

**INSTITUTO HONDUREÑO PARA LA PREVENCIÓN DEL  
ALCOHOLISMO, DROGADICCIÓN Y FARMACODEPENDENCIA**

**I H A D F A**

**ACUERDO NUMERO 03-95**

**LA JUNTA DIRECTIVA DEL INSTITUTO HONDUREÑO PARA  
LA PREVENCIÓN DEL ALCOHOLISMO, DROGADICCIÓN Y  
FÁRMACO DEPENDENCIA**

**CONSIDERANDO:** Que la **PREVENCIÓN** constituye el objetivo fundamental del IHADFA, cuya finalidad es la protección de la salud con la participación efectiva de la comunidad hondureña en general, la juventud y la niñez en particular, como fuente de alternativa gratificantes de vida y de trabajo ante el consumo de alcohol, productos del tabaco y otras drogas, para lo cual ejercerá acciones y medidas de control de la publicidad y propaganda, venta y consumo de tales productos;

**CONSIDERANDO:** Que la Constitución de la República en su Artículo 75, establece que la Ley que regula la Emisión del Pensamiento, podrá establecer censura previa, para proteger los valores éticos y culturales de la sociedad, así como los derechos de las personas, especialmente de la infancia, de la adolescencia y de la juventud y, que la propaganda comercial de bebidas alcohólicas y consumo de tabaco será regulada por la Ley.

**CONSIDERANDO:** Que de conformidad con la Ley y su Reglamento, es atribución del Instituto emitir Reglamentos Especiales que Regulen y Controlen la Publicidad y Propaganda de Bebidas Alcohólicas, Productos del Tabaco, Drogas y Fármacos que generan dependencia.

**POR TANTO:** En aplicación de los Artículos 3 letra c) y 11 letra m) de la Ley del IHADFA y 7 numeral 2), 12 numeral 1) y los Capítulos I y III del Título V de su Reglamento;

**ACUERDA**

**EMITIR EL SIGUIENTE,**

**REGLAMENTO ESPECIAL**  
**SOBRE PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHOLICAS**  
**PRODUCTOS DEL TABACO Y OTRAS DROGAS**

**C A P I T U L O I**

**DE LOS FINES**

**Artículo 1.-** *El presente Reglamento tiene por objeto regular de manera especial la publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas, productos derivados del tabaco y otras drogas, en aplicación de la Ley del IHADFA y su Reglamento.*

**C A P Í T U L O II**

**DE LAS DEFINICIONES**

**Artículo 2.-** *Para los efectos legales en la aplicación del presente Reglamento, cuando se empleen abreviaturas u otras expresiones, se entenderá por:*

**1) "IHADFA" o "EL INSTITUTO":** *Son abreviaturas del nombre del Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia;*

**2) LA LEY:** *La Ley de Instituto emitida el 13 de septiembre de 1989 mediante Decreto Número 136-89 del Poder Legislativo;*

**3) EL REGLAMENTO DE LA LEY** *o simplemente el* **REGLAMENTO:** *Es el Reglamento General del la Ley del IHADFA, emitido por el Poder Ejecutivo mediante ACUERDO NUMERO 2213 de fecha veinte de septiembre de 1991, publicado en el Diario Oficial "LA GACETA" número 26,599 de fecha 22 de noviembre de 1991;*

**4) REGLAMENTO ESPECIAL:** *Todo reglamento emitido por la Junta Directiva del IHADFA para regular de manera especial la aplicación de la Ley y su Reglamento.*

**5) JUNTA DIRECTIVA:** *Órgano colegiado de Dirección Superior que orienta a la administración general del Instituto;*

**6) DIRECCION GENERAL:** Órgano Ejecutivo del IHADFA, a cargo del DIRECTOR GENERAL;

**7) PUBLICIDAD:** Toda publicación o propaganda que se hace por medio de la imprenta, la litografía, pintura, fotografía, escultura, caricatura, grabado, radiodifusión, televisión, cinematografía, rótulos alto parlantes, o cualquier otro medio que se empleare para la reproducción de las palabras, signos o ideas;

**8) PROPAGANDA:** Es el conjunto de procedimientos psicológicos que se emplean en el comercio con el fin de motivar la atención del público mediante la publicidad para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios. De manera general, es la difusión del pensamiento de las personas, instituciones o empresas en torno a un objetivo, idea o causa que se expresa a través de medios de comunicación;

**9) MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Son aquellos a través de los cuales se difunde publicidad o propaganda, tales como radiodifusoras, periódicos, canales de televisión, cines, teatros y en general, toda forma, sistema o técnica empleada para la comunicación social o colectiva;

**10) AUTORIDAD COMPETENTE:** Es la autoridad de orden administrativo, judicial, civil, militar y de policía encargada de cumplir la Constitución y las leyes; son todos aquellos funcionarios o servidores del Estado con facultades para aplicar y ejecutar las leyes, reglamentos y otras disposiciones legales dentro de la esfera de su competencia;

**11) BEBIDAS ALCOHOLICAS:** Toda bebida embriagante elaborada para el consumo humano que contiene alcohol en cualquier grado o proporción;

**12) PRODUCTOS DEL TABACO:** Todo producto derivado del tabaco, transformado para el consumo humano doméstico o con fines comerciales a pequeña o gran escala como el cigarrillo, el tabaco preparado para pipa o para mascar y el puro;

**13) NIÑOS:** Periodo inicial de la vida hasta los doce años; y por extensión los comprendidos en los primeros años de adolescencia hasta la edad de dieciocho años;

**14) MENORES DE EDAD O ADOLESCENTES:** Jóvenes de ambos sexos con edades entre dieciocho y veintiún años, y;

**15) DROGA:** Sustancia simple o compuesta de origen natural o sintético, de efecto estimulante, deprimente, narcótico, alucinógeno, capaz de alterar la salud de los seres humanos ya que introducida en un organismo vivo puede modificar una o varias de sus funciones.

### **C A P I T U L O   I I I**

#### **DE LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN**

**Artículo 3.-** El IHADFA mantendrá campañas de publicidad por los medios de comunicación en todo el país, con el fin de orientar a la población en general mediante programas educativos, culturales y recreativos como medidas de prevención contra la venta, uso, abuso y consumo de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas que generan dependencia, para lo cual hará uso de los recursos siguientes:

**1)** De los recursos económicos programados anualmente para éste fin en el presupuesto del IHADFA;

**2)** De los espacios que le dará el gobierno en la prensa, radio y televisión nacionales y en los demás medios de comunicación del Estado;

**3)** De las donaciones o colectas públicas que para tal efecto se reciban como contribuciones al IHADFA de personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras y del público en general;

**4)** De los mensajes de prevención que los medios de comunicación existentes en el país incluirán como donación al IHADFA, equivalentes a un treinta por ciento (30%) como máximo del espacio de cada anuncio publicitario de bebidas alcohólicas o productos del tabaco.

A su conveniencia y previo acuerdo con el medio de comunicación correspondiente, el Instituto hará uso de dicho espacio en el mismo anuncio con el mensaje de prevención que estime oportuno, o reservar su difusión para fecha posterior, conservando tal derecho hasta por el término de seis meses; y,

**5)** De las campañas que deberán llevar a cabo los medios de comunicación del país destinados a combatir la producción, tráfico y consumo de drogas ilícitas estupefacientes y psicotrópicas, cuyo contenido, duración y frecuencia serán determinados de común acuerdo con el IHADFA, en aplicación del Artículo 32 del Decreto 126-89 que contiene la Ley Sobre Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas y Sustancias Psicotrópicas.

**Artículo 4.-** En los contratos de publicidad que los medios de comunicación celebren de conformidad con las disposiciones del Código del Comercio y el Código Civil, cuando se trate de anuncios publicitarios de bebidas alcohólicas y productos de tabaco, deberán consignar los días acordados para su programación, su vigencia, y, en su caso, la hora en que se transmitirán y el tiempo de duración en segundos, minutos u horas si fueren anuncios audiovisuales. Cuando fueren impresos o por medios gráficos o de audio, se incluirá el tamaño del espacio, número de página y demás características.

**Artículo 5.-** Los anuncios comerciales de bebidas alcohólicas, productos del tabaco u otros de uso lícito de los que producen adicción que se proyecten por cualquier medio de comunicación permitido por la Ley, tales como vallas, altoparlantes, pintas; murales; mantas; rótulos y afiches que en forma directa sin necesidad de contrato hagan las empresas o comerciantes deberán incluir el espacio correspondiente para los mensajes de prevención que ordene el IHADFA. En ningún caso se permitirán anuncios comerciales de tales productos en vehículos de transporte colectivo.

**Artículo 6.-** Se declaran como medidas preventivas de riguroso cumplimiento las siguientes:

**1)** Obligación de empresas y agencias, fabricantes o distribuidores de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y demás del tabaco y de productos de alto poder tóxico para su comercialización en Honduras, de imprimir en el treinta por ciento (30%) del área de cualquiera de las partes laterales, o en el veinte por ciento (20%) del área frontal o posterior de cada envase, cajetilla o envoltura, en forma legible, precedidos de la palabra **ADVERTENCIA** y seguidos de las siglas **IHADFA**, los siguientes mensajes:

**a)** En los envases de bebidas alcohólicas:

- **EL ABUSO DE LA BEBIDA PERJUDICA LA SALUD-**

**b)** *En las cajetillas o envolturas de cigarrillos y demás productos del tabaco:*

**-EL USO DE ESTE PRODUCTO DAÑA LA SALUD-**

**c)** *En los envases de productos cuya fórmula incluya componentes con alto poder tóxico psicofísico, capaz de producir adicción en los niños y adolescentes, como los pegamentos y otros inhalantes o adhesivos a base de solventes usados en la industria y el comercio;*

**\_ SE PROHÍBE LA VENTA DE ESTE PRODUCTO A NIÑOS Y A MENORES DE EDAD Y SU DISTRIBUCIÓN EN ENVASES SIN ESTA ADVERTENCIA.**

**\_ USESE EN AMBIENTE VENTILADO. SU INHALACIÓN FRECUENTE Y PROLONGADA GENERA DAÑOS EN EL CEREBRO.**

**\_ USE MASCARILLA Y GUANTES AL APLICARLO Y EVITE EL CONTACTO PROLONGADO CON LA PIEL. MANTÉNGALO FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.**

**\_ ES INFLAMABLE. EVITE FUMAR O USARLO CERCA DEL FUEGO O LLAMA. SE PROHIBE EL USO Y APLICACIÓN POR NIÑOS Y MENORES DE EDAD.**

*Salvo en el primer mensaje que será permanente, todos los demás de este literal serán rotatorios con duración de tres a doce meses, según el lote de producción nacional o importación de cada producto; pudiendo el productor, a su criterio, mantenerlos sin interrupción, así como darlos a conocer por otros medios.*

**2)** *Obligación de fabricantes y distribuidores de incluir en lugar preferente y de manera legible en los envases, cajetillas o envolturas de dichos productos, la información siguiente:*

**a)**-*En los envases de bebidas embriagantes, el grado y proporción de alcohol que contienen;*

**b)**-*En las cajetillas o envolturas de productos del tabaco, el contenido de nicotina y alquitrán de cada cigarrillo o puro; y,*

*c)-En los envases de inhalables, adhesivos, pegamentos de contacto y otros, la proporción del componente que lo hace adictivo cuando esté contenido en su fórmula.*

*3)-Cuando se trate de productos importados para su comercialización en Honduras, salvo aquellos cuya etiqueta contenga los mismos mensajes o información aceptados universalmente en otros idiomas, no se permitirá su entrada al país sino traen impreso en idioma español los mensajes preventivos y la información señalada en este Artículo; y,*

*4)-Los mensajes y la información de carácter permanente indicados en este Artículo deberán incluirse asimismo, guardando la proporción de espacio y las características, en toda publicidad que se proyecte en revistas, diarios y demás publicaciones impresas; en vallas, mantas, pancartas, cartelones, afiches, murales y otros similares de promoción nacional o local.*

## **C A P I T U L O   I V**

### **DE LA PROHIBICIÓN DE LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

**Artículo 7.-** *Se clasifica la prohibición de la publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas en **SIMPLE, ESPECIAL Y ABSOLUTA** de conformidad con la siguiente regulación:*

*a)-Sin perjuicio de la prohibición especial y absoluta, queda prohibida de manera simple:*

*La publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas y productos del tabaco, por el medio de comunicación que no haya sido inscrito en el Libro de Registro que para tal fin llevará el IHADFA.*

*Esta prohibición dejará de tener efecto tan pronto reciba el Instituto la solicitud de inscripción correspondiente, indicando la dirección y la clase de medio de que se trate; su teléfono, en su caso, la autorización de operar de **HONDUTEL**, u otra autoridad competente, nombre y firma del propietario o representante; requisito éste que al ser llenado producirá los efectos de*

*autorización previa y expresa del Instituto para celebrar contratos de publicidad de tales productos.*

**b)-Queda prohibida *De Manera Especial* la publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas ilícitas en los siguientes casos:**

**1)** *En todos los medios de comunicación, la que muestre en imágenes y gestos o por efectos de sonido, la ingestión o consumo real o aparente frente al público en el acto de presentar el producto que se anuncia;*

**2)** *En los gimnasios, estadios y demás instalaciones deportivas, la publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco, así como de los productos tóxicos inhalables o pegamentos de contacto, y fármacos que generan dependencia proyectada con imágenes o gestos que inciten a la ingestión o consumo real o aparente de dichos productos. Esta prohibición es extensiva a los vehículos de transporte colectivo,*

**3)** *Prohibición de publicidad y propaganda de los productos a que se refiere el numeral anterior, los sábados, domingos y días feriados por los medios de comunicación impresos, cines, teatros, circos, radio, televisión y similares. Y en los programas infantiles y secciones deportivas de tales medios.*

**4)** *En todos los medios de comunicación la que utilice por asociación o cualquier otra clase de relación a deportistas, estudiantes, dirigentes obreros y campesinos, intelectuales, científicos o profesionales notorios y en general, a personas nacionales o extranjeras de fama con habilidades especiales de modo que por emulación se pueda estimular el consumo de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas;*

**5)** *La que con motivo de anunciar productos medicinales o alimenticios los asocie con bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas o fármacos de uso restringido incumpliendo las regulaciones de este Reglamento, salvo que tal asociación sea con propósitos de prevención autorizada por el IHADFA;*

**6)** *La que mencione efectos estimulantes o curativos biopsicosociales de las bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas;*

**7)** *La que presente imágenes o efectos de sonido mostrando satisfacción frente a la expectativa de beber o fumar, o después de ingerir una bebida alcohólica o fumar un cigarrillo,*

**8)** *La que asocie a madres de familia o a mujeres en estado de embarazo o de edad avanzada con bebidas alcohólicas o productos del tabaco, y;*

**9)** *La que habiendo sido objeto de censura no se hubieren atendido las medidas correctivas,*

**c)**-*Queda prohibida de manera absoluta la publicidad y propaganda de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas de lícito comercio, por todos los medios de comunicación en los casos siguientes:*

**1)** *La que utilice a niños y a menores de edad en forma directa o por asociación indirecta, con el objeto de inducir a los de su edad al consumo de bebidas alcohólicas, productos del tabaco o sustancias tóxicas de las que producen adicción;*

**2)** *La que vincule de manera directa, aparente o simulada a niños y adolescentes con el deporte, el arte o la ciencia;*

**3)** *La que ofenda la dignidad de la mujer, entendida tal ofensa, cuando un anuncio comercial muestre a mujeres de cualquier edad desnudas, en ropas íntimas o en traje de baño con el objeto de inducir al público a consumir cigarrillos o bebidas alcohólicas asociándolas con el sexo;*

**4)** *La que se relaciones con personajes hondureños destacados en la ciencia, el arte y la cultura;*

**5)** *La que vincule a héroes o próceres hondureños; a la bandera, el himno, el escudo y el folklore nacional asociándolos con bebidas alcohólicas y productos de tabaco; y,*

**6)** *En las horas comprendidas de seis de la mañana a ocho de la noche, exceptuándose aquellos programas de televisión y*

*radio dirigidos exclusivamente a una audiencia adulta, los que deberán incluir los mensajes y la información respectivos a que se refieren los Artículo 3 numeral 4) y 6 de este Reglamento;*

**Artículo 8.-** *Se prohíbe de manera absoluta y se tendrá como infracción grave a la Ley y los Reglamentos del IHADFA y al Artículo 33 de la Ley de Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas y Sustancias Psicotrópicas la publicidad y propaganda directa, indirecta o disfrazada, de drogas de ilícito comercio como, la marihuana, la cocaína, el opio, los fármacos y sustancias o productos tóxicos controlados que causan adicción o dependencia.*

## **C A P Í T U L O V**

### **SANCIONES Y RECURSOS**

**Artículo 9.-** *Conforme al Artículo 30 de la Ley, las personas naturales o jurídicas que incurran en infracciones de este Reglamento serán sancionadas por el IHADFA con las multas y medidas correctivas que se regulan en este Capítulo; sin perjuicio de que los afectados puedan hacer uso de los recursos legales correspondientes.*

**Artículo 10.-** *A las personas naturales o jurídicas llamadas a hacerlo, que no atiendan lo dispuesto en los numerales 4) y 5) del Artículo 3, o cuanto no cumplan con la obligación de imprimir los mensajes y la información exigidos en la forma establecida en el Artículo 6, del presente Reglamento se les impondrá:*

**1)** *Amonestación escrita sin cargo de multa, cuando la infracción calificada como simple, sea cometida por primera vez instruyendo al infractor sobre la corrección que deba hacerse;*

**2)** *Multa de Quinientos Lempiras en caso de reincidencia de la infracción anterior o cuando los mensajes o la información resulten defectuosos por razones imputables a la persona o medio de que se trate, y;*

**3)** *Multa de Cinco Mil Lempiras, cuando la infracción anterior, calificada como menos grave, sea cometida por segunda vez. Y multa de Cinco Mil a Diez Mil Lempiras, cuando tal infracción sea cometida por una misma persona o medio por*

*tercera vez, sin perjuicio de aplicar la sanción correspondiente en los casos de prohibición especial o absoluta.*

**Artículo 11.-** *A las personas naturales o jurídicas responsables legalmente de los medios de comunicación, que cometan infracción simple, especial o absoluta respectivamente de la publicidad y propaganda regulada de este Reglamento, se les aplicarán las medidas correctivas y las sanciones siguientes:*

**1)** *Amonestación escrita de carácter privado cuando se trate de prohibición simple;*

**2)** *Amonestación escrita con cargo de multa de Veinte hasta Un Mil Lempiras, cuando se incurra por primera vez en infracción calificada como menos grave de cualquiera de las disposiciones de prohibición especial;*

**3)** *Amonestación escrita con cargo de multa de Un Mil hasta Cinco Mil Lempiras, cuando se incurra por segunda vez en infracción de cualquiera de las disposiciones objeto de prohibición especial;*

**4)** *En los casos de reincidencia por el concepto de la infracción anterior, se calificará como grave y se aplicará multa de Diez Mil Lempiras, cuando se incurra en la misma por cuarta vez. Si persistiere la reincidencia por quinta vez, se incluirá entre los casos de prohibición absoluta;*

**5)** *Multa de Diez Mil Lempiras, cuando se incurra por primera vez en infracción de cualquiera de las disposiciones de prohibición absoluta, exceptuando la establecida en el Artículo 8;*

**6)** *Amonestación escrita con cargo de multa de Veinte Mil Lempiras, cuando incurra por segunda vez en infracción de la disposición anterior, y;*

**7)** *Multa de Cuarenta Mil Lempiras, por la reincidencia de la infracción anterior.*

**Artículo 12.-** *En los casos de reincidencia en una infracción de las calificadas como graves, el IHADFA, podrá exigir, además de la multa correspondiente, la entrega del material publicitario y*

*acordar la suspensión del infractor hasta por un año de toda publicidad y propaganda de productos objeto de la infracción.*

**Artículo 13.-** *En el caso de infracción absoluta de la disposición contenida en el Artículo 8, además del comiso del material publicitario y la multa que será de Cincuenta Mil Lempiras, el Instituto en uso de sus facultades denunciará ante autoridad competente la infracción de otras leyes aplicables al caso.*

**Artículo 14.-** *El decomiso de mercaderías, material, enseres y equipo a que de lugar una infracción, estará a cargo de las autoridades competentes de las Secretarías de Salud Pública y de Hacienda y Crédito Público; de **HONDUTEL** y de las de Policía, previa comunicación del Director General del Instituto que deberán cumplimentar; sin perjuicio de que dichas autoridades en uso de sus facultades procedan unilateralmente, informando a la Dirección General de todo lo que tenga relación con el **IHADFA**.*

**Artículo 15.-** *En todos los casos de infracción señalados en este Capítulo se hará la respectiva amonestación privada por escrito, incluyendo la prevención para el caso de reincidencia del infractor. Se exceptúan las de infracción grave establecidas en los Artículos 8 y 11, que serán objeto además de amonestación pública.*

**Artículo 16.-** *Las sanciones impuestas en este Capítulo, no eximen al infractor de cumplir con las obligaciones y medidas correctivas ordenadas por el Instituto, ni de responder ante autoridad competente cuando por la misma acción u omisión incurra en otros actos ilícitos sancionados por otras leyes.*

**Artículo 17.-** *Para establecer la cantidad líquida a pagar por concepto de multa cuando oscile entre dos cantidades, se tomará en cuenta la gravedad de la infracción que será calificada por la Dirección General, previo dictamen del Asesor Legal del IHADFA.*

**Artículo 18.-** *Contra las resoluciones del Instituto en la aplicación de este Reglamento, cabrán los Recursos Legales establecidos en la Ley de Procedimiento Administrativo.*

## **CAPITULO VI**

### **DE LA COMISION ASESORA DE PUBLICIDAD**

**Artículo 12.-** Créase la Comisión Asesora de Publicidad que deberá organizar la Dirección General, como órgano auxiliar de la misma, cuya integración se hará con siete miembros propietarios y sus respectivos suplentes; quienes ejercerán sus cargos ad-honorem, bajo la representación siguiente:

**1)**-Un representante de la Dirección General que coordinará y presidirá la Comisión;

**2)**-Un representante de los medios de comunicación;

**3)**-Un representante de las agencias de publicidad hondureñas;

**4)**-Un representante del Ministerio de Salud Pública;

**5)**-Una representante del sector femenino hondureño organizado;

**6)**-Un representante del Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE),y;

**7)**-Un representante del Ministerio de Educación Pública.

El representante propietario y suplente de la Dirección General, será seleccionado por ésta, de personas idóneas de la propia institución o del sector privado o gubernamental. Los restantes miembros propietarios y suplentes serán acreditados por sus respectivas instituciones u organizaciones, pudiendo ser reelectos o sustituidos cada dos años, salvo en caso de renuncia o ausencia definitiva.

**Artículo 20.-** Son funciones de la Comisión:

**1)**-Asesorar y auxiliar al Director General en todos los asuntos que someta a su consideración y proponer alternativas de solución para la aplicación de este Reglamento,

**2)**-Actuar de oficio como órgano de censura de la publicidad y propaganda objeto de este Reglamento a efecto de recomendar medidas correctivas contra los infractores y comunicar sus decisiones a la Dirección General, para su debida aplicación;

**3)**-Emitir dictámenes u opiniones de todos los asuntos relacionados con este Reglamento sometidos a su consideración por la Dirección General;

**4)**-Aprobar su propio Reglamento Interno y elegir el Secretario; cargo éste que ejercerá cualquiera de los representantes, excepto el de la Dirección General;

**5)**-Celebrar sesiones ordinarias y extraordinarias cuantas veces sea necesario, previa convocatoria del Presidente de acuerdo con el Reglamento Interno;

**6)**-Asistir a las sesiones de Junta Directiva y demás eventos que celebre el Instituto cuando fuere invitada, y;

**7)**-Elaborar un informe anual de sus actividades y presentarlo en el, mes de enero al Director General, quien lo hará del conocimiento de la Junta Directiva.

## **C A P I T U L O   V I I**

### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 21.-** Las bebidas alcohólicas para su venta y consumo en Honduras, además de cumplir con las medidas de higiene y control sanitario nacional, tendrán impreso de manera visible en sus envolturas o envases, el contenido del alcohol medido en grados **GAY LUSSAC (G.L.)**, establecido por el Gobierno y las normas panamericanas en la proporción siguiente:

**1)**-Cerveza de **3º a 5º G.L.**;

**2)**-Champaña y Vinos, de **9º a 18º, y;**

**3)-Aguardientes, rones y otros como el Whisky, Ginebra, Coñac y Vodka, de 38° a 54° G.L.**

**Artículo 22.-** Los productos del tabaco para su venta y consumo en Honduras, atendido el daño que causan a la salud, además de ofrecer al público calidad e higienes en su elaboración y presentación, llevarán filtro de acetato y se clasificarán por categorías según su contenido de nicotina y alquitrán que no será superior a 1.10 mg. y a 14.00 mg. por cigarrillo o equivalente de éste respectivamente. Estos contenidos deberán aparecer impresos en las cajetillas o envolturas respectivas. Se excluyen de la aplicación del filtro de acetato los cigarros puros.

**Artículo 23.-** Las personas naturales o jurídicas productoras o comercializadoras de bebidas alcohólicas, de productos del tabaco y de sustancias tóxicas que producen adicción, nacionales o importados, están obligados a cumplir con las disposiciones reguladas en este Reglamento y con las normas de salud nacionales e internacionales.

**Artículo 24.-** Los productos objetos de estas disposiciones, nacionales o importados que no cumplan con las regulaciones establecidas para su venta y consumo en Honduras, serán decomisados por las autoridades competentes de Hacienda, de Salud Pública o de Policía; acción de la cual deberá informarse a la Dirección General del Instituto incluyendo el inventario correspondiente y su valor para el caso de remate. Se exceptúan aquellos productos cuya comercialización en el país sea permitida mediante tratados celebrados por Honduras, con otros Estados.

**Artículo 25.-** Las multas impuestas, de conformidad con este Reglamento se harán efectivas por los infractores en la agencia del Banco Central de Honduras o en la agencia bancaria más próxima, dentro del plazo de treinta días calendario contados a partir de la fecha de la respectiva notificación. La mora causará el recargo automático de intereses legales y el pago por la vía de apremio prevista por la Ley de Procedimiento Administrativo. De todo pago enterado se deberá enviar copia al IHADFA.

El producto líquido de las multas o el que se obtenga por remate de bienes muebles e inmuebles ingresarán a la Tesorería

*General de la República y se destinarán para programas de Prevención, Educación, Salud, creación y mantenimiento de Centros de Rehabilitación, de conformidad con lo establecido en el Artículo 36 reformado, de la Ley Sobre Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas y Sustancias Psicotrópicas y los Reglamentos que se emitan al efecto.*

**Artículo 26.-** *Quedan sujetas a las disposiciones de este Reglamento las empresas de prensa, radio, cine y televisión y en general todas aquellas personas que exploten algún medio de comunicación las que serán responsables, en los casos que les competan, por infracciones que se cometan al presente Reglamento.*

**Artículo 27.-** *La publicidad de bebidas alcohólicas y productos del tabaco en revistas y otras publicaciones impresas, excepto las dirigidas a niños y a menores de edad, provenientes del extranjero, cuya circulación y número no sea de cobertura nacional podrá, excluirse parcial o totalmente de la aplicación de las disposiciones de este Reglamento, sin perjuicio del respectivo control que la Dirección General deberá ejercer sobre tales medios.*

**Artículo 28.-** *Con el fin de proteger los valores éticos y culturales de la sociedad hondureña, los medios de televisión, el cine y la radio deberán abstenerse de incluir en sus programaciones diurnas de los sábados, domingos y días feriados, música, videos y película con marcada insinuación al consumo de bebidas alcohólicas y otras drogas.*

**Artículo 29.-** *A fin de comprobar el cumplimiento de las disposiciones Legales señaladas en este Reglamento, el IHADFA , hará las investigaciones, inspecciones, monitoreos y consultas que considere necesarias, para lo cual, los propios medios de comunicación las autoridades y los ciudadanos en general, están obligados a prestar todas las facilidades y cooperar con el personal asignado al efecto.*

**Artículo 30.-** *Las acciones de procedimiento, inspecciones, notificaciones, sanciones, comiso, suspensiones y otras reguladas en este Reglamento, serán complementadas con lo dispuesto en el Capítulo III, Título V, del Reglamento de la Ley, y, en lo no*

*previsto por las demás que le fueren aplicables del mismo, de la Ley y demás Reglamentos del IHADFA.*

**Artículo 31.-** *Las disposiciones del presente Reglamento son de orden público y en consecuencia su observancia es obligatoria.*

## **C A P I T U L O   V I I I**

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES**

**Artículo 32.-** *Toda la publicidad en medios de comunicación contratada con anterioridad a la fecha de entrar en vigencia este Reglamento, será revisada por las partes quienes tendrán un plazo de noventa días para ajustarse a sus disposiciones.*

**Artículo 33.-** *Los mensajes y la información indicados en el Artículo 6, que deberán llevar los productos regulados por este Reglamento, serán exigibles una vez que el productor o distribuidor regule la circulación de envases, envolturas y cajetillas en el término de seis meses a partir de su vigencia.*

*Para evitar el contrabando y posterior decomiso las autoridades competentes de Hacienda y Crédito Público, levantarán el inventario correspondiente, sin perjuicio de la información que los productores, importadores y distribuidores al por mayor deberán enviar al Director Ejecutivo de Ingresos, de sus existencias en bodegas, almacenes, tiendas y supermercados.*

*No será permitida la entrada al país de tales productos cuando la póliza respectiva sea de fecha posterior al año de haber entrado en vigencia este Reglamento si no incluyen la información y los mensajes requeridos.*

**Artículo 34.-** *A efecto de dar cumplimiento al Artículo 7 inciso a), del presente Reglamento, todos los medios de comunicación que se encuentren funcionando al entrar éste en vigencia, serán inscritos mediante nota en papel simple dirigida al Director General del IHADFA, suscrita por el dueño o Representante Legal respectivo.*

**Artículo 35.-** *Después de ser publicado este Reglamento por el Diario Oficial la Gaceta, se le dará amplia difusión por todos*

