como objetivos la protección, promoción, garantía del libre ejercicio de los derechos de los consumidores. Adicionalmente, el Estatuto propende por «la protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad»⁸¹ y el «acceso de los consumidores una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas».⁸² En punto de la información, el Estatuto la define como «[t]odo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización».⁸³ Así mismo, la aludida norma reconoce que los consumidores tienen derecho a «obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en

⁷⁸ Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. Magistrado Ponente Pedro Octavio Munar Cadena. Bogotá, D.C. 30 de abril de 2009. Ref: Exp. 25899 3193 992 1999 00629 01.

⁷⁹ Consejo de Estado Sala de lo Contencioso Administrativo – Sección Primera, Rad. 25000-23-24-2010-00609-01 (AP) de 15 de mayo de 2014. C.P. Guillermo Vargas Ayala.

⁸⁰ Ley 1480 de 2011. A lo largo de esta queja se menciona de forma indistinta la Ley 1480 de 2011 o el término Estatuto del Consumidor.

⁸¹ Ley 1480 de 2011, artículo 1 numeral 1.

⁸² Ley 1480 de 2011, artículo 1 numeral 2.

⁸³ Ver numeral 7 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

*circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos».*⁸⁴

51. Esta obligación de brindar información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible precisa e idónea sobre los productos que se ofrecen en el mercado reviste especial importancia respecto de los que son nocivos por naturaleza. En efecto, el artículo 25 del Estatuto del Consumidor establece:

*Artículo 25 Condiciones Especiales. Sin perjuicio de lo dispuesto en normas especiales y en reglamentos técnicos o medidas sanitarias, tratándose de productos que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo que se incluya dentro de estos, su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso.*⁸⁵
(Subrayas no originales).⁸⁶

52. Tal y como lo reconoce el Ministerio de Salud y Protección Social en el documento Directrices Para Promover La Cesación Del Consumo De Tabaco Y Atención Del Tabaquismo «Todas las formas de tabaco son adictivas y perjudiciales para la salud (American Cancer Society)» y «todas las personas que consumen tabaco y sus derivados tengan derecho de recibir información acerca de los efectos nocivos, los beneficios de dejar este hábito y ser atendidos para tratar su adicción».⁸⁷ por lo que está claro que los PTC deben cumplir además con las disposiciones relacionadas con información de productos nocivos -artículo 25 Ley 1480 de 2011-.

53. En consecuencia, es claro que las disposiciones de Ley 1335 de 2009 (modificada por la Ley 2354 de 2024), incluyendo aquellas relacionadas con el empaquetado y etiquetado, así como la prohibición de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio se deben aplicar de forma concurrente con las normas especiales que aplican a productos que por su naturaleza o componentes son nocivos. Por lo que los PTC, comoquiera que son productos de tabaco, deben cumplir con las normas dispuestas en la Ley 1335 de 2009, y con las disposiciones establecidas en la Ley 1480 de 2001 -Estatuto del Consumidor-.

54. Los mensajes difundidos por parte de PMC y Coltabaco sobre los Productos IQOS contravienen no solo las disposiciones especiales aplicables a los productos de tabaco -Ley 1335 de 2009-, sino también las normas generales establecidas en el Estatuto del Consumidor⁸⁸. En este punto referiré a cada una de las infracciones que registra PMC y Coltabaco en materia de información y publicidad con el propósito de que la SIC le ordene

⁸⁴ Ver numeral 1.3 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011.

⁸⁵ Ley 1480 de 2011, artículo 25.

⁸⁶ Ley 1480 de 2011, artículo 31.

⁸⁷ Página 5 y 10 del documento denominado Directrices Para Promover La Cesación Del Consumo De Tabaco Y Atención Del Tabaquismo de la Dirección de Promoción y Prevención del Ministerio de Salud y Protección Social, disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/directrices-cesacion-consumo-atencion-tabaco.pdf>

⁸⁸ Ver Anexo 5.

eliminar las afirmaciones engañosas y contrarias a la evidencia acerca del daño que causan los Productos IQOS, y en su lugar, le solicite incorporar declaraciones que informen de manera clara, veraz, suficiente, precisa e idónea sobre la nocividad de sus productos a fin de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 23 y 25 de la Ley 1480 de 2011.

55. PMC y Coltabaco se han encargado de posicionar un discurso de riesgo reducido y de señalar que los Productos IQOS son «menos dañinos» que el cigarrillo convencional⁸⁹. Esto lo han hecho a través de publicidad que, como ya se dijo, no está permitida de acuerdo con lo establecido en el CMCT y la Ley 1335 de 2009, y de campañas como la de «*Sin Humo, Por Favor*».⁹⁰ Esta última promueve el consumo de los Productos IQOS, entre otros, con el uso de mensajes que parecieran sugerir que el consumo de los productos que no generan combustión es inocuo⁹¹. Además de eso, hacen una serie de afirmaciones que violan lo dispuesto en los artículos 23 y 25 del Estatuto del Consumidor.⁹²

B.1. LA CAMPAÑA «SIN HUMO, POR FAVOR» VIOLA LO DISPUESTO EN EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR

56. Como se expuso en los hechos, la campaña «*Sin Humo, Por Favor*» pretende promocionar productos de tabaco y sus derivados como inocuos para la salud.⁹³ Dentro de la «información» que brindan, señalan, entre otras cosas, lo siguiente.⁹⁴

⁸⁹ Ver Anexo 5.

⁹⁰ Ver Anexo 5.

⁹¹ Ver Anexo 5.

⁹² Ver Anexo 5.

⁹³ Ver Anexo 5.

⁹⁴ Ver Anexo 5.

¿CUÁLES SON LAS

ALTERNATIVAS AL CIGARRILLO?

Las alternativas más conocidas son los cigarrillos electrónicos. En estos se inhala un vapor de nicotina creado al calentar un líquido.

También hay productos de tabaco calentado. Como su nombre indica, calientan el tabaco a una temperatura que libera un vapor que contiene nicotina y que el usuario inhala.

También existen productos orales modernos. Entre ellos se encuentran productos como el snus y los productos sin humo que contienen nicotina y están diseñados para su uso oral. El snus es un producto sin humo que contiene tabaco y que consiste en tabaco molido mezclado con agua, sal y agentes aromatizantes, normalmente contenido en una bolsa. La nicotina se libera al colocar el producto entre el labio superior y la encía. Las bolsitas que contienen nicotina se utilizan de la misma manera, pero no contienen tabaco.

Al no quemar el tabaco, estos productos no crean humo. Sus emisiones deberían contener menos y menores niveles de sustancias químicas nocivas en comparación con el humo de los cigarrillos. Por supuesto, esto debe evaluarse en función del producto. Además, estos productos no están exentos de riesgos y contienen nicotina, que es adictiva.



57. Esta información se encuentra en el micrositio de la página, con el título «cámbiate»⁹⁵. Como se observa en el recuadro rojo, se hacen varias afirmaciones e intercambios de términos que no transmiten de manera clara, veraz, suficiente, comprensible y precisa la información.⁹⁶ En primer lugar, refiere, que los productos, por no quemar tabaco, no generan humo.⁹⁷ Inmediatamente después sugiere que las emisiones que generan estos «productos alternativos» contienen menos sustancias químicas en comparación con el humo de los cigarrillos convencionales⁹⁸. Posteriormente señalan que esos productos no están exentos de riesgos y que contienen nicotina (sustancia adictiva).⁹⁹. En este extracto, no se observa un mensaje claro, ya que pareciera indicar que, en principio, estos productos no son nocivos -como sí lo es el cigarrillo convencional- pero tan solo algunas palabras más adelante señalan que no están exentos de riesgos y que además tienen nicotina.¹⁰⁰ Esto resulta, a lo menos, contradictorio y además es insuficiente. Por ejemplo, frente a las emisiones que liberan específicamente los PTC, como lo son Productos IQOS, la

⁹⁵ Ver Anexo 5.

⁹⁶ Ver Anexo 5.

⁹⁷ Ver Anexo 5.

⁹⁸ Ver Anexo 5.

⁹⁹ Ver Anexo 5.

¹⁰⁰ Ver Anexo 5.

OMS ha referido que las mediciones que suele referir la industria se limitan a observar la presencia de determinados químicos. En esa medida, el aerosol que libera un PTC puede contener otro tipo de químicos que no suelen medirse en los cigarrillos convencionales y, sobre esa idea es que ello refiere que «contiene menos sustancias químicas nocivas».¹⁰¹ En todo caso y aunque para varias sustancias las concentraciones son menores, los niveles encontrados en PTC son lo suficientemente altos para generar daños permanentes en la salud.¹⁰² Por lo anterior, resulta claro que PMC y Coltabaco están transmitiendo información engañosa, que no advierte de manera clara e inequívoca acerca de la nocividad de sus productos.

58. En otra sección de la misma página¹⁰³, refieren lo siguiente:



59. De estos recuadros llaman particularmente la atención los titulados «La combustión es el principal problema» y «reducción del daño».¹⁰⁴ En relación con lo primero, la OMS ha alertado acerca de esta afirmación, ya que parece sugerir que es una alternativa más aceptable que los productos que generan combustión. PMC y Coltabaco resaltan con frecuencia que sus productos no funcionan por medio de la combustión, sin embargo, resultados de laboratorio han encontrado que incluso en circunstancias normales de uso los productos de tabaco calentado, como es el caso del IQOS, pueden producir combustión, contrario a lo que dice la publicidad¹⁰⁵. De otra parte, «la liberación de formaldehído cianohidrina es preocupante por su elevada toxicidad en concentraciones muy bajas».¹⁰⁶

60. Además, la afirmación que hace PMC y Coltabaco en su página web sobre la «Reducción del daño» se aleja de la obligación de dar información clara, veraz, verificable e idónea a los consumidores.¹⁰⁷ Es realmente preocupante que se equiparen los autos

¹⁰¹ <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/368022/9789240042490-eng.pdf?sequence=1>

¹⁰² Bekki K, Inaba Y, Uchiyama S, Kunuhita N. Comparison of Chemicals in Mainstream Smoke in Heat-not-burn Tobacco and Combustion Cigarettes. J UOEH [Internet]. 2017 [cited 2018 Dec 26];39(3):201–7. Disponible en: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28904270>

¹⁰³ Ver Anexo 5.

¹⁰⁴ Ver Anexo 5.

¹⁰⁵ Ver Anexo 5.

¹⁰⁶ Davis B, Williams M, Talbot P. iQOS: evidence of pyrolysis and release of a toxicant from plastic. Tob Control [Internet]. 2018 Mar 13 [cited 2018 Apr 10];tobaccocontrol-2017-054104. Disponible en: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29535257>

¹⁰⁷ Ver Anexo 5.

eléctricos o las bombillas ahorradoras de luz con el «cambiarse» de producto.¹⁰⁸ PMC y Coltabaco pretenden hacer creer a los consumidores que, si se cambian a un PTC o algún otro producto como los cigarrillos electrónicos, no solo evitarán un daño mayor para ellos mismos, sino que además «beneficiarán» al ambiente. Esto no solo es absolutamente falso, sino que además es engañoso y se aleja por completo de la definición sobre la «reducción del daño» en salud pública. En primera medida, hay investigaciones que señalan que, si bien las emisiones de PTC, como los Productos IQOS, pueden llegar a ser menos concentradas que las del humo de los cigarrillos convencionales, de todos modos, la exposición a la emisión sigue siendo significativa. Por otra parte, frente al concepto de reducción de daños, se ha entendido como:

*Los enfoques de reducción de daños ayudan a reducir ciertos problemas de salud y seguridad asociados al consumo de drogas. Como el modelo de atención al consumo de sustancias distinto del tratamiento o el apoyo a la recuperación, la reducción de daños fue creada por y para las personas que consumen drogas para mejorar la salud y el bienestar, incluso durante el consumo activo de drogas.*¹⁰⁹

61. De acuerdo con este entendido, llama la atención que PMC y Coltabaco pretendan trasladar un asunto propio de la salud pública y equipararlo con factores socio ambientales como los autos eléctricos y bombillas ahorradoras. Esto demuestra que la información que están presentando a los consumidores no es verificable, clara, veraz y suficiente.

C. PROTECCIÓN ESPECIAL DE LA INFANCIA, LA ADOLESCENCIA Y LA JUVENTUD

62. Uno de los principales objetivos del CMCT es «...proteger a las generaciones presentes y futuras contra las devastadoras consecuencias sanitarias, sociales, ambientales y económicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco...».¹¹⁰ Por su parte, la prohibición total de la promoción y publicidad directa o indirecta de productos de tabaco y sus derivados, dispuesta en el CMCT y la Ley 1335 de 2009, busca, entre otras cosas, desincentivar el consumo de estos productos. En otras palabras, una de las finalidades principales de la prohibición total es evitar que nuevas generaciones se encuentren expuestas a productos de tabaco y que esas prácticas estimulen y normalicen el consumo de tabaco entre la población.

63. Además, como se mencionó anteriormente, el artículo 20 del Código de Infancia y Adolescencia (Ley 1098 de 2009) protege a los niños, niñas y adolescentes contra el consumo de tabaco, sustancias psicoactivas y la participación en actividades relacionadas con su comercialización. Asimismo, el Comité de los Derechos del Niño también enfatiza la protección de los menores frente a sustancias nocivas y recomienda regular la publicidad en lugares frecuentados por niños.¹¹¹

¹⁰⁸ Ver Anexo 5.

¹⁰⁹ <https://nida.nih.gov/es/areas-de-investigacion/reduccion-danos>

¹¹⁰ Artículo 3 del CMCT.

¹¹¹ ONU: Comité de los Derechos del Niño (CRC), Observación general N° 15 (2013) sobre el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud (artículo 24), CRC/C/GC/15, 17 abril 2013.

64. A pesar de lo anterior, PMC y Coltabaco se han empeñado en promover productos de tabaco en eventos, así como el anuncio y exhibición de sus productos en espacios altamente concurridos por niñas, niños y adolescentes, como lo son centros comerciales. Esto parece indicar que estamos en un escenario que busca redinamizar la epidemia del tabaquismo, a la cual logramos hacer frente y generar avances positivos, desde la adopción del CMCT y la Ley 1335 de 2009.

65. Asimismo, PMC y Coltabaco han desarrollado una agresiva campaña publicitaria de sus Productos IQOS, que ha llevado a una exposición sistemática de niñas, niños y adolescentes a la renormalización del acto de fumar; lo cual va en contravía del interés superior de las niñas, niños y adolescentes y del espíritu de las normas adoptadas por el Estado colombiano en materia de control de tabaco (CMCT y Ley 1335 de 2009). Es evidente que la publicidad desplegada, propicia: (a) la iniciación en el consumo de las personas que no utilizan Productos IQOS; (b) un mayor consumo entre las personas que ya lo utilizan; y (c) la disminución de motivación por dejar de consumir este producto nocivo mediante alusiones sobre su supuesta «reducción de riesgos y daños».¹¹²

66. Esto hace que sea imperativo que la SIC adopte medidas en contra de Coltabaco y PMC frente a las prácticas de publicidad y promoción que, además de estar prohibidas, afectan de manera especial a niñas, niños y adolescentes. Es inadmisibles que se prolongue la exposición de la población, incluyendo a niñas, niños y adolescentes, a la promoción y publicidad de productos de tabaco, que causa la muerte de aproximadamente ocho millones (8.000.000) de personas al año. Lo anterior, resulta aún más preocupante si se considera que la nicotina afecta el desarrollo del cerebro de niñas, niños y adolescentes e incluso de los adultos jóvenes hasta los veinticinco (25) años, toda vez que menoscaba la actividad celular en las áreas del cerebro que se encargan de la atención, el aprendizaje y la memoria.¹¹³ Incluso, hay estudios que indican que el consumo de tabaco puede estar asociado a sintomatología depresiva.¹¹⁴

4. PETICIONES

Que la SIC inicie un procedimiento administrativo de carácter sancionatorio en contra de PMC y Coltabaco por:

1. Violación de las disposiciones especiales relativas a la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de los Productos IQOS en concordancia con lo establecido en los artículos 14 y siguientes de la Ley 1335 de 2009 y el artículo 1 y 4 de la Ley 2354 de 2024;

¹¹² FDA. Ver: los artículos 272 y 273 de la Ley 9 de 1979, y en el artículo 34 y 41 numeral 7 de la Ley 1098 de 2006

¹¹³ El Cirujano General de EE.UU., U.S. Surgeon General. Informe del Cirujano General acerca del uso de los cigarrillos electrónicos entre los jóvenes, Surgeon General's Advisory on E-cigarette Use Among Youth (en inglés). e-cigarettes.surgeongeneral.gov. 2018.

¹¹⁴ González-González, Alejandro, Juárez García, Francisco, Solís Torres, Cuauhtémoc, González-Forteza, Catalina, Jiménez Tapia, Alberto, Medina-Mora, María Elena, & Fernández-Varela Mejía, Héctor. (2012). Depresión y consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de bachillerato y licenciatura. *Salud mental*, 35(1), 51-55. Recuperado en 08 de septiembre de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252012000100008&lng=es&tlng=es.

2. Violación de lo establecido en los artículos 23 y 25 de la Ley 1480 de 2011 al incluir afirmaciones engañosas y contrarias a la evidencia acerca del daño que causan los Productos IQOS; y

Por último, pido a la SIC que adopte mecanismos de mitigación del riesgo frente al uso de los Productos IQOS, de acuerdo con lo establecido en el numeral 9 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011.

5. PRUEBAS

Documentales

1. Certificado de existencia y representación legal de Red PaPaz;
2. Certificado de existencia y representación legal de PMC.
3. Certificado de existencia y representación legal de Coltabaco.
4. Respuesta derecho de petición con radicado de salida No.: 202221200766021 del 26 de abril de 2022.
5. Página IQOS y «Sin Humo, Por Favor» consultada el 12 de agosto de 2024.

6. NOTIFICACIONES

Red PaPaz recibirá notificaciones en la dirección de correo electrónico: soportelegal@redpapaz.org y en la Carrera 93A #16-36, oficina 201.

De la señora Directora, atentamente,



CAROLINA PIÑEROS OSPINA
Directora Ejecutiva
Red PaPaz