



HECHOS & ACCIONES

ISSN: 2011-883X



Libertad y Orden

República de Colombia
MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL
INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA
Empresa Social del Estado

Volumen 2- Número 2- Julio de 2009

Bogotá D.C

Hechos y Acciones es un boletín cuyo objetivo es resaltar hechos y acciones en relación con el control del cáncer en el país. Cada número estará enfocado en un tema específico que se difundirá con énfasis en tomadores de decisiones y planificaciones de actividades a quienes una experiencia positiva pueda orientar a replicarla en su área o población objetivo

ABC de la Ley Antitabaco (Ley 1335 de 2009)

Diana Esperanza Rivera Rodríguez.*

Alejandro Niño Bogoya. **

Contenido	Pág
ABC de la Ley Antitabaco (Ley 1335 de 2009)	1
Capítulo I (Art. 2-4)	2
Capítulo II (Art. 5-12)	3
Capítulo III (Art. 13-15)	4
Capítulo IV. (Art. 16-17) , Capítulo V. (Art. 18-21)	5
Capítulo VI. (Art. 22)	6
Capítulo VII. (Art. 23-31) ,Capítulo VIII. (Art. 34)	7
Capítulo IX. (Art. 35)	7
Referencias Bibliográficas	8

Comité Editorial

Constaza Pardo

Diana Rivera

Marion Piñeros

Carolina Wiesner

Coordinación editorial

Diana Rivera, Coordinadora Grupo Políticas,
Legislación y Movilización Social

Diagramación e Impresión:

Diseñadores Asociados, Ofiprint Ltda.

Corrección de estilo: Helen Calderon

Periodicidad: 2 números anuales

El consumo de tabaco es un hábito aceptado y admitido por una parte importante de nuestra sociedad, que ocasiona deterioro de la calidad de vida e importantes costos económicos, sociales y ambientales. Es la primera causa de muerte evitable en el mundo, pues produce alrededor de 5 millones de defunciones anuales, el mismo número de fallecimientos causados por el sida, la malaria y todas las enfermedades infantiles prevenibles. De no hacer algo, en el año 2030 el consumo de tabaco matará a 10 millones de personas cada año, presentándose el 70% de estas defunciones en los países en vía de desarrollo (1).

Las enfermedades directamente relacionadas con el consumo de tabaco son numerosas (2), muchas de ellas prevenibles y mitigables si se deja de fumar. La enfermedad pulmonar obstructiva crónica aparece en un 15 a 20% de los fumadores y su morbilidad es muy significativa. De la igual manera el consumo de tabaco es la causa de casi un 90% de los cánceres broncopulmonares, que a su vez constituyen un 30% de las neoplasias en los hombres, ya bastante frecuentes en las mujeres.

El tabaquismo es, además, un factor causal en otros tumores malignos como los de laringe, esófago, cavidad oral, vejiga, etc. Diversos trastornos cardiovasculares, como la cardiopatía isquémica, los accidentes cerebrovasculares y las arteriopatías periféricas, tienen también una relación

Los lectores pueden reproducir los contenidos del Boletín Hechos y Acciones siempre y cuando respeten los derechos de autor e indiquen las referencias de acuerdo con los estándares establecidos

* Coordinadora, Grupo Políticas, Legislación y Movilización Social.

Instituto Nacional de Cancerología, Colombia. drivera@cancer.gov.co

** Profesional Especializado, Grupo Políticas, Legislación y Movilización Social.

Instituto Nacional de Cancerología, Colombia. anino@cancer.gov.co

directa con el consumo de tabaco. Finalmente, no pueden olvidarse las implicaciones del tabaquismo sobre el embarazo y el parto y mucho menos el impacto del humo del cigarrillo sobre el fumador pasivo.

En lo que concierne al control del consumo de tabaco, la legislación es un instrumento de protección ciudadana. Resulta evidente que, por sí sola, la información de que el consumo de tabaco produce efectos adversos en la salud humana, es insuficiente para generar cambios a gran escala en el comportamiento social respecto a su consumo, por ello el desarrollo de legislación efectiva para el control del tabaco es fundamental para comprender y modificar el contexto del tabaquismo en un sentido favorable a la salud.

En Colombia el 21 de julio de 2009 entró en vigor la Ley 1335 de 2009 (Ley Antitabaco), normativa que ubica a nuestro país a la altura de las legislaciones más modernas para el control del consumo de tabaco en el mundo; adopta los principios del Convenio Marco para el control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (3), tratado que Colombia aprobó mediante la Ley 1109 de 2006 y al que adhirió el 10 de abril del 2008.

Esta Ley es de utilidad pública y sus disposiciones son de orden público e interés social y de cumplimiento en todo el territorio nacional, Está dividida en 9 capítulos y contempla 36 artículos. A continuación, se presenta una explicación de los diferentes aspectos que en ella se desarrollan:

LEY 1335 DEL 21 DE JULIO DE 2009 (4)

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

OBJETO DE LA LEY (Art. 1)

El objetivo de la ley es garantizar el derecho a la salud de la población, en especial de los niños, niñas y adolescentes, protegiéndolos de los efectos del consumo de tabaco

y sus derivados, así como de la exposición al humo de cigarrillo. La ley pretende:

- Proteger la salud de la población de los efectos nocivos del tabaco.
- Proteger los derechos de los no fumadores a vivir y convivir en espacios 100% libres de humo de tabaco.
- Establecer las bases para la protección contra el humo de tabaco.
- Establecer las bases para el empaquetado y el etiquetado de los productos del tabaco.
- Regular la promoción, la publicidad, el patrocinio, la distribución, la venta, el consumo y el uso de los productos del tabaco.
- Contribuir con la disminución del consumo de tabaco en Colombia, mediante la creación de programas de salud y educación.
- Fomentar la promoción, la educación para la salud, así como la difusión del conocimiento de los riesgos atribuidos al consumo y a la exposición al humo de tabaco.
- Contribuir con el abandono de la dependencia del tabaco.

La ley no busca perseguir a los fumadores sino proteger contra los efectos del consumo de tabaco y contra la exposición al humo del mismo.

CAPÍTULO I (Art. 2-4)

Disposiciones sobre la venta de productos de tabaco a menores de edad

La venta de cigarrillos a menores de edad es uno de los factores más influyentes en el acceso que tiene esta población a los derivados del tabaco. La accesibilidad de esta parte de la población a los productos del tabaco, fundamentalmente a los cigarrillos, es un factor primordial que interactúa con otros factores psicosociales como

la aceptación, la falta de identidad o la presión de los pares, que los incita a al consumo de dichos productos y la adicción al tabaco (5). El control del acceso es una estrategia establecida para reducir el consumo de tabaco. Más de un tercio de los adolescentes que prueban alguna vez el tabaco se convierten en fumadores habituales en la escuela secundaria (6).

En este capítulo se prohíbe expresamente la venta de productos de tabaco y sus derivados a menores de edad, igualmente se limitan las posibilidades para que los menores puedan acceder a estos productos, por ello se prohíbe la fabricación e importación de cigarrillos en cajetillas o presentaciones que contengan menos de diez (10) unidades, así como la venta por unidad de los productos del tabaco y sus derivados y el uso de máquinas expendedoras o dispensadoras de estos productos en lugares y puntos de venta donde hay libre acceso de los menores de edad. También se prohíbe la fabricación y comercialización de dulces, refrigerios, juguetes u otros objetos que tengan formas de productos de tabaco y puedan resultar atractivos para los menores, como por ejemplo los dulces de chocolate con forma de cigarrillo.

De acuerdo con la ley, es obligación de los vendedores y expendedores de productos de tabaco y sus derivados, indicar bajo un anuncio claro y destacado al interior de su local, establecimiento o punto de venta la prohibición de la venta de productos de tabaco a menores de edad. Este anuncio en ningún caso hará mención a marcas, empresas o fundaciones de empresas tabacaleras, ni empleará logotipos, símbolos, juegos de colores, que permitan identificar alguna de ellas. De igual manera se debe garantizar que los productos de tabaco no sean accesibles desde los estantes al público sin ningún tipo de control.

La restricción del acceso de los jóvenes a la compra de cigarrillos disminuye la cantidad de menores que comienzan a fumar.

CAPÍTULO II (Art. 5-12)

Disposiciones para prevenir el consumo de tabaco y sus derivados en menores y población no fumadora

Este capítulo estipula acciones que permiten fortalecer la concientización pública de los riesgos para la salud a los que conducen el consumo de tabaco y la exposición al humo de este, así como de los beneficios que reportan el abandono de dicho consumo y los modos de vida sin tabaco, el conocimiento público y el acceso a la información sobre las consecuencias sanitarias, económicas y ambientales relacionadas con el consumo de tabaco, de la misma manera se garantiza el acceso a programas integrales y eficaces de educación, así como a programas de cesación del consumo.

A partir de la entrada en vigencia de la ley se fortalecerá la política de salud pública antitabaco, por lo tanto, el Ministerio de la Protección Social deberá incorporar en el Plan Nacional de Salud Pública las estrategias y acciones para identificar y promover la atención y demanda de servicios de cesación para dejar de fumar. Las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPSS) y las Entidades Promotoras de Salud (EPSs), deberán identificar el riesgo de consumo de tabaco dentro de su población, informarle los efectos para su salud por el hábito de consumir tabaco o sus derivados, brindarle los servicios del Plan Obligatorio de Salud (POS) que ayuden a manejar el factor de riesgo, y las Administraciones de Riesgos Profesionales deben desarrollar estrategias para brindar permanentemente información y educación a sus afiliados y así garantizar ambientes laborales ciento por ciento (100%) libres de humo.

En cuanto a los aspectos relacionados con la educación, a partir de la entrada en vigor de la ley, los Ministerios de la Protección Social y de Educación Nacional, tienen la obligación de formular, aplicar, actualizar y revisar periódicamente la política de prevención del consumo de tabaco en los menores de edad y de la población en general; en dicho trabajo se promoverá la participación de comunidades indígenas y afrocolombianas. Estos Ministerios también tienen la obligación de formular y promulgar los

programas, planes y estrategias, encaminados a capacitar sobre las medidas vigentes del control del tabaco a profesionales de la salud, trabajadores de la comunidad, asistentes sociales, profesionales de la comunicación, educadores, y responsables de la formación de menores de edad, así como a los servidores públicos, en general sobre las consecuencias adversas del consumo de tabaco e inhalación del humo de tabaco. En ese mismo sentido, los menores de edad deberán recibir conocimiento bajo los principios de salud pública acerca de los efectos nocivos del tabaquismo, la incidencia de enfermedades, la discapacidad prematura y la mortalidad, debidas al consumo de tabaco y a la exposición del humo de tabaco, tanto de los fumadores activos como pasivos, para esto el Ministerio de Educación fijará en los programas de educación preescolar, primaria, secundaria, media vocacional, universitaria, de educación no formal, educación para docentes y demás programas educativos, los planes curriculares y actividades educativas para la prevención y control del tabaquismo.

Por su parte, las entidades territoriales deberán difundir las medidas establecidas en la ley, así como realizar actividades de concertación social y campañas de educación sobre los efectos nocivos del consumo del tabaco. Este mismo trabajo de educación e información deberá ser adelantando por las empresas prestadoras de servicios de salud.

Con respecto al desarrollo de Campañas de Prevención en medios de comunicación, el Gobierno Nacional deberá implementar campañas generales de información y educación a la población sobre los efectos nocivos del consumo de tabaco o la exposición al humo de tabaco. La Comisión Nacional de Televisión debe destinar en forma gratuita y rotatoria espacios para la utilización por parte de las entidades públicas y Organizaciones No Gubernamentales, orientados a la emisión de mensajes de prevención contra el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, en los horarios de alta sintonía en televisión por los medios ordinarios y canales por suscripción. De igual manera se deberá realizar la destinación de espacios que estén a cargo de la Nación para la difusión del mismo tipo de mensajes por emisoras radiales.

CAPÍTULO III (Art. 13–15)

Disposiciones relativas a la publicidad y empaquetado del tabaco y sus derivados

Existe una necesidad clara de informar y alertar a los fumadores de manera eficaz, así como de proporcionar información que reduzca los riesgos para su salud relacionados con el consumo tabaco. La información concreta expresada de manera contundente mediante etiquetas bien visibles puestas en los envases de productos de tabaco, proporciona importantes mensajes de salud pública dirigidos a los fumadores. Estas advertencias sanitarias obligatorias en los productos de tabaco, son una manera eficaz de informar sobre los riesgos de fumar, alentar a los fumadores para que dejen de hacerlo y desanimar a los no fumadores de que empiecen a fumar (7).

A partir del 21 de julio del 2010, al 30% de cada una de las caras de los productos del tabaco se le deberán incorporar advertencias sanitarias completas, esto es, imágenes y textos que advierten sobre los efectos del consumo de tabaco o de la exposición al humo. Estas advertencias serán rotativas anualmente, durante el primer año serán 3 advertencias, a partir del segundo año serán 6. Las advertencias deben ser impresas en el empaque y no se pueden remover ni ser cubiertas por ningún empaque que afecte su visibilidad. El empaquetado y etiquetado de productos de tabaco o sus derivados tampoco podrá dirigirse a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos; sugerir que fumar contribuye al éxito atlético o deportivo, la popularidad, al éxito profesional o al éxito sexual; ni emplear términos que tengan el efecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto del tabaco es menos nocivo que otro tales como: cigarrillos “suaves”, “ligeros”, “light”, “mild”, o “bajo en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono”.

Las advertencias sanitarias completas (imágenes y textos), son muy eficaces para informar sobre sus riesgos y las consecuencias del consumo de tabaco y favorecen la reducción de su consumo o su abandono definitivo.

La industria del tabaco asegura que el propósito exclusivo de su publicidad, es mantener y aumentar las cuotas potenciales de mercado entre las personas adultas ya consumidoras. Sin embargo, está comprobado que la industria tabacalera concentra sus esfuerzos publicitarios en los menores de edad. Esta publicidad se presenta con un tipo de discurso que se nutre de elementos como el cine, la música, etc. Estos mensajes van ligados al deseo de sortear prohibiciones explotando conceptos como sexo, triunfo, glamour, nihilismo y rebelión, como también a los deportes de aventura y competición. Diversos estudios señalan como agentes causales del aumento de la demanda de cigarrillos entre los adolescentes a la publicidad del tabaco (8). Es necesaria una prohibición total de la publicidad de los productos del tabaco para prevenir el consumo entre niños, niñas y adolescentes.

los operadores de cable, los operadores satelitales y los operadores de televisión comunitaria.

Prohibir la publicidad del tabaco disminuye hasta en un 7% su consumo.

CAPÍTULO IV. (Art. 16–17)

Disposiciones para prohibir las acciones de promoción y patrocinio de tabaco y sus derivados

La Ley establece a partir del 21 de julio del año 2011, la prohibición total de toda forma de publicidad de productos de tabaco en medios de comunicación. No se podrán promocionar productos de tabaco en: radio, televisión, cine, medios escritos como boletines, periódicos, revistas o cualquier documento de difusión masiva, producciones teatrales, funciones musicales en vivo o grabadas, video o filmes comerciales, discos compactos, discos de video digital o medios similares. Igualmente están prohibidas las vallas, las pancartas, los murales, los afiches, los carteles o similares móviles o fijos relacionados con la promoción de los productos del tabaco y sus derivados.

Se define como patrocinio del tabaco *toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco* (3), tales actividades pueden darse en el marco de eventos deportivos, culturales, conciertos, programas escolares, actividades de responsabilidad social corporativa como iniciativas de prevención para los jóvenes y aportes benéficos para las organizaciones públicas y privadas.

Está comprobado que las acciones de promoción y patrocinio de los productos de tabaco, aumentan la demanda de cigarrillos entre los adolescentes (8). La promoción y el patrocinio de los productos del tabaco alientan a la población, especialmente a los jóvenes, a consumir tabaco, a los consumidores de tabaco a consumir más, disminuye la motivación de los consumidores para dejar de fumar y alienta a la gente que ha dejado de fumar a volver a hacerlo. Al igual que con la publicidad, es necesaria una prohibición total de dichas acciones.

A partir del 21 de julio de 2011 se prohíbe toda forma de promoción de los productos del tabaco y el patrocinio de eventos culturales y deportivos por parte de empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco, *a nombre de sus corporaciones o fundaciones o cualquiera de sus marcas, cuando este patrocinio implique la promoción directa o indirecta del consumo de productos de tabaco y sus derivados.*

También está prohibida la emisión de comerciales o publicidad de tabaco producida en el exterior a través de

La prohibición de las acciones de promoción y patrocinio de los productos de tabaco, busca la defensa de bienes públicos como la salud de la población y la protección de los niños, las niñas y los adolescentes. La prohibición total de la promoción y el patrocinio de los productos de tabaco reduce su consumo; las prohibiciones parciales producen efecto limitado.

CAPÍTULO V. (Art. 18-21)

Disposiciones para garantizar los derechos de los no fumadores frente al consumo de tabaco

No existe un nivel seguro de exposición al humo de segunda mano*. La implementación de ambientes 100% libres de humo es la única manera de proteger de sus efectos nocivos a la población. Los espacios libres de

humo evitan los daños asociados a la exposición al humo ambiental del tabaco y estimulan a los fumadores a dejar o disminuir su consumo (9). Con esta medida se reduce el consumo de tabaco en un 4% y de cigarrillos por parte de los fumadores (10). Los espacios libres de humo fortalecen las normas sociales acerca de que fumar no es aceptable, y son efectivos para prevenir el consumo de tabaco en la adolescencia (11).

A partir de la entrada en vigor de esta ley, queda prohibido a cualquier persona consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de tabaco. La Ley garantiza los derechos a los no fumadores, estableciendo los lugares en los cuales no se podrá fumar. Se prohíbe el consumo de tabaco en las áreas cerradas tanto en los lugares de trabajo, como en los sitios públicos; bares, restaurantes, centros comerciales, tiendas, parques, estadios, cafeterías, discotecas, hoteles, ferias y casinos, entre otros. También prohíbe fumar en los lugares donde se realicen eventos masivos; adicionalmente, sitios donde se atienden menores de edad, medios de transporte público, oficial, escolar y privado. Espacios deportivos y culturales, entre otros. Las autoridades sanitarias, de seguridad, los dueños y administradores de los lugares deberán velar por el cumplimiento de esta Ley o de lo contrario se verán sujetos a sanciones y multas.

Está prohibido consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de este. Son espacios 100% libres de humo de tabaco entre otros:

- ***Todas las áreas cerradas tanto en lugares de trabajo como en lugares públicos.***
- ***Todos los vehículos de transporte de pasajeros.***
- ***Otros lugares de acceso al público.***

No se puede fumar en áreas cerradas y NO está permitido adecuar espacios para fumadores en espacios cerrados.

ÁREA CERRADA ES TODO ESPACIO CUBIERTO POR UN TECHO Y CONFINADO POR PAREDES (ASÍ SEA UNA), INDEPENDIENTEMENTE DEL MATERIAL UTILIZADO PARA EL TECHO, LAS PAREDES O LOS MUROS Y DE QUE LA ESTRUCTURA SEA PERMANENTE O TEMPORAL.

*. El humo de segunda mano también se conoce como humo de tabaco en el ambiente o fumar pasivamente, ello consiste de una mezcla de dos tipos de humo que provienen de la combustión del tabaco: el humo derivado de la combustión (humo que es emitido al aire desde el extremo encendido de un cigarrillo o puro, o por una pipa) y el humo principal (humo que es exhalado por el fumador). Se le llama fumar involuntariamente o fumar pasivamente cuando las personas que no fuman son expuestas al humo de segunda mano. Las personas que no fuman y que respiran el humo de segunda mano, reciben la nicotina y otros químicos tóxicos al igual que los fumadores. Cuanto más se expone al humo de segunda mano, mayor será el nivel de estos químicos dañinos en el cuerpo.

CAPÍTULO VI. (Art. 22)**Suministro de información**

A partir del 21 de julio del 2011, los fabricantes e importadores de cigarrillos deberán presentar anualmente al Ministerio de Protección Social, un informe sobre los ingredientes agregados al tabaco y los niveles de componentes de humo que corresponden a niveles de alquitrán, nicotina y monóxido. Por constituir secreto industrial, toda esta información se tratará con carácter confidencial y de absoluta reserva.

- Incumplimiento de espacios libres de humo: sanciones para propietarios y administradores de establecimientos: 1 a 100 salarios mínimos y suspensión de licencia (procedimiento del Código Contencioso Administrativo).

Todos los recursos recaudados en multas que van de 1 a 400 salarios mínimos, serán entregados al Ministerio de Protección Social con destino a campañas de prevención contra el cáncer en un sesenta por ciento (60%) y el cuarenta por ciento (40%) a educación preventiva para evitar el consumo de cigarrillo.

CAPÍTULO VII. (Art. 23-31)**Sanciones**

La Ley establece sanciones pedagógicas y pecuniaria

Las sanciones pedagógicas están dirigidas a las personas que fumen en sitios prohibidos en la mencionada ley, así como para los sitios que vendan estos productos a menores de edad.

Las sanciones pecuniarias que contempla la Ley son:

- Sanción por fumar en sitios prohibidos. Reglamentación vigente. Amonestación verbal y sanción pedagógica para el infractor y propietarios de establecimientos. Reforma al Código de Policía para hacer más fuerte la sanción pecuniaria.

- Incumplimiento empaquetado y etiquetado. De 250 a 400 salarios mensuales vigentes y la destrucción del material decomisado.

- Incumplimiento en medidas de promoción, publicidad

y patrocinio: comerciantes al detal y al por mayor, de 2 a 5 salarios mínimos. Fabricantes e importadores de 250 a 400 salarios mínimos.

- Venta a menores: 1 a 3 salarios mínimos mensuales.

CAPÍTULO VIII. (Art. 34)**Plazos**

Los plazos para implementar las medidas son:

- Prohibición de cajetillas de menos de 10 unidades y prohibición de venta al menudeo: a partir del 21 de julio de 2011.

- Advertencias sanitarias completas en las cajetillas: a partir del 21 de julio de 2010.

- Prohibición total de publicidad, promoción y patrocinio: a partir del 21 de julio de 2011.

- Suministro de información: a partir del 21 de julio de 2010.

- Demás artículos incluidos los ambientes 100% libres de humo: a partir del 21 de julio de 2009.

CAPÍTULO IX. (Art. 35)**Disposiciones finales**

La ley rige a partir del 21 de julio de 2009.

Referencias Bibliográficas

- (1) Pérez-Trullén, A. Naturaleza del humo del tabaco. Farmacología de la nicotina. Arch Bronconeumol.31: 101-108.
- (2) Bolliger CT, Fagerström ko. The Tobacco Epidemic. En: Wyser C, Bolliger CT. Smoking-Related disorders. Berlin: Basel. Karger, 1997. p. 78-106.
- (3) Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco para el Control del Tabaco. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2003.
- (4) República de Colombia. Ley 1335 de 2009. Julio 21, 2009. Diario Oficial N° 47.417 de 21 de julio de 2009.
- (5) Difranza J, Savageau J. Aisquith BF. Youth access to tobacco: the effects of age, gender, vending machine locks and “it’s the law” program. Am J. Public Health, Vol. 86 (2): 221-224.
- (6) Center for Disease Control And Prevention. MMWR. Selected cigarette smoking initiation and quitting behaviors among high school students-United States, Morbidity and Mortality Weekly Report (MMWR), 1998.: 47 (19): 386-389,.
- (7) Borland R. Tobacco health warnings and smoking related cognitions and behaviours. Addiction, Vol. 92 (11): 1427-1435.
- (8) Moodie C. Tobacco marketing awareness on youth smoking susceptibility and perceived prevalence before and after an advertising ban. Eur J. Public Health, Vol. 18 (5): 484-490.
- (9) Wilson N, Sertsou G. Edwards R. A new national smokefree law increased calls to a national quitline.. BMC Public Health, 2007 (7): 75.
- (10) Fichtenberg CM, Glantz SA. Effect of smoke-free workplaces on smoking behaviour: systematic review. BMJ. 2002 (325): 188.
- (11) Siegel M, Albers AB, Cheng DM. Local restaurant smoking regulations and the adolescent smoking initiation process: results of a multilevel contextual analysis among Massachusetts youth. Arch Pediatr Adolesc Med. 162:477-483.
- (12) Organización Mundial de la Salud. MPOWER, Un plan de medidas para hacer retroceder la epidemia de tabaquismo. Ginebra: Organización Mundial de la Salud, 2008.
- (13) Organización Panamericana de la Salud. Hacia entornos totalmente libres de humo de tabaco en las Américas. Washington, D.C.: Organización Panamericana de la Salud. 2004. p. 7-10.