



COMISIÓN DE SALUD Y POBLACIÓN  
PERÍODO ANUAL DE SESIONES 2023-2024

Dictamen Nro. 98-2025-2026-CSP-CR

Señor presidente:

Han sido remitidos para estudio y dictamen de la Comisión de Salud y Población los siguientes proyectos de ley:

| Nro. | Proyecto      | Grupo Parlamentario      | Proponente             | Sumilla                                                                                                                                                                                           |
|------|---------------|--------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | 4869/2022-CR  | No agrupados             | Katy Ugarte Mamani     | LEY QUE FORTALECE LA PUBLICIDAD SOBRE LOS EFECTOS NOCIVOS DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EMBARAZADAS, MENORES DE EDAD Y CONDUCTORES, Y PROHÍBE SU VENTA A MUJERES EN EVIDENTE ESTADO DE GESTACIÓN. |
| 2    | 5518/2023-CR  | Alianza para el Progreso | Alejandro Soto Reyes   | LEY QUE MODIFICA EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, SOBRE CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN.                                   |
| 3    | 9973/2024-CR  | Alianza para el Progreso | Manuel García Correa   | LEY QUE ESTABLECE EL ETIQUETADO EN LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS QUE ADVIERTAN A LOS CONSUMIDORES SOBRE LOS TIPOS DE CÁNCER QUE PUEDEN SUFRIR POR SU CONSUMO.                                           |
| 4    | 10183/2024-CR | Renovación Popular       | Norma Yarrow Lumbreras | LEY QUE GARANTIZA LA PROHIBICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE EDAD A TRAVÉS DE COMPRAS VIRTUALES Y ENTREGAS DELIVERY.                                                  |

La Comisión de Salud y Población, en su Vigésima Sesión Ordinaria celebrada el 9 de junio de 2026, debatió y acordó, con el voto en **mayoría** de los congresistas presentes<sup>1</sup>, la aprobación del presente dictamen. Votaron a favor los congresistas Ruíz Rodríguez, Portalatino Ávalos, Picón Quedo, Arriola Tueros, Bustamante Donayre, Córdova Lobatón, Echeverría Rodríguez, Gutiérrez Ticona, Marticorena Mendoza, Mori Celis, Paredes Castro, Portero López, Robles Araujo, Taipe Coronado, Varas Meléndez y Zegarra Saboya. Votaron en abstención los congresistas Huamán Coronado e Infantes Castañeda.

<sup>1</sup> Justificaron su inasistencia los congresistas Kamiche Morante y Paredes Piqué.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

Se deja constancia de que en la sesión se acordó por unanimidad la aprobación del acta con dispensa de su lectura para la ejecución de los acuerdos.

## I. SITUACIÓN PROCESAL

### 1.1. Ingreso de los proyectos a la Comisión

Los proyectos de ley ingresaron a la comisión de acuerdo con el siguiente detalle:

| Nro. | Proyecto de Ley | Fecha de ingreso | Comisión principal                                                        | Segunda comisión                                                          |
|------|-----------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1    | 4869/2022-CR    | 4/05/2023        | Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia                                  | Salud y Población                                                         |
| 2    | 5518/2023-CR    | 4/07/2023        | Salud y Población                                                         | Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos |
| 3    | 9973/2024-CR    | 20/01/2025       | Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos | Salud y Población                                                         |
| 4    | 10183/2024-CR   | 13/02/2025       | Salud y Población                                                         | Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos |

### 1.2. Cumplimiento de los requisitos reglamentarios

Las iniciativas legislativas materia de dictamen han sido remitidas a esta Comisión de conformidad con lo establecido en el artículo 77 del Reglamento del Congreso de la República.

Los proyectos cumplen con los requisitos generales y específicos señalados en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, en mérito a lo cual se realizó el estudio correspondiente. Adicionalmente, debido a la conexión temática los proyectos de ley han sido acumulados en el presente dictamen, de conformidad con lo establecido en el artículo 77-A del Reglamento del Congreso de la República.

### 1.3. Vinculación con las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional

En el Acuerdo Nacional, desarrollado en el año 2002 con el fin de definir un rumbo para el desarrollo sostenible del país y afirmar su gobernabilidad democrática, se asumió un conjunto de grandes objetivos, plasmados en políticas de Estado. Según la exposición de motivos, los proyectos de ley materia de dictamen guardan vinculación con la Política de Estado 13 del Acuerdo Nacional relativa al "Acceso Universal a los Servicios de Salud y a la Seguridad Social", la cual dispone lo siguiente:

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

### "13. Acceso Universal a los Servicios de Salud y a la Seguridad Social

Nos comprometemos a asegurar las condiciones para un acceso universal a la salud en forma gratuita, continua, oportuna y de calidad, con prioridad en las zonas de concentración de pobreza y en las poblaciones más vulnerables.

Nos comprometemos también a promover la participación ciudadana en la gestión y evaluación de los servicios públicos de salud.

Con este objetivo el Estado: (a) potenciará la promoción de la salud, la prevención y control de enfermedades transmisibles y crónico degenerativas; (b) promoverá la prevención y el control de enfermedades mentales y de los problemas de drogadicción; (c) ampliará el acceso al agua potable y al saneamiento básico y controlará los principales contaminantes ambientales; (d) desarrollará un plan integral de control de las principales enfermedades emergentes y re-emergentes, de acuerdo con las necesidades de cada región; (e) promoverá hábitos de vida saludables; (f) ampliará y descentralizará los servicios de salud, especialmente en las áreas más pobres del país, priorizándolos hacia las madres, niños, adultos mayores y discapacitados; (g) fortalecerá las redes sociales en salud, para lo cual garantizará y facilitará la participación ciudadana y comunitaria en el diseño, seguimiento, evaluación y control de las políticas de salud, en concordancia con los planes locales y regionales correspondientes; (h) promoverá la maternidad saludable y ofrecerá servicios de planificación familiar, con libre elección de los métodos y sin coerción; (i) promoverá el acceso gratuito y masivo de la población a los servicios públicos de salud y la participación regulada y complementaria del sector privado; (j) promoverá el acceso universal a la seguridad social y fortalecerá un fondo de salud para atender a la población que no es asistida por los sistemas de seguridad social existentes; (k) desarrollará políticas de salud ocupacionales, extendiendo las mismas a la seguridad social; (l) incrementará progresivamente el porcentaje del presupuesto del sector salud; (m) desarrollará una política intensa y sostenida de capacitación oportuna y adecuada de los recursos humanos involucrados en las acciones de salud para asegurar la calidad y calidez de la atención a la población; (n) promoverá la investigación biomédica y operativa, así como la investigación y el uso de la medicina natural y tradicional; y (o) reestablecerá la autonomía del Seguro Social."

## II. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS LEGISLATIVAS

### 2.1. Proyecto de ley 4869/2022-CR

La propuesta legislativa propone fortalecer la publicidad sobre los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas en embarazadas, menores de edad y conductores, y prohíbe su venta a mujeres en evidente estado de gestación. Plantea los siguientes artículos:

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

**"Artículo 1. - Objeto de la Ley**

*La presente ley tiene por objeto fortalecer la publicidad sobre los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas en embarazadas, menores de edad y conductores, y prohibir su venta a mujeres en evidente estado de gestación.*

**Artículo 2. - Finalidad de la Ley**

*La presente ley tiene por finalidad garantizar la salud integral libre de alcohol de las mujeres gestantes y del que está por nacer, así como de los menores de edad y de la sociedad en general.*

**Artículo 3. - Modificación de los artículos 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas**

*Se modifica los artículos 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, en los siguientes términos:*

*"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", "SI ESTÁS EMBARAZADA NO INGIERAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS"**

- b) Negar el ingreso a menores de edad y a mujeres en evidente estado de gestación, en aquellos lugares cuyo giro principal sea la venta de bebidas alcohólicas.

**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.  
g) Mujeres en evidente estado de gestación.

**Artículo 6.- Máquinas automáticas**

*El suministro de bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas en establecimientos autorizados sólo podrá efectuarse cuando la ubicación de las mismas permita el control de su expendio por parte de las personas responsables de dichas instalaciones o sus representantes, de modo que se impida su acceso a menores de 18 años, mujeres en evidente estado de gestación y conductores. A estos efectos, se prohíbe ubicar estas máquinas en espacios abiertos al tránsito público.*

**Artículo 7.- Rotulado de empaques y etiquetas**

*En un espacio no menor del 10% del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en caracteres legibles, la siguiente frase:*

**"TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO"**

*Asimismo, en las etiquetas de los envases se debe incluir frases relacionadas a los riesgos y consecuencias del consumo nocivo de alcohol para las embarazadas, menores*

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.**

*de edad y conductores, que serán determinadas en el reglamento de la presente Ley; y, se debe adherir o contener impreso una advertencia gráfica que muestre un auto, una mujer embarazada y un número 18, cada uno, rodeados por una circunferencia que contenga una línea que atraviese desde la esquina superior a la inferior, con la finalidad de señalar simbólicamente que no se debe consumir alcohol en aquellas situaciones.*

*Las advertencias antes detalladas, deben estar siempre a la vista, en todos los puntos de venta de bebidas alcohólicas, según la forma que determine el reglamento de la presente Ley.*

*El responsable de las etiquetas, las que no podrán ser removibles fácilmente, es el productor o fabricante en el caso de los productos nacionales, y el importador cuando las bebidas alcohólicas sean importadas, debiendo cumplirse previo a su comercialización o distribución.*

#### **Artículo 8.- De los anuncios publicitarios**

*Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:*

- 1. Los anuncios escritos, como medios impresos, carteles o avisos publicitarios de todo tipo, sean ellos físicos o virtuales, deberán consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del 10% del área total del anuncio, las frases y símbolos a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley.*
- 2. La publicidad audiovisual transmitirá en forma visual las frases y símbolos a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos.*
- 3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se deberá expresar en forma clara pausada la frase: "TOMAR BEBIDA ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO", así como frases relacionadas a los riesgos del consumo nocivo de alcohol para las embarazadas, menores de edad y conductores, a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley.*
- 4. No se podrá utilizar argumentos que induzcan el consumo por parte de menores de edad.*

#### **Artículo 9.- De la promoción**

*Se encuentra prohibida la promoción o distribución gratuita de bebidas alcohólicas en actividades destinadas a menores de edad. Asimismo, se encuentra prohibida la promoción o distribución de juguetes que tengan forma o aludan a productos de bebidas alcohólicas.*

*Queda prohibido facilitar, ofrecer o entregar a título gratuito muestras de bebidas alcohólicas a mujeres en evidente estado de gestación, menores de edad y conductores, con fines de promoción o publicidad.*

#### **Artículo 10.- Campañas de prevención y programas de atención**

*El Ministerio de Salud y el Seguro Social de Salud - EsSalud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, desarrollarán a nivel nacional campañas educativas integrales de prevención, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud física y psicológica de las personas, en especial de las embarazadas, del que está por nacer, recién nacido, menores de edad y conductores, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en hospitales, colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares. El Ministerio de Salud supervisa que los recintos hospitalarios privados brinden dicha información a la madre gestante y en período de lactancia".*

*El Ministerio de Salud y el EsSalud implementan programas de atención a personas con problemas de alcohol, cuyos datos se mantienen en estricta reserva y confidencialidad".*

**Artículo 4. - Semana libre del consumo de alcohol** *Se declara la cuarta semana de agosto de cada año, como "Semana del embarazo libre del consumo de alcohol".*

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

#### DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

**PRIMERA. Adecuación reglamentaria**

*El Poder Ejecutivo adecúa el reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, aprobado mediante el Decreto Supremo 012-2009-SA; a las modificaciones dispuestas en la presente Ley en el plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir de su vigencia.*

**SEGUNDA. - Adecuación normativa por las municipalidades**

*Las municipalidades adecúan y dictan las disposiciones que sean necesarias para el cumplimiento de la presente Ley en el plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir de su vigencia.*

**TERCERA. - Adecuación del rotulado y la publicidad**

*A partir de la fecha de modificación del reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, aprobado mediante el Decreto Supremo 012-2009-SA; los obligados al cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 7 y 8 tienen un plazo de ciento ochenta (180) días calendarios para efectuar la adecuación respectiva.*

**CUARTA. - De la reglamentación**

*El Ministerio de Salud y el EsSalud, en un plazo de sesenta (60) días a partir de la vigencia de la presente Ley, dictará las normas reglamentarias pertinentes a fin de dar cumplimiento artículo 10 de la presente Ley.”*

## 2.2. Proyecto de ley 5518/2023-CR

La iniciativa legislativa propone modificar el artículo 10 de la ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, sobre campañas de prevención. Consta del siguiente articulado:

**"Artículo 10.- Campañas de prevención**

*10.1 Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, desarrollarán a nivel nacional campañas educativas integrales de prevención y **concientización**, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares.*

**10.2 Tales campañas de concientización deben ser permanentes y de acuerdo a la disponibilidad presupuestaria de cada entidad."**

Finalmente, el proyecto contiene una Disposición Complementaria Única por la cual se establece la obligación del Poder Ejecutivo de adecuar el reglamento de la Ley 28681 en un plazo no mayor a ciento veinte (120) días posteriores a la publicación de la norma.

En términos generales, la propuesta legislativa busca promover campañas de prevención y concientización que sean desarrolladas de manera permanente, de acuerdo con la disponibilidad presupuestaria de cada entidad.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

### 2.3. Proyecto de ley 9973/2024-CR

La iniciativa legislativa plantea establecer que el etiquetado en las bebidas alcohólicas que adviertan a los consumidores sobre los tipos de cáncer que pueden sufrir por su consumo. Propone el siguiente articulado:

*“Artículo 1.- Objeto de la Ley*

*La presente Ley tiene por objeto establecer el etiquetado en las bebidas alcohólicas que adviertan a los consumidores sobre los tipos de cáncer que pueden sufrir por su consumo.*

*Artículo 2.- Finalidad*

*La presente ley tiene por finalidad salvaguardar el derecho de información de los consumidores de bebidas alcohólicas y velar por el cumplimiento de sus derechos constitucionales señalados en el artículo 65° referidos al respeto a su integridad y salud; en un contexto en el que el 40% de casos de cáncer están relacionados con el consumo de alcohol y el 35% de peruanos tiene problemas de adicción de bebidas alcohólicas. Artículo 3.- Modifíquese el artículo 7 de la Ley N° 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas Se modifica el artículo 7 en la Ley N° 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas, en los siguientes términos:*

*“Artículo 7. Rotulado de empaques y etiquetas*

*En un espacio no menor del 10% del área del total del empaque, envolturas y afines; así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en caracteres legibles la siguiente frase: “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO AUMENTA EL RIESGO DE DESARROLLO DE DIVERSAS ENFERMEDADES INCLUIDOS CIERTOS TIPOS DE CÁNCER”*

#### DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

*PRIMERA. - Normas reglamentarias*

*El Poder Ejecutivo aprueba las disposiciones reglamentarias para la aplicación de lo dispuesto por la presente ley en el plazo de ciento veinte (120) días calendarios contados a partir de su vigencia.*

*SEGUNDA. - Adecuación de la norma*

*Quedan derogadas o modificadas todas las normas en cuanto se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.”*

### 2.4. Proyecto de ley 10183/2024-CR

La propuesta legislativa se orienta a garantizar la prohibición de comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad a través de compras virtuales y entregas delivery. Contiene como artículos los siguientes:

*“Artículo 1. Objeto de la Ley*

*El objeto de la presente ley es modificar el artículo 2° y 5° de la Ley N.° 28681 Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, permitiendo incorporar la venta virtual, distribución y entrega a domicilio de las bebidas alcohólicas.*

*Artículo 2. Finalidad.*

*La presente ley tiene como finalidad establecer mecanismos de control para la venta virtual, distribución y entrega a domicilio de las bebidas alcohólicas; así como frenar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.*

*Artículo 3. Modificación del Artículo 2° y 5°, de la Ley N.° 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas*

*“Artículo 2.- Ámbito de aplicación*

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.**

*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 en forma presencial o virtual a nivel nacional. (...)"*

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

*Prohíbese la venta virtual o electrónica, ambulatoria, distribución, entrega a domicilio, 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.*
- e) A personas dentro de vehículos motorizados.*
- f) En la vía pública."*

*(...)"*

#### DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

*ÚNICA. - Reglamentarias y complementarias*

*Las municipalidades en un plazo no mayor de sesenta días (60) calendarios a partir de la entrada en vigor, dictará las normas reglamentarias necesarias para la aplicación de la presente Ley; así como los filtros necesarios para impedir la entrega de bebidas alcohólicas a menores de edad."*

### III. OPINIONES E INFORMACIÓN

#### 3.1. Solicitudes y respuestas de opinión

La Comisión ha remitido solicitudes de opinión a las siguientes instituciones:

| Proyecto de Ley 4869/2022-CR                                                                |                         |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|
| Institución                                                                                 | Nro. de oficio          | Fecha      |
| Ministerio de Salud                                                                         | 2130 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Ministerio de la Producción                                                                 | 2132 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual | 2131 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| ESSALUD                                                                                     | 2133 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales                                                   | 2134 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Asociación de Municipalidades del Perú                                                      | 2135 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Municipalidad Metropolitana de Lima                                                         | 2136 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Ministerio de Economía y Finanzas                                                           | 2137 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |
| Ministerio de Educación                                                                     | 2138 - CSP/2022-2023-CR | 18-05-2025 |

| Proyecto de Ley 5518/2023-CR                                                                |                       |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|
| Institución                                                                                 | Nro. de oficio        | Fecha      |
| Ministerio de Salud                                                                         | 2581-CSP/2022-2023-CR | 21-07-2023 |
| Ministerio de Comercio Exterior y Turismo                                                   | 2595-CSP/2022-2023-CR | 21-07-2023 |
| Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual | 2594-CSP/2022-2023-CR | 21-07-2023 |

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

| Proyecto de Ley 9973/2024 -CR                                                               |                       |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|
| Institución                                                                                 | Nro. de oficio        | Fecha      |
| Ministerio de Salud                                                                         | 1561-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |
| Ministerio de Economía y Finanzas                                                           | 1562-2024-2025/CSP/CR | 21-07-2025 |
| Colegio Médico del Perú                                                                     | 1563-2024-2025/CSP/CR | 21-07-2025 |
| Universidad Nacional Mayor de San Marcos                                                    | 1564-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |
| Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas                                              | 1565-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |
| Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual | 1566-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |
| Defensoría del Pueblo                                                                       | 1567-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |
| Fundación Peruana de Cáncer                                                                 | 1568-2024-2025/CSP/CR | 21-01-2025 |

| Proyecto de Ley 10183/2024-CR                                                               |                        |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------|
| Institución                                                                                 | Nro. de oficio         | Fecha      |
| Ministerio de Salud                                                                         | 02330-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |
| Colegio Médico del Perú                                                                     | 02332-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |
| Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables                                            | 02333-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |
| Asociación Peruana de Empresarios                                                           | 02334-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |
| Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual | 02335-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |
| Defensoría del Pueblo                                                                       | 02336-2024-2025/CSP/CR | 20-02-2025 |

### 3.2. Opiniones recibidas<sup>2</sup>

Se ha recibido las siguientes opiniones sectoriales:

#### 3.2.1. Proyecto de ley 4869/2022-CR

- a) **MINISTERIO DE SALUD.** Mediante el Oficio N° D003191-2023-SG-MINSA, del 19 de julio de 2023, traslada la opinión siguiente:

*“(…) corresponde su atención al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual- INDECOPI, por ser la entidad competente en materia de publicidad; así también, se precisa que dicha opinión técnico legal no se encuentra comprendida dentro del marco de las competencias de la DIGESA, que es el órgano de línea del Ministerio de Salud, en materia de inocuidad de alimentos industrializados. Por tanto, se considera que el mismo debe ser reevaluado considerando lo señalado en el presente informe”.*

- b) **SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS.** Según Carta Nro. 324-2023-SIN-PRES, del 28 de junio de 2023, opina lo siguiente:

*“No estar de acuerdo con negar el ingreso a mujeres en evidente estado de gestación, en aquellos lugares cuyo giro principal sea la venta de bebidas alcohólicas. Consideramos que esta medida va en contra de los derechos fundamentales de la persona expuestos en los numerales 11 y 12 del artículo 2° de la Constitución Política de nuestro país.*

<sup>2</sup> Cuando corresponde, se reproduce textualmente el contenido de las opiniones, a fin de garantizar la integridad de los pronunciamientos.

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*Respecto al rotulado de empaques y etiquetas. Es necesario precisar que el Comité Técnico de Normalización de Bebidas Alcohólicas aprobó en el 2021 la Norma Técnica Peruana (NTP) 210.027-2021 Bebidas Alcohólicas Rotulado. En dicha NTP se exponen las advertencias que deben incluirse en el rotulado de las bebidas alcohólicas, las cuales coinciden con las advertencias señaladas en el PL en cuestión. Los principales productores de bebidas alcohólicas a nivel nacional vienen implementando progresivamente lo expuesto en la NTP 210.027-2021 (...).*

*No estamos de acuerdo con declarar la cuarta semana de agosto de cada año, como "Semana del embarazo libre del consumo de alcohol".*

*Finalmente, señala que debería ser archivado conforme los fundamentos expuestos.*

- c) **INDECOPI.** *Mediante el Oficio 000193-2023-GEG/INDECOPI, del 2 de junio de 2023, señala que se observa que las medidas propuestas están relacionadas a modificar diversas disposiciones contenidas en la Ley así como incorporar nuevas disposiciones a dicha norma, a efectos de prohibir a los establecimientos comerciales en general el expendio de bebidas alcohólicas a mujeres en evidente estado de gestación y la inclusión en sus anuncios publicitarios y en los rotulados de tales productos de mensajes destinados a desincentivar la ingesta de bebidas alcohólicas por las mujeres embarazadas; razón por la cual dicho proyecto no contiene aspectos vinculados directamente a materias de consumo sino a prohibiciones de venta de bebidas alcohólicas a un segmento de consumidores y restricciones a la publicidad de tales productos. Por lo tanto, desde el punto de vista de la función del INDECOPI de protección de los derechos de los consumidores, no corresponde emitir la opinión solicitada sobre el Proyecto de Ley; sin perjuicio de la evaluación del mismo desde el punto de vista de las normas que regulan la actividad publicitaria.*

*Añade “Que que la opinión solicitada está relacionada a definir las políticas de salud, a cargo del Ministerio de Salud, en el sentido de prohibir la venta de bebidas alcohólicas a un segmento de consumidores y restricciones a la publicidad de tales productos; por lo que la evaluación de la misma no se encuentra dentro de las competencias legalmente asignadas a la CCD y a su Secretaría Técnica. Por tanto, no corresponde al INDECOPI emitir una opinión respecto a aspectos relacionados con políticas públicas de competencia del Ministerio de Salud, sin perjuicio de la necesidad de reformular la Exposición de Motivos para adecuar la misma a las disposiciones en materia de mejora de la calidad regulatoria.”*

- d) **MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO.** *Mediante el Oficio N° 002949-2023-MTPE/4, del 24 de noviembre del 2023, traslada la opinión de EsSalud, concluyendo que el indicado proyecto de ley es viable con observaciones. Señala que:*
- a) *No existe una Ley que prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a gestantes, por lo tanto, este proyecto de Ley es de interés para la salud pública, especialmente porque el alcohol atraviesa la barrera placentaria y puede ocasionar resultados negativos como aborto espontáneo, peso bajo al nacer y nacimiento prematuro; además, de distintos trastornos fetales que son irreversibles.*
- b) *De otro lado, sugieren que la venta de bebidas alcohólicas se realice en forma presencial, para el adecuado control y logro de objetivos; y que se incluya a las Instituciones Privadas de Salud, a la sociedad Civil Organizada, Organizaciones*

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*No Gubernamentales entre otras, para que prioricen programas de prevención que minimicen los daños que ocasiona el alcohol en las diferentes etapas de vida, en el marco de lo acordado por las 28a, 32a y 36ª Asambleas Mundiales de la Organización Panamericana de la Salud (OMS).”*

*Asimismo, la Oficina de Asesoría Jurídica del MTPE considera que la propuesta corresponde al ámbito de la salud pública, por lo que no versa sobre temas de competencia del MTPE, razón por la cual no corresponde emitir opinión*

- e) **MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN.** Mediante el Oficio N° 00000217-2023-PRODUCE/DM, del 15 de noviembre de 2023, señala que:

*El Proyecto de Ley contiene aspectos sobre rotulados de empaques y etiquetas, anuncios publicitarios, campañas de prevención, entre otros, los cuales no forman parte de las funciones y competencias del Sector Producción. Podría tener impacto económico en las MYPE, ya que el uso de advertencias publicitarias impresas en algún producto podría significar un costo adicional para las empresas. Por lo que se observa que, de aprobarse el Proyecto de Ley, la implementación de las medidas propuestas, se realicen paulatinamente teniendo en cuenta los costos logísticos que podrían generarse.*

- f) **OPINIONES CIUDADANAS REGISTRADAS.** Al 5 de junio de 2026, no se han registrado opiniones ciudadanas en el portal institucional del Congreso de la República.

### 3.2.2. Proyecto de ley 5518/2023-CR

- a) **MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.** Mediante el Oficio 725-2023/MINCETUR-DM, de fecha 28 de agosto de 2023, observa que la modificación del artículo 10 de la Ley N° 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas no se encuentra relacionada con las competencias de este Viceministerio (...) por lo que, no corresponde emitir opinión.

- b) **SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS.** Mediante Carta 422-2023-SNI-PRES, de fecha 4 de setiembre de 2023, comunica la opinión del Comité de la Industria Vitivinícola, Comité de Fabricantes de Cerveza y Comité de Destilados, en el siguiente sentido:

*Que como industria responsable somos conscientes y es por ello que las etiquetas de nuestros productos incluyen la frase "TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO"; del mismo modo, a lo largo del tiempo hemos venido desarrollando diversas campañas para sensibilizar a la población y saludamos que el Estado tenga el interés de promoverlas; sin embargo, nos preocupa sobremanera que las mismas estén orientadas al consumo de bebidas alcohólicas en general, sin que se haga un énfasis especial respecto al consumo de alcohol adulterado, que en cualquier proporción es dañino para la salud.*

*(...)*

*Por lo mencionado, consideramos que la aprobación de este proyecto de ley*

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*no tendría ningún impacto en beneficio de la población, expuesta a un significativo mercado informal de bebidas alcohólicas, y exhortamos a que todos los esfuerzos de las autoridades sobre campañas de educación y prevención tengan como prioridad el consumo de bebidas alcohólicas adulteradas.*

- c) **INDECOPI.** Mediante el OFICIO N° 000002-2024-GEG/INDECOPI, de fecha 4 de enero de 2024, traslada la opinión siguiente:

*"(...) no corresponde pronunciarse sobre la viabilidad del Proyecto de Ley en tanto la materia que se busca regular no se vincula con aspectos propios o vinculados con nuestras competencias funcionales, sin perjuicio de lo cual, se emiten algunos comentarios y sugerencias para la mejora de la propuesta normativa:*

*Esta Oficina concluye lo siguiente:*

- 1. Las campañas de prevención y concientización a las que se refiere el Proyecto no están comprendidas dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; razón por la cual, desde el punto de vista de las funciones asignadas al INDECOPI en materia de defensa de la leal competencia y supervisión de la publicidad comercial, no corresponde emitir una opinión sobre el Proyecto.*
- 2. Las disposiciones contenidas en el Proyecto no están relacionadas directamente con el acceso de los consumidores y usuarios a productos o servicios o al ejercicio de sus derechos en el marco de una relación de consumo, por lo que tampoco corresponde emitir una opinión desde el punto de vista de las competencias institucionales en esta materia.*
- 3. La Exposición de Motivos del Proyecto contiene una serie de deficiencias que hacen necesario un mayor estudio que permita al legislador contar con la evidencia suficiente para sustentar la existencia del problema público que se pretende solucionar, identificando sus causas, así como la mejor alternativa de solución".*

- d) **MINISTERIO DE EDUCACIÓN<sup>3</sup>.** Con oficio 04114-2023-MINEDU/SG, del 13 de octubre de 2023, manifiesta encontrar el proyecto viable con observaciones. Alcanza propuesta de redacción en los siguientes términos:

"Artículo 10.- Campañas de prevención

10.1 Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los sectores competentes, gobiernos regionales y gobiernos locales respectivos, desarrollarán a nivel nacional campañas educativas integrales de prevención y concientización, según las competencias de cada uno, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares.

10.2 Tales campañas de concientización deben ser permanentes, de acuerdo

<sup>3</sup> Opinión recibida por la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos. En: <https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal-service/archivo/MTM1Njk5/pdf>

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

con las competencias de cada sector, y de acuerdo a la disponibilidad presupuestaria de cada entidad.”

- e) **OPINIONES CIUDADANAS REGISTRADAS.** Al 5 de junio de 2026, no se registran opiniones ciudadanas en el portal institucional del Congreso de la República.

### 3.2.3. Proyecto de ley 9973/2024-CR

- a) **DEFENSORÍA DEL PUEBLO.** Mediante el Oficio 0137-2025-DP/DA, del 12 de marzo de 2025, manifiesta su opinión FAVORABLE por las siguientes razones:

*“1. La propuesta legislativa está en línea con los compromisos del Perú en materia de salud pública y derechos humanos, especialmente en lo que respecta a la protección de la salud de los consumidores frente a los riesgos asociados al consumo de alcohol. La medida refleja el derecho de la población a estar informada sobre los peligros del consumo de alcohol, lo que contribuirá a la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores.*

*2. La propuesta legislativa cumple con las recomendaciones de organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), que promueven políticas de reducción de los riesgos del alcohol, incluida la advertencia sobre los peligros para la salud, especialmente el cáncer. Esto coloca al Perú dentro del marco global de salud pública y control de alcohol.*

*3. La iniciativa legislativa tiene un alto potencial para reducir el consumo excesivo de alcohol y, con ello, disminuir la incidencia de enfermedades asociadas, como diversos tipos de cáncer. Sin embargo, su efectividad dependerá en gran medida de la estrategia de implementación, incluida la educación y sensibilización de la población.*

*4. La implementación exitosa del etiquetado enfrenta varios desafíos, como la resistencia de la industria de bebidas alcohólicas, los costos asociados a la adaptación de envases y etiquetas, y la posible falta de conocimiento o aceptación por parte de los consumidores. Estos factores deberán ser gestionados adecuadamente para garantizar la efectividad de la ley.*

*5. A través de esta legislación, el Perú podrá avanzar en la sensibilización de la población sobre los riesgos del alcohol, fomentando una cultura de consumo responsable y consciente. Además, la medida podría incentivar la discusión pública sobre la salud y el consumo de alcohol, contribuyendo a cambios sociales a largo plazo”.*

- b) **MINISTERIO DE SALUD. INSTITUTO NACIONAL DE ENFERMEDADES NEOPLÁSICAS.** Mediante el Oficio N°07 02025-JINEN, del 26 de febrero de 2025, manifiesta a través de la Dirección de Control del Cáncer, de acuerdo a sus funciones y a lo solicitado, ha procedido con la revisión y el análisis del proyecto de Ley N° 9973/2024-CR, señala que “(...) el alcohol es responsable del 31.6% de los casos de cáncer de esófago, 22.0% de faringe,

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*20.2% de labios y cavidad oral, 17.3% de hígado, 15.0% de laringe, 8.4% de colorrectal y 4.4% de mama.*

*Reducir o cesar el consumo de alcohol puede disminuir el riesgo de cáncer. La implementación del etiquetado en productos alcohólicos es una estrategia basada en evidencia para modificar patrones de consumo, reducir la carga de enfermedades asociadas al alcohol y fortalecer el derecho de los consumidores a estar informados.*

*No está comprendida en la exposición de motivos, por qué incluir la advertencia "Tomar bebidas alcohólicas en exceso aumenta el riesgo de desarrollo de diversas enfermedades, incluidos ciertos tipos de cáncer", sería la medida más adecuada frente a otras opciones regulatorias o no regulatorias, lo que resulta relevante considerando que el etiquetado actual ya advierte sobre los efectos perjudiciales del consumo de alcohol.*

*La introducción de etiquetas con advertencias sobre el cáncer y guías de consumo seguro reduce las ventas de alcohol tras su implementación. La contribución de la presente propuesta de ley es de suma importancia, Y consideramos que debe reconocerse al alcohol como factor de riesgo para el desarrollo de diferentes neoplasias.*

**c) CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA.** Mediante la Carta P/334.06.2025/DNPACG, del 23 de junio de 2025 manifiesta:

*“Del análisis al Dictamen recaído en el Proyecto de Ley N° 9973/2024-CR y otros, que propone incorporar la frase “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS ES DAÑINO PARA LA SALUD. LAS BEBIDAS DE ALTO GRADO ALCOHÓLICO GENERA UN MAYOR IMPACTO NOCIVO” en los rotulados y etiquetados de este tipo de bebidas, corresponde emitir nuestra opinión en contra de la propuesta legislativa, en tanto: (i) vulnera normas nacionales que regulan el derecho del consumidor a una información veraz y neutra; (ii) no se encuentra armonizada con la normativa internacional aplicada al comercio internacional (Comunidad Andina y la Organización Mundial del Comercio) y vulneraría lo estipulado en el Decreto Legislativo N°1212, que prohíbe la imposición de barreras ilegales y/o carentes de razonabilidad por parte de las entidades del Estado; (iii) no se advierte un análisis exhaustivo sobre los impactos de la medida propuesta, sobre todo en el mercado nacional; y, (iv) no se han evaluado que existen medidas más efectivas para informar sobre el consumo responsable y prevenir el consumo de bebidas alcohólicas dañinas para la salud (adulteradas)”.*

**d) MINISTERIO DE SALUD<sup>4</sup>,** mediante el Oficio D000383-2025-DM-MINSA, del 13 de febrero de 2025, propone recomendaciones para, en primer término, *no solo asociar la bebida al cáncer sino ser regulado de una manera integral para contribuir al cuidado de la salud.* Así también, sobre el artículo 2, *sugiere se considere el ámbito de aplicación principalmente por el tema de*

<sup>4</sup> Opinión remitida a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos.

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*etiquetado y normas de publicidad.* Adicionalmente, hace sugerencias de redacción respecto de los artículos 7, 8 y Disposiciones Complementarias.

Finalmente, considera su reevaluación conforme a las observaciones.

- f) **OPINIONES CIUDADANAS REGISTRADAS.** Al 5 de junio de 2026, no se registran opiniones ciudadanas en el portal institucional del Congreso de la República.

### 3.2.4. Proyecto de ley 10183/2024-CR

- a) **SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS.** Mediante Carta 005-2025-SNI-CIV, de fecha 28 de febrero de 2025, comunica la opinión:

*“...estamos totalmente de acuerdo en salvaguardar la salud de los ciudadanos menores de edad; no obstante, en virtud de esta propuesta, consideramos necesario realizar una modificación adicional a este artículo, en lo relacionado a la prohibición de la venta en la vía pública.*

Proponen se agregue, en el literal f): *En la vía pública, con excepción de las actividades promocionales organizadas por autoridades municipales o de similar índole.*

*Asimismo, reitera considerar “la ingesta de alcohol ilegal, como el adulterado”, como observaciones principales.*

- b) **MINISTERIO DE SALUD.** Mediante el Oficio N° D000591-2025-DM-MINSA, del 11 de marzo de 2025, opina:

*(...) La propuesta de modificación de los artículos 2 y 5 de la Ley N° 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, a efectos de establecer de forma expresa que la comercialización de bebidas alcohólicas pueda ser tanto presencial como virtual (entregas por delivery), no aporta un valor agregado a la Ley vigente, pues ésta ya estaría regulando de manera genérica la comercialización de bebidas alcohólicas (que abarcaría la venta presencial o virtual con entregas por delivery), así como los supuestos de prohibiciones a la venta, distribución o suministro de bebidas alcohólicas (que incluye, entre otras, a menores de 18 años).*

*En ese sentido, a fin de reforzar las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, en la preservación de la salud pública, se sugiere se regulen mayores restricciones en la venta de bebidas alcohólicas que se efectúen por delivery, a fin de evitar que puedan llegar a menores de edad, permitiendo proteger así a la población infantil y adolescente del consumo de alcohol y los daños que este ocasiona.*

*Por tanto, sugiere que el mismo sea reevaluado tomando en consideración los comentarios señalados en el presente Informe.*

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

- c) **DEFENSORÍA DEL PUEBLO.** Mediante el Oficio n.º 0156-2025-DP/DA, del 20 de marzo de 2025, manifiesta:

*“Que la propuesta legislativa podría ser viable, siempre y cuando se tenga en consideración un enfoque integral que incluye un régimen sancionador claro con multas específicas, el fomento de alianzas tecnológicas para desarrollar sistemas de verificación de edad, campañas de educación preventiva lideradas por entidades como el Ministerio de Salud, así como la creación de un sistema de monitoreo constante para evaluar la efectividad de las medidas implementadas por las municipalidades”.*

- d) **INDECOPI.** Mediante el OFICIO N° 000165-2025-PRE/INDECOPI, de fecha 27 de marzo de 2025, opina lo siguiente:

*“(…) corresponde señalar que, si bien la medida involucra una medida positiva para la salud de los menores edad prohibiendo su acceso al consumo de bebidas alcohólicas a través compras físicas y virtuales, no corresponde al Indecopi determinar su viabilidad en atención a las competencias que esta entidad tiene asignadas.*

*Así pues, la competencia del Indecopi en el marco de la Ley 28681 ha sido delimitada a la vigilancia de las disposiciones sobre publicidad y rotulado de conformidad con lo dispuesto en el Código el cual establece que es la autoridad competente para fiscalizar el cumplimiento de la información de los productos manufacturados, de acuerdo a lo establecido en la norma sectorial correspondiente, cuando los productos se encuentren a disposición de los consumidores o expeditos para su distribución en los puntos finales de venta. Adicionalmente la Ley N° 28681 ha precisado que serán las municipalidades las que se encargarán de la calificación de las infracciones y el procedimiento para aplicar las sanciones correspondientes contra aquellas personas mayores de 18 años que faciliten el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad.*

*Por lo antes expuesto, no es la autoridad competente para opinar sobre la viabilidad del Proyecto de Ley”.*

- e) **MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES.** Mediante el Oficio N° D000666-2025-MIMP-SG, del 28 de marzo de 2025, expresa opinión favorable con observaciones.

*Señala que la propuesta debe detallar de manera específica cuáles son los mecanismos de control que se deberán tener en cuenta para frenar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, regulación de la publicidad y la educación en las instituciones educativas y la comunidad.*

*El texto normativo debe considerar dichos mecanismos y filtros que correspondan de manera detallada, para garantizar el cumplimiento de la ley, ya que de lo contrario no podría visibilizarse su efectividad de disponer la referida prohibición.*

*Debe tenerse presente que los avances tecnológicos traen consigo una serie de desafíos y control por adoptarse dentro de nuestra legislación nacional para el proceso de regulación en torno a la adquisición de bebidas alcohólicas, a través de medios virtuales o electrónicos, pues no solo basta considerar de manera expresa*

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

*dicha prohibición, se tiene que establecer claramente el uso de los sistemas de verificación de compras, políticas de privacidad de las plataformas virtuales, uso de datos biométricos u otros que se consideraren de gran importancia.*

*En ese sentido, debe establecerse un procedimiento específico en el cual determine eficazmente la acción del Estado y de los organismos reguladores encargados de la prohibición, verificación y sanción en caso se expidan bebidas alcohólicas a menores de edad, por lo que se recomienda su revisión.*

- f) CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA.** Mediante la Carta P/343.06.2025/DNPACG, del 26 de junio de 2025, expresa la siguiente opinión:

*Que actualmente se cuenta con una prohibición expresa de venta y comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, que incluye la obligación de las empresas o tiendas dedicadas a la venta de este producto de contar con parámetros de restricción para la entrega detallada de los productos en sus términos y condiciones.*

*(...) se debe reconocer la complejidad que supone la implementación de filtros para identificar la mayoría de edad mediante mecanismos virtuales o electrónicos.*

*(...) al contrario de los beneficios perseguidos, el proyecto de ley puede generar impactos negativos, tales como: (i) incremento de los costos adicionales en clara afectación de las empresas del sector, principalmente mypes; (ii) riesgos de seguridad sobre la información sensible de la población peruana; e, (iii) incremento de la informalidad y el consumo clandestino y de contrabando.*

*(...) el proyecto de ley no ha realizado un análisis profundo sobre el impacto económico que se generaría para las tiendas y aplicativos que ofrecen servicios de delivery.*

*De la revisión al Proyecto de Ley N° 10183/2024-CR, corresponde emitir nuestras observaciones, en tanto: (i) la propuesta se encuentra regulada por la normativa vigente; y, (ii) no atiende la complejidad, los costos y los riesgos, que involucra la implementación de filtros para impedir la entrega de bebidas alcohólicas a menores de edad.*

- g) COLEGIO MÉDICO DEL PERÚ.** Mediante la Carta N° 4503-D-CMP-2025, del 28 de marzo de 2025, traslada su opinión:

*“Se considera que esta iniciativa legislativa en parte contribuye con el problema público que se pretende abordar; por tanto, se recomienda que el Colegio Médico del Perú emita opinión institucional a favor de la citada iniciativa legislativa, con recomendaciones.*

- h) OPINIONES CIUDADANAS REGISTRADAS.** Al 5 de junio de 2026, no se registran opiniones ciudadanas en el portal institucional del Congreso de la República.

#### IV. MARCO NORMATIVO

- Constitución Política del Perú.
- Reglamento del Congreso de la República.
- Ley 26842, Ley General de Salud, y modificatorias.
- Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
- Ley 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas.
- Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- Ley 29632, Ley para erradicar la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas informales, adulteradas o no aptas para el consumo humano.

#### V. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

##### 5.1. Marco legal

El texto constitucional subraya la primacía de la persona humana y su dignidad como fin supremo de la sociedad y del Estado. En este marco, el **derecho a la salud** es reconocido como un derecho fundamental, según el **artículo 7**, derecho que abarca tanto el acceso a condiciones de salubridad como a una atención médica oportuna y apropiada.

La Constitución establece el **marco de responsabilidad estatal** en materia de salud. El **artículo 9** faculta al Poder Ejecutivo para normar y supervisar la Política Nacional de Salud, mientras que el **artículo 65** refuerza esta función al disponer que el Estado debe proteger a los consumidores y usuarios, garantizando su derecho a la información y de manera crucial, su salud y seguridad.

Las disposiciones constitucionales se encuentran en armonía con lo señalado por la **Organización Mundial de la Salud (OMS)**, que enfatiza que dentro del derecho a la salud se hallan contenidos otros derechos, tales como:

- El acceso a la prevención y el tratamiento de las enfermedades, y la lucha contra ellas;
- El acceso a los medicamentos esenciales;
- La salud materna, infantil y reproductiva;
- El acceso igual y oportuno a los servicios de salud básicos;
- **El acceso a la educación y la información sobre cuestiones relacionadas con la salud;**
- La participación de la población en el proceso de adopción de decisiones en cuestiones relacionadas con la salud a nivel comunitario nacional.<sup>5</sup>

Los artículos I, II y IV del Título Preliminar de la Ley 26842, **Ley General de Salud (LGS)**, establecen que la salud es condición indispensable del desarrollo humano y medio fundamental para alcanzar el bienestar individual y colectivo, su protección es de interés público, siendo responsabilidad del Estado regularla

<sup>5</sup> Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. El derecho a la salud. Folleto informativo N° 31 p.4.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

y vigilarla. El artículo 5 de la citada Ley, modificado por la Ley 29907, Ley para la prevención y el tratamiento de la ludopatía en las salas de juegos de casino y máquinas tragamonedas, señala que toda persona tiene derecho a ser debida y oportunamente informada por la Autoridad de Salud sobre medidas y prácticas de higiene, dieta adecuada, salud mental, salud reproductiva, enfermedades transmisibles, enfermedades crónicas degenerativas, diagnóstico precoz de enfermedades y demás acciones conducentes a la promoción de estilos de vida saludable. Tiene derecho a recibir información sobre los riesgos que ocasiona el tabaquismo, el alcoholismo, la drogadicción, la ludopatía, la violencia y los accidentes.

El Estado, a través del Ministerio de Salud, conduce la **Política Nacional Multisectorial de Salud al 2030** "Perú, País Saludable", la misma que fue aprobada mediante Decreto Supremo 026-2020-SA; en ella se señala que entre sus objetivos prioritarios se encuentran mejorar los hábitos, conductas y estilos de vida saludables de la población. Combatir los efectos del alcoholismo, es uno de ellos, así como promover estilos de vida saludable de forma sostenible.

La **Ley 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas**, además de establecer el marco normativo para la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, crea mecanismos de control para frenar la venta de alcohol a menores de edad, tanto presencial como virtualmente. Su finalidad es proteger a la infancia y adolescencia de los efectos negativos del consumo de alcohol, además de prevenir la desintegración de la familia y los riesgos para terceros. Complementariamente, mediante el Decreto Supremo 012-2009-SA que reglamenta la Ley 28681 se establecen las infracciones y el procedimiento sancionador aplicables a las infracciones establecidas en la ley.

Considerando su relevancia, reproducimos la cita contenida en la resolución en la cual el Tribunal Constitucional se pronuncia sobre el consumo de alcohol, mencionando sus consecuencias e impactos en la salud y en la sociedad:

"6. El alcohol no es una "mercancía ordinaria". En palabras de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el alcohol es una droga con efectos tóxicos, que engloba otros peligros intrínsecos, como la intoxicación y la dependencia, "Si se consume en exceso, el alcohol puede causar la muerte, enfermedades crónicas, accidentes, lesiones y numerosos problemas sociales" [OPS. Alcohol y salud pública en las Américas, Washington, 2007, p. 21]. Por ejemplo, el consumo de bebidas alcohólicas "puede reducir el autocontrol, la capacidad de procesar información entrante y la evaluación de riesgos. También puede incrementar la susceptibilidad e impulsividad emocional, haciendo que ciertos bebedores sean más propensos a recurrir a la violencia en una confrontación y ser menos capaces de negociar una resolución no-violenta del conflicto" [OPS. Alcohol y salud pública en las América, Washington, 2007, p. 14].

7. La preocupación por los problemas ocasionados por el consumo de bebidas alcohólicas es justificada, más aún cuando dentro del universo de drogas lícitas e ilícitas, el alcohol es la droga lícita más consumida de todas [Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas. Elementos orientadores para las políticas públicas sobre drogas en la subregión, Lima, abril 2008, p. 68].

8. A propósito de ello, la Secretaría de la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha determinado que el uso nocivo del alcohol está asociado a fenómenos como la violencia (familiar, conyugal, maltrato de menores), accidentes de tránsito, ebriedad pública, desempleo o absentismo laboral, y acarrea altos costos sanitarios para la sociedad, siendo afectados con mayor dureza los grupos sociales menos favorecidos. De igual forma advierte sobre la relación entre la infección de enfermedades de transmisión sexual y el consumo nocivo de alcohol, ya que éste va asociado a conductas sexuales arriesgadas [OMS. 61ª Asamblea Mundial de la Salud. Punto 11.10 del orden del día provisional. Estrategias para reducir el uso nocivo del alcohol. A61/13, 20 de marzo de 2008].”<sup>6</sup>

## 5.2. Protección que plantean las iniciativas legislativas

Las iniciativas legislativas plantean incidir en la obligación del Estado de contribuir, mediante diversas medidas y desde distintas esferas, con la promoción y prevención de la salud. Esta protección debe materializarse a través de políticas públicas de protección destinadas a la población para que a través de adecuada información pueda tomar decisiones responsables en los asuntos que puedan incidir en su salud.

Respecto de los riesgos del alcoholismo comprobados por el gremio médico pueden mencionarse los siguientes:

- En la salud mental: El consumo excesivo del alcohol produce que casos de depresión se vean agudizados, de igual manera, la ansiedad que en conjunto va a producir en las personas cuadros de estrés graves.
- En la salud física: Aumenta el riesgo de contraer enfermedades cardíacas, cirrosis y otras, así como lesiones en el sistema nervioso, corazón, hígado y páncreas.
- Para terceros: En general constituye un peligro latente la convivencia con personas que consuman alcohol en exceso. Por ello se encuentra asociado a un mayor riesgo de accidentes, violencia y hasta una elevada tasa de suicidios, motivados por el alcoholismo.

En esta materia, para normar la información necesaria que acompañe la toma de decisiones sobre el consumo de bebidas alcohólicas, la Ley 28681 contiene un conjunto de regulaciones cuyo propósito es mitigar el daño que pueda producir en la salud el consumo excesivo de dichas bebidas. Es en este marco legal que los proyectos en estudio circunscriben su incidencia.

## 5.3. Sobre la utilización de campañas de prevención

Tanto el Ministerio de Salud como los gobiernos subnacionales hacen uso de las campañas de prevención como iniciativas, en el ámbito de la promoción de la salud, para crear conciencia y promover acciones que lleven a evitar enfermedades y mejorar el bienestar de la población. Generalmente, estas campañas comprenden la vacunación, promoción de la salud, chequeos

<sup>6</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el expediente 0850-2008-PA/TC.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

médicos gratuitos dirigidos a un público objetivo (niñas, niños, embarazadas, adultos mayores) o también al público en general.

Existe, dentro de la política del sector salud, la Semana Nacional de la Prevención que incluye la promoción de estilos de vida saludables y el control de enfermedades como la Diabetes, Hepatitis B, Cáncer, entre otras. Como ejemplo, se puede citar las siguientes campañas de prevención:

- **Semana Nacional de la Prevención:**

Lema: "Prevenir es vivir, chequeáte hoy, mañana y siempre".

Incluye servicios de chequeo médico gratuito y consejería en salud.

- **Campañas contra el Cáncer:**

Se ofrece mamografías gratuitas para mujeres entre 40 y 69 años y tamizaje de VPH para mujeres entre 25 y 64 años, como la campaña por el Día de la Madre.

- **Campaña contra la Hepatitis B:**

El personal de la salud mediante charlas y exposiciones sensibiliza sobre la enfermedad, promueve la vacunación, el diagnóstico temprano y el seguimiento del tratamiento, especialmente para jóvenes y gestantes.

- **Campaña de Salud Mental:**

Ofrece atención a adultos y adultos mayores sobre temas de demencia y el deterioro cognitivo.

- **Otras campañas de vacunación:**

Atiende la Hepatitis B, Neumococo, Influenza. También se desarrollan campañas de vacuna antirrábica (VANCAN).

- **Campaña del Día Mundial sin Alcohol.**

Estas actividades sirven de marco para la realización de las **campañas de prevención y concientización** sobre el consumo de bebidas alcohólicas y sus consecuencias, conforme plantean las iniciativas legislativas.

Entre las razones que sustentan la necesidad de la medida planteada se encuentran: i) fomento del cuidado de la vida y la salud de manera constante, ii) se identifica plenamente el potencial daño que ocasiona el consumo excesivo de bebidas alcohólicas, iii) se identifican las enfermedades producto de este flagelo para su atención temprana, iv) se promueve la búsqueda personal de ayuda para su atención.

Cabe precisar que el Ministerio de Salud<sup>7</sup>, en el marco del Día Mundial sin Alcohol, que se conmemora el 15 de noviembre de cada año, llevó a cabo en noviembre de 2024 actividades para “brindar información para la prevención del uso, abuso y consumo de alcohol en adolescentes, jóvenes, mujeres y otros grupos en riesgo, así como de romper mitos relacionados al alcohol.” Entre las consideraciones que justifican las campañas de prevención tenemos que “Los establecimientos de salud del Ministerio de Salud (Minsa) atendieron 43 207 casos de trastornos por consumo de alcohol durante el 2024, lo que constituye un incremento del 9.4 %, comparado con el año anterior. De la cifra total, el 76

<sup>7</sup> Según información publicada en <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1058875-establecimientos-de-minsa-atendieron-mas-de-43-000-casos-por-consumo-de-alcohol-durante-el-2024>

% corresponde a varones y el 24 % a mujeres, siendo los principales grupos etarios atendidos: adultos (21 007), jóvenes (11 328) y adolescentes (6073). En tanto, los departamentos de Cusco, Arequipa, La Libertad, Ayacucho y Junín son los que presentan mayor número de casos atendidos.”

#### 5.4. Fundamento de las medidas en relación con las restricciones de venta a las mujeres gestantes

Según la información oficial de la Organización Mundial de la Salud<sup>8</sup>, el consumo de **alcohol** sigue teniendo un rol protagónico en el estado de **crisis de la salud mundial**, cobrando millones de vidas cada año a pesar de que los riesgos están documentados, y que la mayoría de los países han adoptado algunas medidas para mitigar los efectos adversos por su consumo.

El etanol, la sustancia psicoactiva y tóxica de las bebidas, crea dependencia y está detrás de **2,6 millones de muertes en 2019**. La mortalidad en hombres de 2 millones frente a 0,6 millones en mujeres, y afecta especialmente a los **jóvenes de 20 a 39 años**, quienes concentraron el 13% de estas muertes<sup>9</sup>.

A pesar de que el consumo de alcohol es generalizado, uno de los principales escollos para la atención de la salud de las personas con problemas de salud, debido al consumo excesivo de esta sustancia, es el que el **acceso al tratamiento especializado es muy bajo**: la mayoría de los países carecen de regulaciones para proteger la confidencialidad de los pacientes, y solo una fracción mínima (entre menos del 1% y el 14%) de las personas con trastornos recibe atención.

Siendo la situación descrita el panorama generalizado a nivel mundial, tratándose de mujeres en estado gestacional se debe atender aspectos especialmente relevantes. Cuando la **mujer embarazada consume alcohol**, este pasa directamente de la sangre materna a la **sangre, tejidos y órganos del bebé**<sup>10</sup>. El cuerpo del bebé procesa el alcohol **mucho más despacio** que el de un adulto. Como resultado, la concentración de alcohol en la sangre del bebé permanece alta durante un período de tiempo significativamente **más largo** que en la madre. Esta exposición prolongada es profundamente dañina y puede provocar **daños permanentes e irreparables**.

En efecto, el consumo elevado de alcohol durante la gestación puede causar un conjunto de defectos de nacimiento conocidos como el **Síndrome de Alcoholismo Fetal (SAF)**. Los problemas de salud derivados del SAF son permanentes, y pueden incluir:

- Problemas neurológicos y de comportamiento: Dificultades de atención, hiperactividad, problemas con el equilibrio, el movimiento y el tono muscular.
- Deterioro cognitivo: Problemas de aprendizaje, dificultades con el pensamiento y el habla.

<sup>8</sup> En: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>

<sup>9</sup> Ídem.

<sup>10</sup> En: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/007454.htm>

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

- Anomalías físicas: Crecimiento deficiente (antes y después del nacimiento), cambios en la forma facial y defectos cardíacos.  
Complicaciones Adicionales Graves  
Además del SAF, el consumo de alcohol en el embarazo incrementa el riesgo de complicaciones serias, incluyendo:
  - Aborto espontáneo o muerte infantil.
  - Parto prematuro.
  - Parálisis cerebral.

En el Perú, no existen cifras oficiales ni estudios de prevalencia actualizados y consolidados que determinen la incidencia exacta del Síndrome de Alcoholismo Fetal (SAF) o de los Trastornos del Espectro Alcohólico Fetal (TEAF). A ello debe agregarse que la posibilidad de diagnosticar el SAF requiere la confirmación de la exposición prenatal al alcohol y la evaluación de un conjunto complejo de síntomas físicos, neurológicos y del desarrollo.

La comisión, al efectuar el estudio de las iniciativas, no ha podido identificar estudios que permitan establecer la prevalencia en el país. Información del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, del 1997<sup>11</sup>, señalaba que 46.7 % de la población consumía alcohol, y que casi el 90 % de la población lo había consumido por lo menos una vez.

Los datos señalados precedentemente no permiten acercarnos a una real evaluación del riesgo potencial, no solo porque se trata de cifras desactualizadas, sino también porque no se distingue el consumo diferenciado por sexo. Referencialmente se puede señalar que la prevalencia estimada de SAF en Estados Unidos y Europa es de 1 a 1.9 por cada mil nacidos vivos. De allí que la **recomendación general es la total abstinencia del consumo de alcohol por la madre gestante.**

## 5.5. Texto sustitutorio

La Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos aprobó el 3 de junio de 2025 el dictamen de los proyectos de ley 9973/2024-CR, 10183/2024-CR (ambos materia del presente dictamen) y del proyecto de ley 10486/2024-CR. El dictamen propone la Ley que modifica la Ley 28681 —Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas— para desincentivar el consumo de alcohol.

Entre otras disposiciones, el dictamen contiene regulaciones sobre aspectos de publicidad. En ese sentido, siendo dicho grupo de trabajo especializado y competente en materia de publicidad, el presente dictamen recoge los extremos dictaminados en las materias de competencia de dicha comisión, atendiendo a su especialidad, y se pronuncia en las materias de competencia propia de la Comisión de Salud y Población que se consideran viables.

<sup>11</sup> INEI: PERU - ESTADISTICA DE PRODUCCION, TRAFICO Y CONSUMO DE DROGAS, 1996 – 97. En: <https://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0053/IND.htm>

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

En la sexta sesión ordinaria de la comisión, llevada a cabo el 7 de octubre de 2025, se inició el debate del dictamen. En ese contexto, intervino el congresista Bustamante Donayre, quien señaló estar de acuerdo con que se incluya en la parte de prohibición del alcohol la venta por canales virtuales, que esto no tamiza si el comprador es un menor de edad, y que se incluya esta frase en el artículo 8.4.

Asimismo, propuso las siguientes modificaciones:

- Se sustituya el artículo 2 por la siguiente frase: “La presente Ley se aplica a toda persona natural o jurídica que fabrique, comercialice, distribuya, suministre o consuma bebidas alcohólicas en todo el territorio nacional, el cambio sería “incluidos canales virtuales, plataformas digitales y entrega a domicilio. Los sujetos obligados deben implementar mecanismos de verificación de mayoría de edad en la compra y en la entrega conforme al reglamento de la presente Ley”.
- Artículo 5, inciso a) debe decir a menores de 18 años la venta por cualquier canal incluido el virtual o entrega a domicilio, el reglamento establecerá los procedimientos mínimos de verificación de edad, incluyendo validación de identidad por parte del receptor al momento de la entrega.
- Sobre la prohibición para las mujeres gestantes dijo, no está de acuerdo con la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a mujeres embarazadas, porque ellas son adultas, y libres de decidir que consumen y que no, lo que se debería de hacer es una campaña comunicacional activa para que ellas no beban el alcohol (pidió que esto se retire).
- Artículo 7 del etiquetado y rotulado, dijo que esto ya está regulado, existen normas técnicas, porque al poner la frase: “Las bebidas de alto grado alcohólico tienen mayor impacto nocivo” (esto se debe retirar), porque esto no es verdad, el beber mucho alcohol es el que tiene mayor impacto nocivo. Lo que se debe poner es: “Beber alcohol puede ser nocivo y dañino para la salud.”

El proyecto pasó a cuarto intermedio para evaluación de los aportes, los cuales fueron evaluados y los aceptados por la presidenta se incorporan en el presente dictamen.

## VI. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO

La aprobación de las iniciativas no genera gastos al erario ni afecta el equilibrio presupuestal, puesto que se señala que el cumplimiento de la norma se sujeta a la disponibilidad presupuestaria de cada entidad.

Los beneficios y costos de las iniciativas legislativas que se proponen aprobar se muestran a continuación:

### Análisis de beneficios

| Involucrados                                                                | Beneficios                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jóvenes, alumnos de colegios, institutos y universidades. Madres gestantes. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevención para el cuidado del derecho a la salud.</li> <li>• Concientización sobre las consecuencias del abuso del consumo del alcohol.</li> </ul>              |
| Estado.                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección del derecho a la salud de la población.</li> <li>• La prevención asegura menores costos sociales asociados al consumo excesivo del alcohol</li> </ul> |

Elaboración: Comisión de Salud y Población.

### Análisis de costos

| Involucrados                                             | Costos o desventajas                                                                                            |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estado.<br>Gobiernos regionales y locales.<br>Población. | No se aprecian desventajas porque se ejecutará de acuerdo con la disponibilidad presupuestaria de cada entidad. |

Elaboración: Comisión de Salud y Población.

## VII. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto, la Comisión de Salud y Población, de conformidad con el literal b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, recomienda la **APROBACIÓN** de los proyectos de ley **4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR y 10183/2024-CR** con el texto sustitutorio siguiente:

### TEXTO SUSTITUTORIO

#### LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES

##### **Artículo 1.** Modificación de los artículos 2, 4, 5, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

Se modifican los artículos 2, 4, 5, 8 y 10 de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, en los siguientes términos:

##### **“Artículo 2. Ámbito de aplicación**

**2.1.** Las disposiciones contenidas en la presente ley **se aplican** a todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que fabriquen,

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

distribuyan, suministren o consuman bebidas alcohólicas **en el territorio nacional**.

**2.2. Asimismo, se aplican a las actividades realizadas a través de canales virtuales, plataformas digitales y similares que incluyan la entrega de las bebidas alcohólicas.**

**2.3. Los sujetos obligados deben implementar mecanismos de verificación de la mayoría de edad tanto para la compra como para la entrega de las bebidas alcohólicas, conforme a las disposiciones que establezca el reglamento.**

#### **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” “SI ESTÁS EMBARAZADA NO INGIERAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS”.

[...].

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

**Se prohíbe la venta ambulatoria y la venta por cualquier canal, incluyendo la entrega, la 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. **El reglamento establece los procedimientos mínimos para la verificación de edad, incluyendo la validación de la identidad del receptor al momento de la entrega.**

[...].

#### **Artículo 8. De los anuncios publicitarios**

Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:

[...].

4. **Cuando se trate de publicidad por medio de *canales digitales* se deberá exponer en forma clara y pausada la frase: “PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS”.**

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

5. **No se podrá utilizar argumentos que induzcan el consumo por parte de menores de edad.**

**Artículo 10. Campañas de prevención**

- 10.1. Bajo la rectoría del Ministerio de Salud, en coordinación con los demás sectores competentes, con los gobiernos regionales y con los gobiernos locales se desarrollarán, a nivel nacional, campañas educativas **permanentes** e integrales de prevención y **concientización**, sobre las consecuencias dañinas que el consumo de bebidas alcohólicas produce en la salud integral de las personas, en la desintegración de la familia y los riesgos para terceros, priorizándose la realización de estas campañas en colegios, institutos y universidades, sean estos estatales o particulares.
- 10.2. Las campañas de **prevención** y concientización se desarrollan de acuerdo con las competencias y disposición presupuestal de cada institución.”

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**

**PRIMERA. Adecuación del Reglamento**

El Poder Ejecutivo adecua el Reglamento de la Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, aprobado por el Decreto Supremo 012-2009-SA, a las modificaciones dispuestas por la presente ley en un plazo no mayor de sesenta días calendario contados a partir de su entrada en vigor.

**SEGUNDA. Plazo de adecuación**

Los proveedores de bebidas alcohólicas se adecuan a las modificaciones dispuestas en la presente ley en un plazo máximo de ciento ochenta días calendario contados a partir de la publicación de la adecuación del reglamento de la Ley 28681 en el Diario Oficial El Peruano.

Dese cuenta.

Sala Martha Hildebrandt Pérez-Treviño – Plataforma Microsoft Teams.

Lima, 9 de junio de 2026.



Firmado digitalmente por:  
RUIZ RODRIGUEZ Magaly  
Rosmery FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 10/06/2026 15:38:54-0500

**MAGALY RUÍZ RODRÍGUEZ**  
Presidenta



Firmado digitalmente por:  
PICON QUEDO Luis Raul FAU  
20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 11/06/2026 09:59:03-0500

**LUIS PICÓN QUEDO**  
Secretario



Firmado digitalmente por:  
PICON QUEDO Luis Raul FAU  
20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 11/06/2026 09:59:54-0500



Firmado digitalmente por:  
BUSTAMANTE DONAYRE Carlos  
Ernesto FAU 20161749126 soft  
Motivo: En señal de conformidad  
Fecha: 11/06/2026 20:53:48-0500

Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres  
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 4869/2022-CR, 5518/2023-CR, 9973/2024-CR Y 10183/2024-CR, QUE PROPONE LA LEY QUE MODIFICA LA LEY 28681, LEY QUE REGULA LA COMERCIALIZACIÓN, CONSUMO Y PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, A FIN DE PREVENIR LOS RIESGOS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES GESTANTES, NIÑOS Y ADOLESCENTES.**

Siguen firmas [...].



Firmado digitalmente por:  
PORTALATINO AVALOS Kelly  
Roxana FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 11/06/2026 11:30:22-0500



Firmado digitalmente por:  
ARRIOLA TUEROS Jose  
Alberto FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 11/06/2026 12:07:17-0500



Firmado digitalmente por:  
ROBLES ARAUJO Silvana  
Emperatriz FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 11:08:48-0500



Firmado digitalmente por:  
CORDOVA LOBATON Maria  
Jessica FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 12/06/2026 12:22:45-0500



Firmado digitalmente por:  
GUTIERREZ TICONA Paul  
Silvio FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 12/06/2026 16:40:23-0500



Firmado digitalmente por:  
TAIPE CORONADO Maria  
Elizabeth FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 11:36:55-0500



Firmado digitalmente por:  
MARTICORENA MENDOZA Jorge  
Alfonso FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 15/06/2026 15:04:03-0500



Firmado digitalmente por:  
PORTERO LOPEZ Hilda  
Marleny FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 10:18:48-0500



Firmado digitalmente por:  
ECHEVERRIA RODRIGUEZ  
Hamlet FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 12:36:58-0500



Firmado digitalmente por:  
ZEGARRA SABOYA Ana Zadith  
FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 11:57:43-0500



Firmado digitalmente por:  
VARAS MELENDEZ Bias  
Marcial FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/06/2026 14:37:19-0500



Firmado digitalmente por:  
PAREDES CASTRO Francis  
Jhasmina FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 15/06/2026 16:03:36-0500



Firmado digitalmente por:  
MORI CELIS Juan Carlos  
FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 17/06/2026 15:52:06-0500