



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”



La Congresista de la República que suscribe, **NORMA MARTINA YARROW LUMBRERAS**, integrante del Grupo Parlamentario Renovación Popular, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con artículos 22 literal c), 67, 75 y 76 numeral 2 del Reglamento del Congreso de la República, presenta el siguiente proyecto de ley:

LEY QUE GARANTIZA LA PROHIBICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE EDAD A TRAVÉS DE COMPRAS VIRTUALES Y ENTREGAS DELIVERY

Artículo 1. Objeto de la Ley

El objeto de la presente ley es modificar el artículo 2° y 5° de la Ley N.º 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.º 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

“Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en la presente Ley son de aplicación a todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que fabriquen, comercialicen, distribuyan, suministren o consuman bebidas alcohólicas **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:



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

- 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.”

(...)



Firmado digitalmente por:
JAUREGUI MARTINEZ DE
AGUAYO Maria De Los Milagros
Jackeline FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 10:35:21-0500

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. - reglamentarias y complementarias



Firmado digitalmente por:
HERRERA MEDINA Noelia
Rosaura FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 14:03:20-0500

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



Firmado digitalmente por:
BAZAN CALDERON Diego
Alonso Fernando FAU 20181740128
soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 10:48:34-0500



Firmado digitalmente por:
MUÑANTE BARRIOS Alejandro
FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/02/2025 16:33:08-0500



Firmado digitalmente por:
YARROW LUMBRERAS Norma
Martina FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/02/2025 15:08:39-0500



Firmado digitalmente por:
MUÑANTE BARRIOS Alejandro
FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/02/2025 16:33:19-0500



Firmado digitalmente por:
TRIGOZO REÁTEGUI Cheryl
FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 09:03:00-0500



Firmado digitalmente por:
CICCIA VASQUEZ Miguel
Angel FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/02/2025 17:58:43-0500



Firmado digitalmente por:
ZEBALLOS APONTE Jorge
Arturo FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 09:33:59-0500



Firmado digitalmente por:
CORDOVA LOBATON Maria
Jessica FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 09:51:41-0500



Firmado digitalmente por:
CHIRINOS VENEGAS Patricia
Rosa FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 10:12:06-0500



Firmado digitalmente por:
MEDINA MINAYA Esdras
Ricardo FAU 20181740128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2025 10:07:51-0500



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. ANTECEDENTES:

1.1.- Alcoholismo en la adolescencia

El consumo de alcohol en la adolescencia puede tener consecuencias devastadoras para la salud física y mental de nuestros jóvenes. Durante esta etapa crucial de desarrollo, el alcohol puede causar daños irreparables.

Entre los principales factores de riesgo encontramos: Presión de grupo, curiosidad y rebeldía, acceso fácil y problemas familiares.

El Ministerio de Salud, detalla el incremento del consumo de bebidas alcohólicas como se describe a continuación:

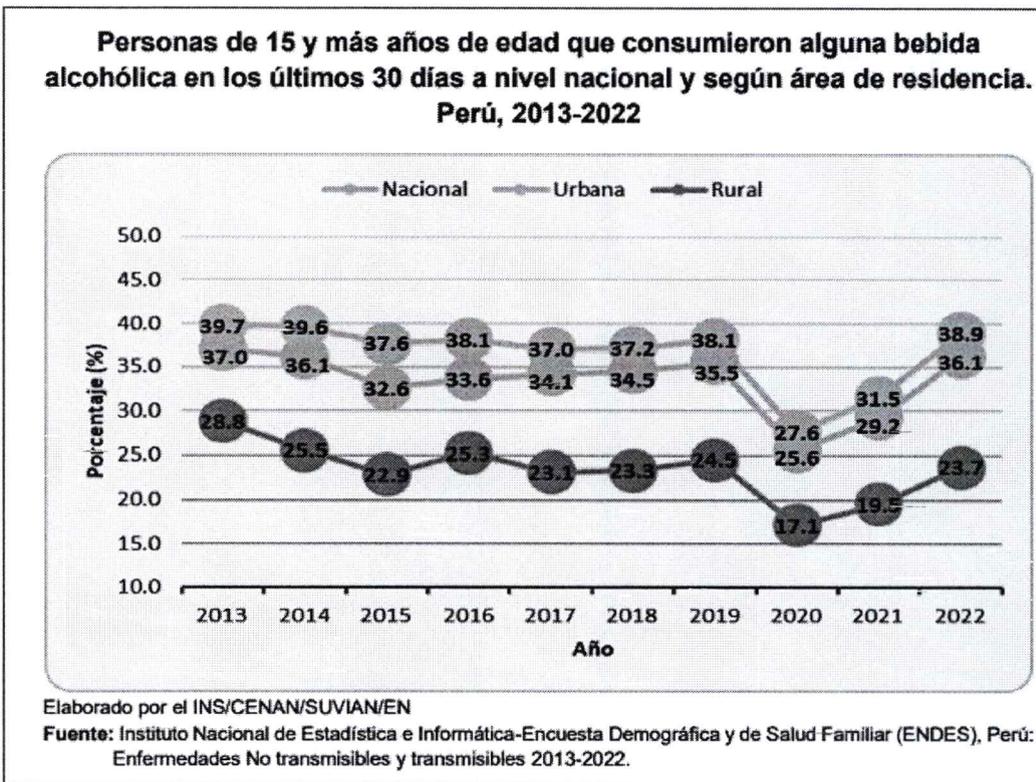
Los establecimientos de salud del Ministerio de Salud (Minsa) atendieron 43 207 casos de trastornos por consumo de alcohol durante el 2024, lo que constituye un incremento del 9.4 %, comparado con el año anterior.

De la cifra total, el 76 % corresponde a varones y el 24 % a mujeres, siendo los principales grupos etarios atendidos: adultos (21 007), jóvenes (11 328) y adolescente (6073). En tanto, las regiones de Cusco, Arequipa, La Libertad, Ayacucho y Junín son las que presentan mayor número de casos atendidos.¹

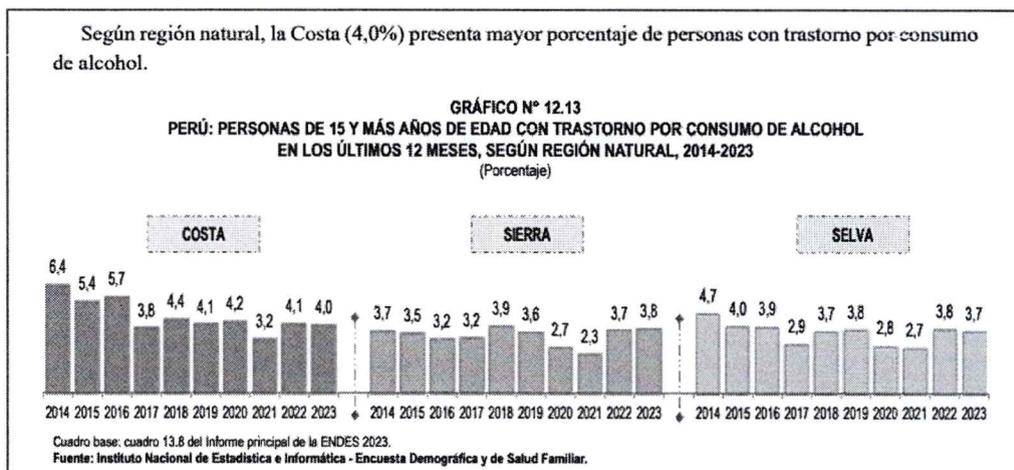
Esto forma parte del aumento indiscriminado de la venta por aplicativos y entrega a domicilio (delivery), que actualmente no cuenta con un procedimiento o impedimento específico para la venta de las bebidas alcohólicas, hechos tangibles en el día a día, ya que dicho comercio virtual, no se encuentra en la norma y que pretendemos modificar e incorporar los impedimentos que no lo tienen, así como de su entrega por delivery, que no cuenta con una supervisión ni control.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta demográfica y de salud familiar- ENDES 2013-2022, demuestra que la tendencia al consumo de bebidas alcohólicas no disminuye en ningún año desde el 2013 al 2022, ver siguiente cuadro:

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



Entre los años 2014 y 2022, de acuerdo a los grupos de edad, la proporción de consumo de alcohol en el último mes se mantuvo estable. Asimismo, se puede observar que, en todos los periodos evaluados, el consumo de alcohol fue mayor en las personas de 20 a 49 años, disminuyendo entre los 50-59 años, asimismo fue menor entre los adultos mayores (60 años y más) y adolescentes (15-19 años), también distribuidos en nuestras regiones.





NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

A nivel nacional la tendencia, sigue la de misma manera, el exceso de alcohol daña las células cerebrales. Esto puede llevar a problemas de comportamiento y daño permanente a la memoria, el pensamiento y el juicio. Los adolescentes que beben tienden a tener mal rendimiento en el colegio y sus comportamientos

No podemos negar que el avance del comercio electrónico, será parte de nuestro mercado interno y, sobre todo, una habitualidad diaria de la demanda comercial, la compra de todo tipo de productos, ante ellos las ventas y entrega a domicilio a través de la virtualidad debe y tiene que tener mecanismos de control y supervisión por parte de las autoridades.

2.2.- Uso de las tecnologías en los hogares²

En el año 2023, el uso de Internet y la adopción generalizada de las Tecnologías de Información y Comunicación se han convertido en esenciales para el desarrollo de nuestras actividades diarias.

Las redes y la infraestructura de comunicación se emplean de manera intensiva en diversas áreas, incluyendo la producción, la educación, la salud, el empleo, el comercio, las finanzas, el gobierno y el entretenimiento, entre otros. En este contexto, la Encuesta Nacional de Hogares - ENAHO 2023 muestra que el 95,6% de los hogares del país, tenían acceso al menos a alguna de las siguientes tecnologías: telefonía fija, móvil, Internet o televisión por cable, en el área urbana fue de 97,9% y en el área rural de 87,1%, existiendo una brecha de 10,8 puntos porcentuales a favor de los hogares ubicados en el área urbana.

La distribución y entrega de los productos de bebidas alcohólicas a los domicilios debe cumplir con la norma existente, respecto a la prohibición de venta y comercialización a menores de edad, actualmente no se encuentra en forma literal, ni en su reglamento, ni los filtros necesarios para cumplirla, las tecnologías permiten la programación de filtro y cumplir con la prohibición.

2.3.- Aumento del comercio electrónico (eCommerce) ³

Para el año 2028, se prevé que se alcanzarán los USD 205 millones en ventas minoristas e-commerce en América Latina, duplicando la cifra de 2023. Además, durante la pandemia, se observó un aumento generalizado en el uso de pagos digitales en el comercio electrónico en todo el mundo; y en el Perú, el número de pagos digitales

² “Perú: Acceso y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares y por la población, 2011-2023; <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7396285/6306464-peru-acceso-y-uso-de-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-y-por-la-poblacion-2011-2023.pdf>

³ “Aumento del Comercio Electrónico”; <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t68>



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

por persona mostró un crecimiento constante, alcanzando un promedio de 266 pagos digitales por persona en el 2023.

En el Perú, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo, evidenciado por un aumento constante en las ventas online desde 2005, hasta alcanzar aproximadamente USD 13 000 millones en el 2023. Este incremento se atribuye a la facilidad de manejo de redes sociales, la mayor confianza de los consumidores en el uso de tarjetas de crédito y débito, así como a un cambio en las formas de venta impulsado por la pandemia. Las ventas al por menor por internet, especialmente en categorías como electrónica de consumo, moda y productos multimedia, han cuadruplicado su valor total entre 2013 y 2019, representando el 2,3% de las ventas minoristas al cierre de este último año. Además, las preferencias de métodos de pago han experimentado cambios, con una disminución en el uso de crédito y un aumento en el uso de débito y billeteras digitales. Se proyecta que el mercado de e-commerce en Perú continuará expandiéndose, esperándose alcanzar los USD 10 900 millones en ventas para 2028, siendo Perú una de las economías que están empezando a destacar en comercio electrónico. La digitalización de pagos se presenta como un aspecto clave para el impulso del crecimiento económico, la inclusión financiera y el desarrollo empresarial, destacando la importancia de un enfoque integrado entre el sector público y privado.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) define al comercio electrónico como la producción, distribución, mercadeo, venta o entrega de bienes y/o servicios por cualquier medio electrónico a empresas, hogares, individuos, gobiernos, etc. Eso significa que, para poder realizar comercio electrónico, no es necesario tener una tienda online sofisticada, ya que cualquiera puede hacerlo mediante redes sociales. Asimismo, los avances en las tecnologías de la información y comunicación han permitido el desarrollo del mercado electrónico, lo cual se manifiesta en el incremento de la oferta y demanda de bienes y servicios por Internet.

En el periodo 2005-2013 hubo un crecimiento leve en el valor de las ventas online, pasando de 109,1 a USD 800 millones; y en el periodo 2013-2019 se observa un crecimiento moderado al pasar de 800 a USD 4000 millones, lo cual se debió fundamentalmente a la facilidad que tuvieron muchos jóvenes en el manejo de las redes sociales y a la mayor confianza de los consumidores para adquirir tarjetas de crédito y débito en el Perú. Para el año 2021 hubo un crecimiento abrupto, alcanzando la cifra récord de ventas online de USD 9300 millones, es decir, un crecimiento anual de 55 % respecto al 2020; esto se debió principalmente al cambio en la forma de ventas que se produjo a raíz de la pandemia. Finalmente, al cierre del año 2023 se alcanzó la cifra de USD 13 000 millones, con un crecimiento más pequeño del 7% con respecto al 2022.

“...“Más del 75% de peruanos compran online al menos una vez al mes”

Durante el 2023, fueron cerca de 20 millones de peruanos los que realizaron algún tipo de transacción en línea.



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

El mercado eCommerce peruano tuvo un gran impulso desde el inicio de la pandemia, crecimiento que ha venido consolidándose en los años siguientes. Durante el 2023, fueron cerca de 20 millones de peruanos los que realizaron algún tipo de transacción en línea, lo que representó un incremento del 30 % con respecto al año anterior. No obstante, en el 2023 no se evidenció un fuerte crecimiento en las compras en línea por parte de los peruanos, fundamentalmente por la complicada coyuntura política y económica que se vivió en el país. Y es para este 2024, que se espera recuperar la senda del crecimiento, con estimaciones de transacciones online que superen los 23 mil millones de dólares.

“Hábitos de compra online en el Perú”

De acuerdo a la última evaluación sobre el comportamiento de las compras online en el Perú, realizado por el Centro de Transformación Digital de la Cámara de Comercio de Lima se observa que: el 19.60 % tiene de 18 a 24 años, el 34.50 % tiene de 25 a 34 años, el 25.90 % tiene de 35 a 44 años, el 11.30 % tienen de 45 a 54 años, el 6.90 % tienen de 55 a 64 años, y el 1.80 % tienen más de 64 años.

Con respecto a la frecuencia de compra, se observó que compran en periodos semanal (15.80 %), quincenal (18.90 %), mensual (40.50 %), bimensual (11.90 %), entre otros. Con respecto al ticket mensual de compra online, el 21.30 % gasta menos de S/250; el 22.50 % gasta de 250 a 500 soles; el 20.60 % invierte de 500 a 750 soles; el 18.90 % gasta de 750 a mil soles; y el 16.70 % invierte más de S/1,000 por mes...⁴.

Al respecto, es necesario señalar que el artículo 21° del Código de los Niños y Adolescentes ⁵, establece como derechos del niño y el adolescente la atención integral de su salud y precisa que cuando esto se encuentren enfermos con limitaciones físicas o mentales, impedidos o cuando se trate de dependencias toxicas, recibirán tratamiento y rehabilitación.

Podemos inferir, que, a partir de la afirmación del citado artículo, que la venta en este caso virtual y de la entrega a través del delivery sin control o supervisión es un asunto

⁴ “Más del 75% de peruanos compran online al menos una vez al mes”; <https://lacamara.pe/mas-del-75-de-los-compradores-online-peruanos-compran-al-menos-una-vez-al-mes-mediante-esta-modalidad/>

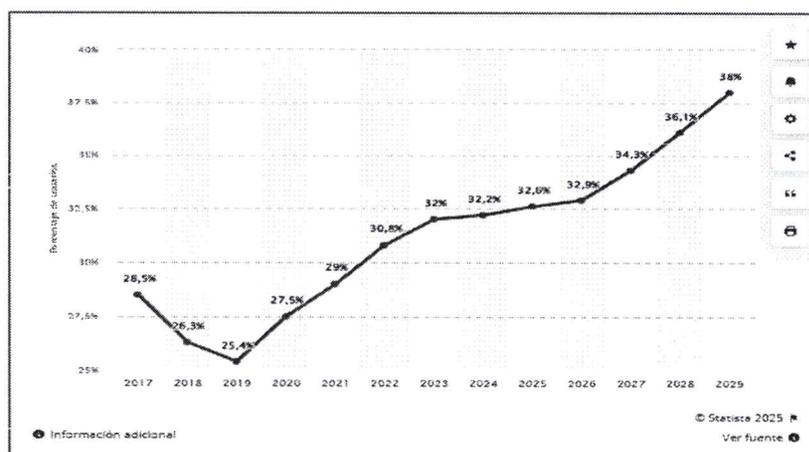
⁵ Ley N.º 27337, Código de los Niños y Adolescentes”: Artículo 21.- A la atención integral de salud. - El niño y el adolescente tienen derecho a la atención integral de su salud, mediante la ejecución de políticas que permitan su desarrollo físico e intelectual en condiciones adecuadas. Cuando se encuentren enfermos, con limitaciones físicas o mentales, impedidos, o cuando se trate de dependientes de sustancias tóxicas, recibirán tratamiento y rehabilitación que permita su participación en la comunidad de acuerdo a sus capacidades. Corresponde al Estado, con la colaboración y el concurso de la sociedad civil, desarrollar los programas necesarios para reducir la mortalidad y prevenir las enfermedades; educar a la familia en las prácticas de higiene y saneamiento; y combatir la malnutrición, otorgando prioridad en estos programas al niño y al adolescente en circunstancias especialmente difíciles y a la adolescente-madre durante los periodos de gestación y lactancia.

⁶ ¿Por qué ofrecerle licor a un niño o adolescente es tan grave como el maltrato físico? <https://www.icbf.gov.co/ser-papas/efectos-negativos-y-riesgos-del-consumo-de-alcohol-en-ninos-y-adolescentes>

de protección al consumidor y de publicidad, que afecta y vulnera los derechos del niño y adolescente e ínsita a la dependencia y alteración de la salud.

Es así que, en la actualidad mediante el envío a domicilio, los menores de edad adquieren bebidas alcohólicas, por ello la necesidad de poner un freno a esta venta que perjudica la salud del adolescente generando consecuencias negativas emocional, psicológica y biológica.⁶

Tasa de penetración del comercio electrónico en Perú entre 2017 y 2029⁷



Según Statista Digital Market Insights, la tasa de penetración del comercio electrónico en Perú se incrementará entre 2023 y 2029 en un total de seis puntos porcentuales. *Tras diez años consecutivos de crecimiento, se estima que la tasa de penetración en el sector e-commerce alcance un 38% en 2029.*

Dada las cifras expuestas podemos afirmar que el crecimiento del comercio electrónico será masivo, hasta llegar a un máximo porcentual, superando el 30%, por tanto, tener restricciones de venta electrónico a menores de edad, esta propuesta pone en análisis, especialmente en bebidas alcohólicas, su venta indiscriminada sin los controles que amerita estos productos que es de exclusivo consumo de mayores de edad.

Es evidente que el crecimiento de la venta electrónica será continuo y permanente, pero este no debe ser ilimitado, exclusivamente para la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, las autoridades deben tener los mecanismos normativos para su impedimento y sanción.



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

2.4.- Propósito de la incorporación y/o modificación de la presente iniciativa legislativa

La Ley 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, cuyo propósito es advertir y minimizar los daños que producen a la salud integral del ser humano, a la desintegración de la familia y los riesgos para terceros priorizando la prevención de su consumo, a fin de proteger a los menores de edad. No determina el alcance de la norma al comercio electrónico, como consecuencia de los avances tecnológico descritos líneas arriba, respecto a la venta virtual y entrega de los productos en forma delivery, que se esta volviendo masivo y atractivo para las personas e involucra a menores de edad sin las medidas de control y supervisión en estas acciones.

⁷ “Comercio electrónico: Cifras clave del comercio electrónico”; <https://es.statista.com/previsiones/1461209/tasa-de-penetracion-del-comercio-electronico-en-peru#:~:text=El%20mercado%20de%20Bebidas%20contiene%20la%20venta,la%20electr%C3%B3nica%20comprende%20la%20venta%20de%20dispositivos>

Por ello la presente propuesta establece incorporar en el artículo 2° y 5°, de la Ley N.º 28681, Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, específicamente la venta virtual y entrega a domicilio de las bebidas alcohólicas a menores de edad.

El reglamento de la Ley N.º 28691, tampoco establece ningún procedimiento de control o supervisión de las ventas bajo el comercio electrónico, ni de la entrega en forma delivery, la propuesta establece la adecuación de la misma.

Por consiguiente, el impacto que generaría en el control de ventas de bebidas alcohólicas a través de la virtualidad, fortalece la protección que como Estado (Autoridades Regionales y Locales) le compete ante los menores de edad, y dar seguridad de cualquier adicción y consecuencia indirectas en el consumo de productos ilegales y sobre todo protegiendo a la población estudiantil.

Nuestra Constitución del Perú esta en defensa de salud y seguridad de la población, por ende, es su obligación irrestricta por lo que la presente propuesta de modificatoria no es contraria a ella, todo lo contrario, fortalece la normas para su ejecución y aplicación a favor de las familias peruanas

II. EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA QUE SE PROPONE SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La propuesta legislativa no afecta las disposiciones contenidas en la Constitución Política del Perú, ni en el ordenamiento jurídico vigente, toda vez que su finalidad es



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

prevenir la venta virtual de las bebidas alcohólicas a los menores de edad, así como de la entrega del producto a domicilio, bajo control y supervisión de los sectores competentes, productos exclusivos para mayores de edad y horario en restringido.

Su impacto generaría mayor filtros comerciales y amplitud de competencia en la sanción y supervisión por parte de las autoridades en las ventas virtuales o electrónicas,

III. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 75 del Reglamento del Congreso de la República, realizaremos un análisis que identifique los efectos sobre las personas o grupos de personas en las que impactará la norma propuesta, de acuerdo al siguiente detalle:

COSTO	BENEFICIO
La presente iniciativa legislativa no genera gasto alguno al erario nacional, y se encuentra dirigida a garantizar el acceso al agua potable por parte de los sectores públicos responsables y en su propia jurisdicción	Presente proyecto de ley contribuye a la prevención a los efectos negativos de las bebidas alcohólicas, ya que el consumo de alcohol está asociado al consumo de otras sustancias, drogas legales e ilegales, indirectamente combatiendo una de las causas de la delincuencia juvenil
Se trata de la implementación y perfeccionamiento de leyes vigentes, y de la adecuación al avance tecnológico vigentes, y que su implementación amplía el campo de acción mas no gasto alguno ni aumento del presupuesto.	La presente iniciativa legislativa busca atender y proteger a los menores de edad (niños y adolescentes), previniendo el consumo de alcohol ante el crecimiento y evolución de la sociedad ante el consumo indiscriminado o adicción que pueda generar, evitando las acciones de delincuencia que podría derivarse de los efectos de estas bebidas.



NORMA YARROW LUMBRERAS
Congresista de la República

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

	La iniciativa legislativa busca fortalecer que la venta de bebidas alcohólicas sea exclusivamente para adultos, dentro de los estándares de control y supervisión como lo señalan las normas vigentes, otorgando mayor marco normativa para la aplicación de las autoridades competentes
--	--

Respecto al análisis, debemos señalar que, dado los aspectos cuantitativos esbozados en la propia propuesta, no genera ningún gasto al Estado, e incremento presupuestal a los sectores involucrado, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 79 de la Constitución Política del Perú.

IV. RELACIÓN CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

La iniciativa legislativa se enmarca en las siguientes políticas de estado del Acuerdo Nacional:

27. Erradicación de la producción, el tráfico y el consumo ilegal de drogas,
Establece lo siguiente:

V.I. CONCORDANCIA CON LA AGENDA LEGISLATIVA PARA EL PERIODO ANUAL DE SESIONES 2024 – 2025

Con la Agenda Legislativa para el Período Anual de Sesiones 2024 – 2025, aprobado mediante Resolución Legislativa del Congreso N.º 006-2023-2024-CR, la propuesta se encuentra en concordancia con el tema 67, 69 y 96:

- **Agenda Legislativa: 67.** Defensa y Protección de la Familia, la Niñez, la Adolescencia y la Juventud.
- **Agenda Legislativa: 69.** Economía Social de Mercado, Protección de los Consumidores y usuarios
- **Agenda Legislativa: 96.** Lucha Contra el Narcotráfico y el Consumo de Drogas