



Bogotá D.C., 3 de abril de 2025

Señora
CIELO ELAINNE RUSINQUE URREGO
Superintendente de Industria y Comercio
Carrera 13 No. 27-00
Ciudad

Asunto: Petición de información

CAROLINA PIÑEROS OSPINA, identificada con cédula de ciudadanía número 39.694.233 de Bogotá D.C., en calidad de representante legal de la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz, presento respetuosamente esta petición a la Superintendencia de Industria y Comercio («SIC») para solicitar información sobre sus funciones en materia de publicidad, el empaquetado, la promoción y el patrocinio de productos de tabaco y sus derivados. En particular, requiero conocer qué acciones ha adoptado la SIC para hacer cumplir las normas que prohíben estas prácticas y cuál es su competencia frente a eventuales infracciones.

I. OBJETO DE LA PETICIÓN

Solicito respetuosamente a la SIC información sobre sus funciones en materia de publicidad, el empaquetado, la promoción y el patrocinio de productos de tabaco y sus derivados, así como sobre las acciones que ha adoptado para hacer cumplir las normas que prohíben estas prácticas y su competencia frente a eventuales infracciones.

II. HECHOS Y FUNDAMENTOS

1. Mediante la Ley 1109 de 2006, Colombia incorporó en el ordenamiento interno el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT), adoptado en Ginebra el 21 de mayo de 2003. Con esta ley, el Estado colombiano incorporó al ordenamiento interno las disposiciones del Convenio. Posteriormente en abril de 2008, adhirió al CMCT y, de esta forma, asumió la obligación de adoptar

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org

medidas legislativas, ejecutivas y administrativas para reducir el consumo de tabaco y proteger la salud pública. Este Convenio establece, en su artículo 13, que los Estados Parte deberán prohibir toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. También impone un plazo de cinco (5) años para implementar estas medidas y reportar su cumplimiento.

2. Con esta adhesión, Colombia reconoció que una prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco es una estrategia efectiva para reducir su consumo y adquirió el compromiso de legislar en consecuencia.
3. Para cumplir con los compromisos adquiridos en el CMCT, el Congreso de la República expidió la Ley 1335 de 2009, que establece un régimen estricto de control del tabaco. Esta ley prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco en medios de comunicación y eventos públicos, e impone condiciones estrictas para su empaquetado y etiquetado.
 - i. El artículo 13 de la ley regula el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco no pueden: a) Estar dirigidos o resultar especialmente atractivos para menores de edad; b) Sugerir que fumar contribuye al éxito personal, social, profesional o deportivo; c) Contener publicidad falsa o engañosa con términos como "light", "suaves" o similares. Asimismo, exige la inclusión de advertencias sanitarias en al menos el 30% del área de las caras principales del empaque, con imágenes y textos que evidencien los efectos nocivos del tabaco.
 - ii. El artículo 14 prohíbe a cualquier persona natural o jurídica promocionar productos de tabaco en radio, televisión, cine, medios escritos, espectáculos en vivo y otros formatos de difusión masiva. También obliga a operadores de cable y satelitales a restringir la emisión de publicidad de tabaco producida en el exterior.
 - iii. El artículo 15 prohíbe la instalación de vallas, pancartas, murales, afiches y otros elementos promocionales de tabaco.
 - iv. El artículo 16 establece la prohibición total de cualquier forma de promoción de productos de tabaco y sus derivados. Esto significa que no se permite la realización de estrategias comerciales que incentiven su consumo, tales como descuentos, promociones, entrega de muestras gratuitas, acumulación de puntos por compra o cualquier otro mecanismo que, de manera directa o indirecta, busque aumentar la demanda de estos productos.
 - v. Por su parte, el artículo 17 prohíbe el patrocinio de eventos deportivos y culturales por parte de las empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco. La prohibición se extiende a cualquier patrocinio realizado en nombre de la empresa, de sus corporaciones, fundaciones o marcas, siempre que implique la promoción,

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org



directa o indirecta, del consumo de productos de tabaco y sus derivados. Con esta medida, se impide que las empresas tabacaleras utilicen eventos de alta visibilidad para asociar su imagen a experiencias positivas o para influir en el comportamiento de los consumidores, especialmente jóvenes.

- vi. El artículo 34 de la Ley 1335 de 2009 establece que SIC es la autoridad encargada de garantizar que los productores, importadores, distribuidores y comercializadores de cigarrillos cumplan con estas normas. De conformidad con esta norma la SIC tiene la obligación de supervisar y sancionar el incumplimiento de las regulaciones sobre: Empaquetado y etiquetado (artículo 13); Publicidad en medios de comunicación (artículo 14); Publicidad en espacios físicos como vallas y similares (artículo 15); promoción de productos de tabaco (16); Promoción de los productos de tabaco y sus derivados (17). De conformidad con esta norma, para garantizar el cumplimiento de estas disposiciones, la SIC debe actuar en conjunto con la DIAN y otras autoridades, para verificar que los productos comercializados en el país cumplan con la normativa vigente e imponiendo sanciones cuando corresponda.
4. El Decreto 4886 de 2011, mediante el cual se establece la estructura de la SIC y se determinan las funciones de sus dependencias, precisa de manera expresa que entre las funciones de esta entidad se encuentra la de ejercer las competencias asignadas por la Ley 1335 de 2009 en materia de publicidad, empaquetado y prohibición de promoción y patrocinio de productos de tabaco y sus derivados. En este sentido, el artículo 1 del decreto dispone que la SIC ejercerá, entre otras funciones, la de hacer cumplir las disposiciones de la Ley 1335 de 2009 y las normas que la modifiquen, adicionen o reglamenten, en lo referente a la regulación de la publicidad, el empaquetado y la prohibición de promoción y patrocinio del tabaco y sus derivados.
5. Adicionalmente, el artículo 12 del decreto asigna a la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor de la SIC la función específica de hacer cumplir estas disposiciones, reafirmando el rol de la entidad en la vigilancia y control del cumplimiento de las normas que restringen la publicidad y promoción de estos productos en el país.
6. Posteriormente, el Decreto 092 de 2022 modificó el Decreto 4886 de 2011 y reiteró que la SIC debe continuar ejerciendo funciones de control y vigilancia sobre la aplicación de la Ley 1335 de 2009 y sus modificaciones, consolidando su papel como autoridad encargada de garantizar el cumplimiento de las restricciones establecidas en la normativa vigente en materia de publicidad y promoción de productos de tabaco y sus derivados.
7. Con la expedición de la Ley 2354 de 2024, Colombia amplió la aplicación de las medidas de control, ya no solo a los productos de tabaco y sus derivados, sino también a los sucedáneos e imitadores de estos productos que incluyen los

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org

Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (SEAN), Sistemas Similares Sin Nicotina (SSSN) , Productos de Nicotina Oral (PNO) así como los dispositivos necesarios para su funcionamiento.

8. El artículo 4 de esta ley establece que todas las restricciones y controles previstos en la Ley 1335 de 2009 son igualmente aplicables a estos dispositivos requeridos para su funcionamiento, lo que implica que la prohibición expresa de su publicidad, promoción y patrocinio, aplica específicamente a los dispositivos utilizados para el consumo de estos productos.
9. De acuerdo con el marco normativo expuesto, la SIC tiene el mandato legal de controlar, vigilar y sancionar las infracciones a las normas sobre publicidad, promoción y empaquetado de productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos e imitadores.
10. Esta función le fue conferida expresamente a la SIC en los Decretos 4886 de 2011 y 092 de 2022. Con la expedición de la Ley 2354 de 2024, que modifica la Ley 1335, se amplía el alcance de la regulación al establecer que la prohibición de promoción y patrocinio aplica también a los productos sucedáneos o imitadores; entre los que se encuentran los Sistemas Electrónicos de Administración de Nicotina (SEAN), los Sistemas Similares Sin Nicotina (SSSN) y los Productos de Nicotina Oral (PNO). Asimismo la norma deja claridad que la prohibición de promoción publicidad y patrocinio abarca no solo a los productos de tabaco, derivados, sucedáneos e imitadores sino también a los dispositivos necesarios para su funcionamiento. En consecuencia, la competencia de la SIC se extiende a estos productos, para garantizar la aplicación de las restricciones previstas en la normativa vigente. Dado que estas disposiciones establecen una prohibición expresa de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco y sus derivados, la SIC no solo debe ejercer control sobre el cumplimiento de estas normas, sino que también tiene la obligación de tomar acciones concretas frente a eventuales infracciones, imponiendo sanciones cuando corresponda. En consecuencia, es fundamental conocer qué medidas ha adoptado la SIC para garantizar el cumplimiento de estas normas y cuál ha sido su actuación frente a posibles infracciones, conforme a su competencia legalmente establecida.
11. De conformidad con esta norma la SIC es la autoridad encargada de garantizar el cumplimiento de estas normas e imponer sanciones a quienes las infrinjan

III. PETICIONES

De acuerdo con lo anterior, solicito respetuosamente a la SIC:

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org



1. ¿Cuáles son las competencias específicas de la SIC en relación con la prohibición de la promoción y el patrocinio de productos de tabaco y sus derivados, incluyendo productos de tabaco, sus derivados, sucedáneos, imitadores y dispositivos necesarios para su funcionamiento, conforme a la Ley 1335 de 2009 y la Ley 2354 de 2024?
2. ¿Qué acciones ha implementado la SIC para garantizar el cumplimiento de la prohibición de la promoción y el patrocinio de productos de tabaco y sus derivados? Por favor detallar las estrategias adoptadas y su impacto en la vigilancia de estas prácticas.
3. ¿Cuáles han sido las medidas adoptadas por la SIC frente a las violaciones a estas normas? Por favor indicar el número de procesos iniciados.
4. ¿Qué mecanismos de monitoreo y control emplea la SIC para identificar y sancionar posibles incumplimientos en materia de promoción y patrocinio de productos de tabaco y sus derivados?
5. ¿Qué acciones va a implementar la SIC para asegurar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 2354 de 2024 a partir del 9 de mayo de 2025?
Solicitamos que se detalle específicamente:
 - A. ¿Qué acciones se implementarán para garantizar el cumplimiento del artículo 13, en relación con el empaquetado y etiquetado de todos los productos, incluidos los productos de nicotina oral?
 - B. ¿Qué medidas se adoptarán para hacer efectiva la prohibición de publicidad en medios de comunicación dirigida al público en general, de acuerdo con el artículo 14? En particular, ¿qué acciones se prevén frente a contenidos difundidos por redes sociales?
 - C. ¿Qué acciones de vigilancia se llevarán a cabo para verificar el cumplimiento del artículo 15, especialmente frente a las exhibiciones de productos en cajas de supermercados, afiches en tiendas de barrio y otros formatos similares?
 - D. ¿Qué medidas concretas se adoptarán para hacer cumplir lo establecido en el artículo 16, relacionado con la instalación de islas en centros comerciales y espacios análogos?
 - E. ¿Qué acciones de control implementará la SIC para asegurar el cumplimiento del artículo 17, frente a la prohibición de promoción y patrocinio en eventos, actividades o productos dirigidos al público en general?

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org



F. Finalmente, ¿qué mecanismos de reporte o canales específicos habilitará la SIC para que la ciudadanía pueda denunciar de forma fácil, expedita y efectiva el incumplimiento de la Ley 2354 de 2024?

IV. NOTIFICACIONES

Recibiré notificaciones relacionadas con el procedimiento administrativo que se inicia en virtud de la presente petición en el correo electrónico: soportelegal@redpapaz.org.

Atentamente,

CAROLINA PIÑEROS OSPINA
C.C. 39.694.233 de Bogotá D.C.
Representante Legal
Red PaPaz

Carrera 16# 93a - 36 oficina 201
Bogotá, Colombia

Tel. (+57) 601 7563689
Cel. (+57) 310 7561190

www.redpapaz.org