



LEY QUE MODIFICA LA LEY N° 28681 A FIN DE ASEGURAR UNA ADECUADA DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A TRAVÉS DE APLICATIVOS O DELIVERYS

Los Congresistas de la República que integran el Grupo Parlamentario Bloque Democrático Popular, a la iniciativa del congresista **Edgard Reymundo Mercado**, al amparo de lo establecido en el Artículo 107° de la Constitución Política del Perú y de los artículos 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen el Proyecto de Ley:

FÓRMULA LEGAL

**EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA
HA DADO LA SIGUIENTE LEY:**

LEY QUE MODIFICA LA LEY N° 28681 A FIN DE ASEGURAR UNA ADECUADA DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A TRAVÉS DE APLICATIVOS O DELIVERYS

Artículo 1.- Objeto de la ley

El objeto de la presente ley es regular la adecuada distribución de bebidas alcohólicas cuando su venta se realice a través de aplicativos, plataformas virtuales o servicio delivery.

Artículo 2.- Modificación de la Ley N° 28681

Modifíquese los artículos 2° y 5° de la Ley N° 28681 "Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas" en los siguientes términos:

"Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en la presente Ley son de aplicación a todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que fabriquen, comercialicen, distribuyan, suministren o consuman bebidas alcohólicas a nivel nacional. En el caso de comercialización o venta al público en general considera tanto la venta directa como la que se realice a través de aplicativos, plataformas virtuales o servicio delivery.

Artículo 5.- De la prohibición de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas

Prohíbese la venta ambulatoria, distribución, suministro a título oneroso o gratuito y el consumo directo de toda clase de bebidas alcohólicas, según corresponda:

(...)

Esta prohibición alcanza tanto la venta de forma presencial como la que se realice a través de aplicativos, plataformas virtuales o servicio delivery.

En el caso de las plataformas, tienda virtuales o aplicativos, además de mostrar un mensaje sobre la prohibición de venta a menores de 18 años, debiéndose señalar la presente ley, deberán establecer un filtro de identificación para la venta de bebidas alcohólicas, de tal manera que se establezca que el consumidor final es mayor de edad. Las precisiones serán establecidas en el reglamento de la presente ley.

DISPOSICION COMPLEMENTARIA FINAL

UNICA. – Reglamento de la ley

El Poder Ejecutivo cuenta con un plazo de hasta 60 días para adecuar el reglamento correspondiente.



Firmado digitalmente por:
REYMUNDO MERCADO Edgard
Cornelio FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/03/2025 14:48:47-0500

Lima, marzo de 2025



Firmado digitalmente por:
PAREDES PIQUE Susel Ana
Maria FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/03/2025 12:27:47-0500



Firmado digitalmente por:
PAREDES PIQUE Susel Ana
Maria FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/03/2025 12:27:36-0500



Firmado digitalmente por:
BAZAN NARRO Sigrid Tesoro
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/03/2025 14:11:40-0500



CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **12** de **marzo** de **2025**

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 10486/2024-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

- 1. DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS.**



.....
GIOVANNI FORNO FLOREZ
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Un reciente informe del Ministerio de Salud, da cuenta que los establecimientos adscritos a dicha entidad atendieron más de 43 mil casos de *trastornos por consumo de alcohol*, donde llama la atención que 6,073 casos fueron relacionados con adolescentes entre 10 a 19 años¹. Es decir, estamos hablando que 16 de cada 100 personas son problemas con el alcohol en nuestro país, son adolescentes.

El consumo de alcohol por las personas jóvenes, en comparación a las personas adultas, es peligroso, toda vez que en el caso de los adolescentes su cerebro esta en proceso de formación, y por ende son mas propensos a las consecuencias negativas del consumo en exceso. En adición, un tema que preocupa a las autoridades es que el inicio del consumo de alcohol se esta "apresurando" es decir, cada vez los adolescentes se inician en el consumo a menor edad. En el 2010, ya se advertía:

"antes se daba a los 14 años; ahora estamos cerca a los 12 años. Y cada vez está disminuyendo más. Lo que quiere decir que los niños están consumiendo alcohol con mucha premura. Esto hará muy peligrosa sus vidas cuando sean adultos"

Rita Uribe Obando, coordinadora en temas de adicción de la Estrategia de Salud Mental y Cultura de Paz del Ministerio de Salud²

Para el 2024, Essalud da cuenta que 2 de cada 5 adolescentes ya presentaban experiencias con las drogas y el alcohol.

La Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Población General de Lima Metropolitana en el 2010, señala que una proporción muy cercana a la mitad (44%) menciona que se inició con el alcohol influenciado por su entorno familiar, sean padres (19.3%) u otros familiares (24.2%). Por otro lado, 3 de cada 10 mencionaron que se iniciaron en un entorno de compañeros de estudio³.

Así, las cifras recientes o de hace un tiempo dan cuenta que existe una tendencia en los adolescentes a consumir alcohol, y como mencionamos los impactos son negativos por donde se analice.

¹ <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1058875-establecimientos-de-minsa-atendieron-mas-de-43-000-casos-por-consumo-de-alcohol-durante-el-2024>

² <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/36857-consumo-de-alcohol-en-ninos-y-adolescentes-puede-generar-enfermedades-intoxicaciones-y-dependencia>

³

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3204819/Informe%20Estad%C3%ADstico%20Encuesta%20Nacional%20sobre%20Consumo%20de%20Drogas.%20Lima%20Metropolitana%202010.pdf>

Un reporte del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, haciendo referencia al Programa Nacional de Centros Juveniles, refiere que la mitad de los adolescentes que asistieron a los Servicios Orientación al Adolescente (SOA) son consumidores de alcohol, entre ocasionales y habituales. Los SOA son un programa que brinda apoyo a adolescentes "que se encuentran bajo medidas socioeducativas no privativas de la libertad, como la libertad asistida, la libertad restringida y la prestación de servicios a la comunidad". Esta referencia, si bien no relacionado directamente el consumo de alcohol con las faltas cometidas por los adolescentes, es un dato adicional que da cuenta del consumo de alcohol entre los mismos.⁴

Tabla 4: Nivel de consumo de drogas antes de ingresar al SOA por tipo de drogas

CONSUMO DE DROGAS	EXPERIMENTAL	OCASIONAL	HABITUAL	DEPENDENCIA	TOTAL
ALCOHOL	66	355	25	1	447
MARIHUANA	2	14	8	4	28
COCAINA + MARIHUANA	43	108	78	12	241
MARIHUANA + PBC	3	14	7	10	34
OTROS	2	6	4	0	12
TABACO	0	3	10	1	14
TOTAL	116	500	132	28	776

En dicho contexto, un tema adicional es que los patrones de consumo han variado a partir de la dinámica generada por el uso de aplicativos o deliverys, acelerado en el caso de nuestro país a partir de la pandemia, y que no permite en muchos casos identificar al consumidor final. Algunos productos por ley, son expendidos a mayores de 18 años, sin embargo, cuando uno ingresa a los aplicativos o plataformas de compras, el filtro para identificar la mayoría de edad de los consumidores no está adecuadamente desarrollado. Una revisión de diversas plataformas de ventas de tiendas o supermercados, no se logra identificar alerta alguna sobre la prohibición de ventas de bebidas alcohólicas a menores de edad, ni sobre el consumidor final, lo cual deja abierta la posibilidad de que consumidores finales accedan a productos con contenido de alcohol.

⁴ <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5950056/5273972-boletin-estadistico-enero-2024.pdf>

En esa línea aplicativos como Tada, Rappi o Pedidos Ya, no permiten identificar cual es usuario final al momento de realizar la transacción de compra. Esto se explica porque en la Ley 28681 "Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas" no existe una precisión sobre comercialización a través de plataformas virtuales, páginas web o aplicativos. Por ejemplo, en el artículo 4 de la referida ley hace referencia a locales o establecimientos:

Artículo 4.- De los locales o establecimientos

Los propietarios, administradores, representantes o dependientes de los establecimientos a que se refiere el artículo 3 en cualquiera de sus giros o modalidades, además de las obligaciones señaladas en normas específicas, tendrán las siguientes obligaciones:

a) Colocar en un lugar visible del local o establecimiento, carteles con las siguientes Inscripciones:

"PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS"

"SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO MANEJES"

b) Negar el ingreso a menores de edad en aquellos lugares cuyo giro principal sea la venta de bebidas alcohólicas.

c) No comercializar bebidas adulteradas, contaminadas o que contravengan las disposiciones de salud aplicables.

d) Cumplir con los horarios establecidos por la autoridad competente.

Como se observa, el referido artículo, cuando se refiere a la colocación de carteles menciona que el mismo debe ser colocado en lugares visibles de los locales o establecimientos. A la par se menciona que se prohíbe el ingreso a los locales, pero esta restricción en la práctica no restringe la adquisición a través de otros canales.

Asimismo, el artículo 5 de la referida ley, menciona el consumo directo, dejando de lado las referencias a otros canales de consumo, y por ende dejando sin regular adecuadamente el comercio electrónico.

Artículo 5.- De la prohibición de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas

Prohíbese la venta ambulatoria, distribución, suministro a título oneroso o gratuito y el consumo directo de toda clase de bebidas alcohólicas, según corresponda:

- a) A menores de 18 años.
- b) En instituciones educativas de toda índole, públicas o privadas.
- c) En establecimientos de salud, públicos o privados.
- d) En los centros de espectáculos destinados a menores de edad.
- e) A personas dentro de vehículos motorizados.
- f) En la vía pública.

El comercio electrónico viene experimentando un crecimiento importante en los últimos años, pasando las ventas on line de US\$ 4,000 millones en el 2019 a US\$ 13,000 millones en el 2023, explicado por un mayor dinamismo en el uso de las redes sociales, la mayor confianza en cuanto a los pagos virtuales (sea con tarjeta, plataforma bancaria u otro aplicativo, así como el impulso que se dio luego de la pandemia. Si bien los productos electrónicos, ropa y calzado son en volumen los que mas se comercializan, el rubro comidas y bebidas es el que mas ha venido creciendo entre los años 2013 – 2019

Perú: valor del Internet retailing por categorías, en el periodo 2013-2019 (millones de soles)⁵

Categorías	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación	Tendencia
Juguetes y artículos para niños	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0	1,2	12%	
Videojuegos	0,7	0,9	1,0	1,2	1,5	1,8	2,2	21%	
Artículos y muebles para hogar	1,5	1,8	2,1	2,4	2,7	3,3	3,8	17%	
Cuidado y artículos para mascotas	-	-	1,3	1,9	2,9	3,8	4,8	24%	
Salud	3,5	4,6	5,8	7,6	14,5	18,1	22,6	36%	
Electrodomésticos	9,3	10,9	12,6	14,6	16,7	20,3	23,7	17%	
Belleza y cuidado personal	-	7,4	17,8	31,8	37,9	46,2	52,3	39%	
Comida y bebidas	9,7	10,6	32,9	45,1	58,9	80,0	98,7	47%	
Accesorios personales	45,5	51,2	57,4	64,7	74,2	89,4	103,6	15%	
Productos multimedia	98,3	116,2	134,3	154,9	177,1	212,6	242,7	16%	
Moda(ropa y calzado)	18,3	51,8	81,4	124,3	180,6	260,8	358,0	64%	
Electrónica de consumo (tecnología)	243,1	285,1	320,8	363,3	416,0	511,5	600,4	16%	
Otros	181,0	239,2	332,4	434,3	535,7	679,1	816,0	29%	
Total	611,5	780,4	1000,5	1246,9	1519,6	1927,9	2330,0	25%	

Fuente: CEPLAN

⁵ Tomado de Observatorio CEPLAN. Disponible en: <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t68>

Esta tendencia se mantiene en los últimos años. De acuerdo con datos de la plataforma Pedidos Ya, el Perú es el segundo país de Latinoamérica con mayor cantidad de pedidos por delivery, donde el 64% de los pedidos analizados tienen como destino los hogares⁶.

Dentro de esta dinámica de consumo electrónico, virtual o por delivery, hay que tener presente que los menores de edad pueden acceder a billeteras virtuales (conocidas como Yape o Plin, y que esto puede representar un mecanismo de acceso a diversos productos a través de las plataformas virtuales, sin ser este el objetivo por el cual fueron creados estos accesos. Por ejemplo, el aplicativo Yape, que es una aplicación de pagos virtuales desarrollado por el Banco de Crédito del Perú, y que permite pagos a través del teléfono sin necesidad de datos bancarios adicionales, posibilita la creación de cuentas para menores de 18 años, que sin bien recomienda que los padres adviertan a sus hijos sobre los consumos, no deja de ser un espacio abierto que hay que resguardar.



II. ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

La iniciativa en principio no irroga gastos al Estado, porque lo que busca es regular, ni busca que se destine recursos hacia un sector o hacia actividad. Por el contrario, se centra en regular el consumo electrónico y poner barreras adicionales a las posibilidades de acceso a los adolescentes a las bebidas alcohólicas, que como hemos visto ya acceden o consumen.

⁶ <https://www.infobae.com/peru/2024/01/12/el-peru-es-el-segundo-pais-de-america-latina-con-mayor-consumo-de-cerveza-por-delivery/>



Por el contrario, puede contribuir a reducir los gastos asociados a los impactos negativos del consumo de alcohol, sobre todo en adolescentes, que como hemos mencionado son más propensos a recibir dicho impacto toda vez que sus organismos no está preparado.

III. EFFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACION NACIONAL

La presente norma busca precisar una ley existente, cuyo objetivo inicial también es el de regular el consumo adecuado de bebidas alcohólicas. Es mas en la misma ley se precisa que no se debe promover el consumo para menores de 18 años, pero no precisa que se deben colocar candados o previsiones a la comercialización electrónica.

IV. VINCULACION CON EL ACUERDO NACIONAL Y SUS POLITICAS NACIONALES

La presente iniciativa se enmarca en las siguientes políticas del Acuerdo Nacional:

Política 15. Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutrición

Política 27. Erradicación de la producción, el tráfico y el consumo ilegal de drogas