

SUMARIO

Página

CAPÍTULO 1

OBJETIVOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA LEY 28/2005

por <i>Carlos L. Alfonso Mellado</i>	17
1.1. LOS OBJETIVOS DE LA LEY 28/2005	17
1.2. LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA LEY 28/2005	18
1.2.1. La naturaleza imperativa de las disposiciones de la Ley 28/2005	18
1.2.2. El carácter básico de las disposiciones de la Ley 28/2005	18
1.2.3. El carácter sanitario de las disposiciones de la Ley 28/2005	19
1.2.4. El carácter mínimo de las disposiciones de la Ley 28/2005	19
1.3. LA ENTRADA EN VIGOR DE LA NORMA	20
1.4. EL FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DE LA NORMA	21
1.5. LOS EFECTOS DEROGATORIOS DE LA NORMA	21
Cuestiones 1.1 a 1.4	22

CAPÍTULO 2

NORMATIVA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS SOBRE EL CONSUMO DEL TABACO

por <i>M^a Carmen Salcedo Beltrán</i>	25
2.1. INTRODUCCIÓN	25
Cuestiones 2.1 a 2.3	26
2.2. MARCO NORMATIVO Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	26
2.2.1. Andalucía	26
Cuestiones 2.4 a 2.7	26
2.2.2. Aragón	27
Cuestiones 2.8 a 2.11	28
2.2.3. Asturias	28

2.2.4. Baleares	29
Cuestiones 2.12 a 2.15	29
2.2.5. Canarias	29
Cuestiones 2.16 a 2.19	29
2.2.6. Cantabria	30
Cuestiones 2.20 a 2.23	30
2.2.7. Castilla y León	31
Cuestiones 2.24 a 2.27	31
2.2.8. Castilla-La Mancha	32
Cuestiones 2.28 a 2.31	32
2.2.9. Cataluña	33
Cuestiones 2.32 a 2.35	33
2.2.10. Comunidad Valenciana	34
Cuestiones 2.36 a 2.39	34
2.2.11. Extremadura	35
Cuestiones 2.40 a 2.43	35
2.2.12. Galicia	36
Cuestiones 2.44 a 2.47	36
2.2.13. La Rioja	37
Cuestiones 2.48 a 2.51	37
2.2.14. Madrid	38
Cuestiones 2.52 a 2.55	38
2.2.15. Murcia	39
Cuestiones 2.56 a 2.59	39
2.2.16. Navarra	40
Cuestiones 2.60 a 2.63	40
2.2.17. País Vasco	41
Cuestiones 2.64 a 2.67	41
2.2.18. Ceuta	42
2.2.19. Melilla	42
Cuestiones 2.68 a 2.71	42

CAPÍTULO 3

LIMITACIONES A LA VENTA Y SUMINISTRO DE LOS PRODUCTOS DE TABACO

por <i>Salvador Montesinos Oltra</i>	43
3.1. INTRODUCCIÓN: OBJETO DE LA LEY 28/2005 EN RELACIÓN CON EL COMERCIO DE PRODUCTOS DEL TABACO	43

3.2. NORMATIVA REGULADORA DE LA VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DEL TABACO	44
3.3. LUGARES EN LOS QUE PUEDEN VENDERSE PRODUCTOS DEL TABACO AL POR MENOR Y MEDIOS DE VENTA PERMITIDOS: CONSIDERACIONES GENERALES	45
3.4. PROHIBICIÓN DE VENTA Y SUMINISTRO EN DETERMINADOS LUGARES	47
3.5. ALCANCE DE LA PROHIBICIÓN DE VENTA DE TABACO EN RELACIÓN CON LAS CLASES DE EXPENDEDURÍAS QUE REGULA LA NORMATIVA SOBRE EL MERCADO DE TABACOS	51
3.6. PUNTOS DE VENTA CON RECARGO MEDIANTE MÁQUINAS EXPENDEDORAS: REQUISITOS ESPECÍFICOS	53
3.7. LA PROHIBICIÓN DE VENTA Y ENTREGA DE PRODUCTOS DEL TABACO A LOS MENORES DE EDAD Y OTRAS MEDIDAS PROTECTORAS DE LOS MISMOS FRENTE AL TABAQUISMO	55
3.8. PROHIBICIÓN DE VENTA POR PERSONAS MENORES DE DIECIOCHO AÑOS	59
3.9. PROHIBICIÓN DE VENTA DE CIGARROS Y CIGARRILLOS NO PROVISTOS DE CAPA NATURAL EN UNIDADES SUeltas O EMPAQUETAMIENTOS DE MENOS DE 20 UNIDADES	60
3.10. PROHIBICIÓN DE ENTREGA, SUMINISTRO O DISTRIBUCIÓN DE MUESTRAS DE PRODUCTOS DEL TABACO EN EJERCICIO DE UNA ACTIVIDAD COMERCIAL O EMPRESARIAL	61
3.11. RÉGIMEN ESPECIAL APLICABLE EN CANARIAS	62
Cuestiones 3.1 a 3.22	64

CAPÍTULO 4

LA PROHIBICIÓN DE CONSUMO

por <i>Amparo Esteve Segarra</i>	69
4.1. CONSIDERACIONES GENERALES	70
4.1.1. El carácter central de la prohibición de consumo	70
4.1.2. La preferencia del derecho de los no fumadores	71
4.1.3. El carácter imperativo y básico de la ley en el ámbito de la prohibición de consumo	74
4.2. ÁMBITO DE LA PROHIBICIÓN	78
4.2.1. Ámbito objetivo: concepto de consumo de productos de tabaco	78
4.2.2. Ámbito locacional	80
4.2.2.1. Lugares con prohibición total de fumar	81

	Página
4.2.2.1.1. El listado de lugares o espacios donde existe una prohibición absoluta de fumar en la Ley 28/2005	82
4.2.2.1.1.1. Los centros de trabajo públicos y privados, «salvo en los espacios al aire libre»	83
4.2.2.1.1.2. Centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de Derecho público	84
4.2.2.1.1.3. Centros, servicios o establecimientos sanitarios	85
4.2.2.1.1.4. Centros docentes y formativos, independientemente de la edad del alumnado o del tipo de enseñanza	86
4.2.2.1.1.5. Instalaciones deportivas y lugares donde se desarrollen espectáculos públicos, siempre que no sean al aire libre	86
4.2.2.1.1.6. Zonas destinadas a la atención directa del público	87
4.2.2.1.1.7. Centros comerciales, incluyendo grandes superficies y galerías, salvo en los espacios al aire libre	87
4.2.2.1.1.8. Centros de atención social para menores de dieciocho años	87
4.2.2.1.1.9. Centros de ocio o esparcimiento, en los que se permita el acceso a menores de dieciocho años, salvo en los espacios al aire libre	88
4.2.2.1.1.10. Centros culturales, salas de lectura, exposición, biblioteca, conferencias y museos	88
4.2.2.1.1.11. Salas de fiesta o de uso público en general, durante el horario o intervalo temporal en el que se permita la entrada a menores de dieciocho años	89
4.2.2.1.1.12. Áreas o establecimientos donde se elaboren, transformen, preparen, degusten o vendan alimentos	89
4.2.2.1.1.13. Ascensores y elevadores	90
4.2.2.1.1.14. Cabinas telefónicas, recintos de los cajeros automáticos y otros espacios de uso público de reducido tamaño	90
4.2.2.1.1.15. Vehículos o medios de transporte colectivo urbano e interurbano, vehículos de transporte de empresa, taxis, ambulancias, funiculares y teleféricos	90
4.2.2.1.1.16. Todos los espacios de transporte suburbano (vagones, andenes, pasillos, escaleras, estaciones, etc.), salvo que los espacios se encuentren por completo al aire libre ...	91
4.2.2.1.1.17. Medios de transporte ferroviarios y marítimos, salvo en los espacios al aire libre	91
4.2.2.1.1.18. Aeronaves con origen y destino en territorio nacional y en todos los vuelos de compañías aéreas españolas, incluidos aquellos compartidos con vuelos de compañías extranjeras	91

	Página
4.2.2.1.1.19. Estaciones de servicio y similares	91
4.2.2.1.2. Las prohibiciones de consumo de tabaco contenidas en otras normas	92
4.2.2.1.3. Las prohibiciones de consumo tabaco por decisión del titular	98
4.2.2.2. Lugares donde se permite habilitar zonas para fumadores	99
4.2.2.2.1. El listado de lugares o espacios donde cabe habilitar zonas para fumadores	99
4.2.2.2.1.1. Centros de atención social	99
4.2.2.2.1.2. Hoteles, hostales y establecimientos análogos	100
4.2.2.2.1.3. Bares, restaurantes y demás establecimientos cerrados	100
4.2.2.2.1.4. Salas de fiesta, establecimientos de juego, o de uso público en general, durante el horario o intervalo temporal en el que no se permita la entrada a menores de dieciocho años, salvo en los espacios al aire libre	102
4.2.2.2.1.5. Salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos que se realizan en espacios cerrados	102
4.2.2.2.1.6. Aeropuertos	103
4.2.2.2.1.7. Estaciones de autobuses	103
4.2.2.2.1.8. Estaciones de transporte marítimo o ferroviario	103
4.2.2.2.1.9. En cualquier otro lugar en el que sin existir prohibición de fumar su titular así lo decida	104
4.2.2.2.1.10. En cualquier otro lugar o espacio permitido por la formativa de las Comunidades Autónomas, fuera de los supuestos enumerados en el artículo 7	104
4.2.2.2.2. Requisitos de las zonas habilitadas para fumar	104
4.2.2.2.2.1. Señalización	104
4.2.2.2.2.2. Ubicación física y condiciones de ventilación	104
4.2.2.2.2.3. Extensión	105
4.2.2.2.2.4. Exclusión de la presencia de menores de dieciséis años	106
4.2.2.2.2.5. Plazo	106
4.2.3. Ámbito subjetivo: colectivos específicos	107
4.2.3.1. Jóvenes	107
4.2.3.2. Mujeres	108
4.2.3.3. Establecimientos penitenciarios	108
4.2.3.4. Enfermos mentales	108
4.2.3.5. Clubes privados de fumadores	109
4.3. RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA DE PROHIBICIÓN DE CONSUMO DE TABACO	109
4.3.1. Tipificación de las infracciones y sanciones al consumo de tabaco ...	109

	Página
4.3.2. Tratamiento de las infracciones al consumo de tabaco cometidas por terceros	111
4.4. CONCLUSIONES	113
Cuestiones 4.1 a 4.15	114
BIBLIOGRAFÍA	118
 CAPÍTULO 5	
LA APLICACIÓN EN EL ÁMBITO LABORAL DE LA LEY 28/2005	
por <i>Carlos L. Alfonso Mellado</i>	119
5.1. INTRODUCCIÓN. LAS RAZONES PARA LA REPERCUSIÓN DE LA LEY 28/2005 EN EL MEDIO LABORAL	119
5.2. LA PROHIBICIÓN DE VENTA DEL TABACO EN EL ÁMBITO LABORAL ..	121
5.3. LA PROHIBICIÓN DE CONSUMO	124
5.3.1. El contenido de la prohibición	124
5.3.2. La naturaleza imperativa de la prohibición	125
5.3.3. El carácter mínimo y sanitario de la prohibición	126
5.3.4. El carácter relativo del ámbito espacial de la prohibición	127
5.3.5. La posición del trabajador fumador	134
5.4. LAS REPERCUSIONES LABORALES DE LOS PROGRAMAS DE DESHABITUACIÓN	135
5.5. LAS POSIBLES INFRACCIONES Y SANCIONES Y LAS ACCIONES PARA EXIGIR EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY	137
5.5.1. Las infracciones y sanciones reguladas en la Ley 28/2005 de mayor aplicación en el ámbito laboral	137
5.5.2. La compatibilidad entre las sanciones administrativas y de las de ámbito privado	141
5.5.3. El ejercicio de acciones para el cumplimiento de la ley	142
Cuestiones 5.1 a 5.50	143
 CAPÍTULO 6	
MEDIDAS DE DESHABITUACIÓN TABÁQUICA	
por <i>Luis A. Menéndez Menéndez</i>	153
6.1. INTRODUCCIÓN	153
6.2. FINANCIACIÓN DE LOS MEDICAMENTOS	154
Cuestiones 6.1 a 6.7	155
6.3. PROGRAMAS ESTATALES Y AUTONÓMICOS	161
6.3.1. Programas estatales	161
6.3.1.1. ¿Qué medidas ha adoptado el Estado?	161

	Página
6.3.1.1.1. Plan Nacional de Prevención y Control del Tabaquismo 2003-2007	161
6.3.1.1.2. Estrategia Nacional sobre Drogas 2000-2008	162
6.3.1.1.3. Plan de Acción 2005-2008	163
6.3.1.2. Compromisos del capítulo IV de la Ley 28/2005	163
6.3.1.3. Reparto de dinero a través del Fondo de Cohesión Sanitaria	164
6.3.2. Planes autonómicos	168
6.3.2.1. Andalucía	168
6.3.2.2. Asturias	168
6.3.2.3. Aragón	169
6.3.2.4. Baleares	170
6.3.2.5. Canarias	170
6.3.2.6. Cantabria	171
6.3.2.7. Castilla y León	171
6.3.2.8. Castilla-La Mancha	171
6.3.2.9. Cataluña	172
6.3.2.10. Ceuta	172
6.3.2.11. Comunidad Valenciana	173
6.3.2.12. Extremadura	173
6.3.2.13. Galicia	174
6.3.2.14. La Rioja	174
6.3.2.15. Madrid	175
6.3.2.16. Melilla	175
6.3.2.17. Murcia	176
6.3.2.18. Navarra	176
6.3.2.19. País Vasco	177
 CAPÍTULO 7	
LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO	
por <i>Ángeles Cuenca García y Felipe Palau Ramírez</i>	179
7.1. INTRODUCCIÓN. LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO: LOS ARTÍCULOS 9 Y 10 DE LA LEY 28/2005, DE 26 DE DICIEMBRE	179
7.2. LA REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y PATROCINIO DEL TABACO EN LAS DIRECTIVAS COMUNITARIAS	183
7.3. LA PROHIBICIÓN DE LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN Y EL PATROCINIO DEL TABACO EN EL DERECHO ESPAÑOL	189

	Página
7.4. LAS EXCEPCIONES A LA PROHIBICIÓN DE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO	192
7.5. LAS REGLAS APLICABLES A LAS «DENOMINACIONES COMUNES»	195
7.5.1. La publicidad indirecta en nuestra legislación y jurisprudencia	195
7.5.2. La prohibición de utilización de «denominaciones comunes» en la Ley 28/2005	198
7.5.2.1. La prohibición contemplada en el artículo 10	198
7.5.2.2. Régimen «transitorio»	201
7.5.3. La compatibilidad de la norma con el derecho comunitario	202
Cuestiones 7.1. a 7.13	206
CAPÍTULO 8	
INFRACCIONES Y SANCIONES	
8.1. TIPOLOGÍA DE INFRACCIONES Y SANCIONES	209
por <i>Albert Ituren i Olive</i>	209
8.1.1. Infracciones administrativas	209
8.1.1.1. Infracciones leves	209
8.1.1.2. Infracciones graves	212
8.1.1.3. Infracciones muy graves	216
8.1.2. Sanciones administrativas	217
8.1.3. Sujetos responsables	220
Cuestiones 8.1. a 8.11	222
8.2. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR Y EJERCICIO DE ACCIONES JUDICIALES	224
por <i>Ricardo Juan Sánchez</i>	224
8.2.1. Consideraciones generales y ámbito de aplicación	224
8.2.2. Órganos competentes para sancionar	226
8.2.2.1. La potestad sancionadora de la Administración del Estado	226
8.2.2.2. La potestad sancionadora de las Comunidades Autónomas y las Ciudades con Estatuto de Autonomía	227
8.2.3. El procedimiento sancionador	228
Cuestiones 8.12 a 8.21	232
8.2.4. Ejercicio de acciones	233
8.2.4.1. Ante las Administraciones públicas	233
8.2.4.2. Ante los Tribunales de Justicia	233
8.2.4.2.1. Acciones civiles	234
8.2.4.2.2. Acciones penales	235
8.2.4.2.3. Acciones contencioso-administrativas	235
8.2.4.2.4. Acciones laborales	235

	Página
8.2.5. Acciones judiciales en materia de publicidad y promoción del tabaco .	236
Cuestiones 8.22 a 8.25	237
ÍNDICE DE CUESTIONES	239

CAPÍTULO 1
OBJETIVOS Y CARACTERÍSTICAS GENERALES
DE LA LEY 28/2005
CARMEN L. ALVARO MARIANO
Universidad de Valencia

1.1. LOS OBJETIVOS DE LA LEY 28/2005

La Ley de 2005 es una ley de defensa de la salud pública. La norma parte de la consideración de que el consumo del tabaco en todas sus variantes es nocivo para la salud y que por tanto debe ser reducido en todo cuanto sea posible. Como se señala en la introducción de los preámbulos de la propia Ley, ésta se enmarca en las políticas de salud pública de las Administraciones Públicas y pretende apoyar el carácter disuasivo y sancionador de las disposiciones relativas al consumo del tabaco.

- De esta manera la ley establece 10 objetivos:
- 1º) Establecer las infracciones, siempre que se trate de operaciones al por menor, en la venta, almacenaje y consumo de los productos del tabaco.
 - 2º) Regular la publicidad, la promoción y el patrocinio de estos productos.
 - 3º) Promover los mecanismos necesarios para la prevención y control del tabaquismo.
- Estos objetivos y los ocultos que la Ley introduce al servicio de los mismos se destinan, como en el propio concepto se precisa, a proteger la salud de la