

SUMARIO EJECUTIVO:

DEPENDENCIA CON PRONTA ENTREGA

Un análisis de la comercialización ilegal de productos de tabaco por medio de apps de delivery



Todos los años, el tabaquismo causa la muerte de más de **ocho millones de personas** en el mundo¹. En Brasil, en solamente un año, fueron **156.216** fallecimientos, el equivalente a **428** al día². Restricciones a la publicidad de cigarrillos y otros productos de tabaco están en vigor en Brasil desde los años 2000 y, hoy, se permite solamente la exposición de las cajillas en los puntos de venta. Aun así, la industria del tabaco busca maneras de burlar la legislación, promocionar sus productos y aumentar sus ventas, especialmente a los jóvenes.

Este informe tuvo como objetivo analizar justamente una de las estrategias que se vienen usando de manera ilegal para alcanzar ese objetivo: **la venta de cigarrillos y otros productos de tabaco, incluyendo cigarrillos electrónicos, por medio de apps de delivery en Brasil.**

La comercialización por internet de productos fumígenos, incluso por medio de apps, es prohibida en Brasil. Además, la venta de dispositivos electrónicos para fumar (DEFs) está vetada por cualquier medio desde 2009, por medio de una resolución de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa). Pero, con el dinamismo que permite internet, esas normas no siempre se cumplen. **Distintas opciones de productos fumígenos pueden ser encontradas en apps como Rappi, iFood y James.**

JUSTIFICACIÓN

Analizar cómo ese comercio ilegal por apps ocurre es especialmente relevante en este momento por varias razones:

- Desde hace alrededor de tres décadas, Brasil viene registrando una curva descendente en la prevalencia de fumadores. Pero, en 2019, se relató **un aumento de 0,5 puntos porcentuales** que interrumpió la serie histórica de caída. Hubo un **incremento en el porcentaje de jóvenes adultos fumantes (de 18 a 24 años) en 15 capitales brasileñas**, un dato extremadamente preocupante³.
- Durante la pandemia, el uso de apps de delivery creció mucho en Brasil. En São Paulo, ciudad más poblada del país, el número de instalaciones de esa clase de app en dispositivos móviles en la semana del día 25 de abril de 2020, cuando la pandemia ya estaba establecida en el país, **augmentó 700%**, en comparación con el período pre pandemia (semana de 2 de febrero). Además, según relevamiento del [Instituto Locomotiva](#), **las compras hechas por medio de apps crecieron 30% durante el primer mes de aislamiento social**⁴.

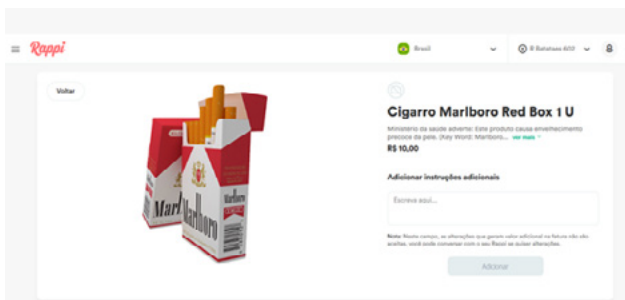
Reuniendo esos datos con el hecho de que los jóvenes son algunos de los principales usuarios de apps de delivery, queda clara la importancia de evaluar cómo ocurre la venta por ese medio y sugerir recomendaciones para aplicar efectivamente las normas que prohíben esa práctica.

METODOLOGIA

- Fueron realizadas compras de cigarrillos y otros productos fumígenos por medio de tres apps de delivery, iFood, Rappi y James, seleccionados por popularidad y disponibilidad de productos de tabaco, en dos ciudades brasileñas, **São Paulo (Província de São Paulo)** y **Niterói (Província de Río de Janeiro)**
- La selección de productos apuntó a buscar amplitud y variedad. La búsqueda se realizó por medio de palabras clave **cigarro, puros, pipa, narguile, tabaco, cigarro electrónico, vape, esencias, e-juices, e-cig, Juul y Nikbar**.
- La investigación se realizó en el mes de **agosto de 2020**, quinto mes desde el inicio de la implementación de medidas de enfrentamiento al Covid-19.
- Las compras se realizaron alternando **dinero en efectivo, tarjetas de crédito y de débito**. Para recibir los productos comprados, se buscó variar entre el propio comprador y terceros, incluyendo la entrega con dirección distinta a la dirección registrada del comprador.

RESULTADOS

- La promoción de los productos de tabaco se da por medio de la exposición de fotos y descripción de los productos, que son vendidos por distintos establecimientos comerciales, como tiendas especializadas, cigarrerías, supermercados y bares.



Producto de tabaco vendido por Rappi

- **Todas las plataformas analizadas ofrecen algún producto de tabaco**, como cajillas, paquetes de 10 cajillas, tabaco picado, puros, cigarrillos electrónicos (productos de tabaco calentado no se encontraron), líquidos y esencias para cigarrillo electrónico y narguile.



Productos de tabaco adquiridos por medio de app de delivery

- En la mayor parte de las oportunidades, el producto vino acompañado por la factura. **Pero, para algunas compras, en especial las de cigarrillos electrónicos, la factura no se entregó. En un caso específico, cuando se la solicitó al vendedor, él afirmó que no podría emitirla, pues el producto no era 'avisado' (refiriéndose a la ausencia de registro obligatorio ante Anvisa)** y trató de justificarse al afirmar que estaba tratando de vender el resto de sus existencias (supuestamente para luego dejar de vender ese producto).
- **Las compras fueron entregadas a los compradores o a terceros - integrantes de la familia, funcionarios y porteros - sin que el mensajero solicitara la comprobación de mayoría de edad, incluso en el caso en que el producto se entregó a un adulto joven (19 años).**
- Un análisis de los términos de uso de los tres apps tuvo los siguientes resultados:
 - Los términos de Rappi determinan que usuarios menores de 18 años no pueden adquirir productos de tabaco ni bebidas alcohólicas.
 - Los términos de iFood determinan que usuarios menores de 18 años no pueden adquirir bebidas alcohólicas, pero no mencionan productos de tabaco.
 - Los términos de James determinan que los usuarios deben ser mayores de 16 años, sin citar productos que solamente podrían ser adquiridos por adultos.

DISCUSIÓN

Como se mencionó antes, la única forma de propaganda comercial de productos fumígenos derivados o no de tabaco que se permite en Brasil es la exposición del producto en los puntos de venta, y la comercialización por medio de internet no se permite. De esa manera, **la oferta de cigarrillos y demás productos de tabaco por medio de apps viola las normativas importantes de defensa y protección de la salud de la población brasileña.**

Además, el hecho de que los pedidos efectuados durante esta investigación se hayan realizado sin ninguna forma de advertencia cuanto a la edad, y de que las entregas se hayan realizado sin solicitar comprobante de mayoría de edad, sugiere **una fragilidad del servicio en cuanto a la protección de niños y adolescentes a productos que causan dependencia.**

En iFood, como se comentó antes, los términos de uso ni siquiera mencionan el tema de la venta de productos de tabaco a menores, mientras que en James **menores de edad tienen acceso directo a la compra de productos**, una vez que los términos establecen edad mínima de 16 años, y no de 18 años, para el registro. Aunque se autodefinen como plataformas de tecnología solamente para intermediación entre vendedores, entregadores y usuarios, eso no justifica las prácticas verificadas, pues los apps exhiben distintos productos de consumo de manera publicitaria y, de esa manera, impulsan y facilitan el acceso a ellos, además de beneficiarse con las ventas.

RECOMENDACIONES

Ante la ampliación del uso de apps de delivery, inclusive entre jóvenes, y el consecuente acceso a los productos fumígenos derivados o no del tabaco, incluyendo los dispositivos electrónicos de fumar (DEFs), **medidas de prevención, fiscalización y aplicación de san-**

ciones ante violaciones de las normas vigentes en el país son urgentes.

Además, el aumento de la accesibilidad, la amplitud de oferta y la agilidad de entrega ofrecidos por los apps refuerzan aún más que el servicio necesita **profundizar las discusiones de regulación de su práctica**.

En este contexto, la participación del Ministerio Público y de organizaciones de defensa del consumidor puede contribuir no solo para notificar y multar pero, también para reforzar medidas educativas a la población consumidora de servicios de delivery, actuando en el sentido de denunciar violaciones y orientar y proteger al consumidor.

[ACT Promoção da Saúde](#) entiende que medidas pueden ser adoptadas por las autoridades competentes con el objetivo de:

1. **Cohibir la oferta** de productos fumígenos derivados o no de tabaco en apps de delivery;
2. **Desarrollar sistemas de seguimiento eficaces** para identificar la promoción de productos de tabaco en plataformas de servicios de delivery;
3. **Fiscalizar de manera rutinaria los apps de delivery y aplicar sanciones** cuando se verifiquen prácticas ilegales;
4. **Exigir canales de denuncia** de prácticas ilegales en el app;
5. **Realizar campañas educativas** para alertar a la población sobre la relación de las distintas formas de promoción de los productos de tabaco;
6. **Implementar la prohibición completa de toda forma de publicidad, divulgación y patrocinio de productos fumígenos derivados o no de tabaco**, incluyendo todos los medios tecnológicos, como las redes sociales y apps.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Tobacco: key facts, WHO, May 2020. Disponible en: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>
2. Pinto, M. et.al. A carga de doença atribuível ao uso do tabaco no Brasil e potencial impacto do aumento de preços por meio de impostos. Documento técnico IECS nº21. Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria, Buenos Aires, Argentina. Maio de 2017. Disponível em: <https://www.iecs.org.ar/wp-content/uploads/Reporte-completo.pdf>.
3. Brasil, VIGITEL – Vigilância De Fatores De Risco E Proteção Para Doenças Crônicas Por Inquérito Telefônico. Ministério da Saúde, 2019. Disponible en: http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel_brasil_2019_vigilancia_fatores_risco.pdf (figura presentada en reunión técnica por André Szklo el 03/06/2020, adaptada a partir del banco de datos).
4. Agência Brasil. Compras por aplicativos têm alta de 30% durante pandemia, diz pesquisa. 29 de abril de 2020. Disponible en: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/compras-por-aplicativos-tem-alta-de-30-durante-pandemia-diz-pesquisa>.

Realización:



Apoyo:

