

Situación de la provincia de Mendoza en materia de políticas de control de tabaco

La epidemia del tabaquismo es un problema global para la salud pública que afecta a casi 9 millones de personas anualmente. La evidencia científica establece de manera inequívoca que el consumo y la exposición a humo de tabaco causan enfermedad, discapacidad y muerte con consecuencias devastadoras a nivel social, económico y ambiental. A su vez, el tabaquismo golpea especialmente a los grupos sociales más vulnerables, por lo que genera un círculo vicioso de pobreza y enfermedad, y es por eso que ha sido internacionalmente reconocido como una barrera para el desarrollo sustentable¹.

En Argentina, la edad de inicio en esta adicción es cada vez más baja, situándose alrededor de 12 años². La constante publicidad de productos de tabaco a la que están expuestos/as niñas, niños y adolescentes³ tiene gran injerencia ya que las acciones publicitarias incentivan la iniciación y naturalizan el consumo de estos productos. Es por eso que la industria tabacalera, cuyos intereses

son irreconciliables con la salud pública, continúa desarrollando estrategias de marketing innovadoras a través de diversos canales comunicacionales para aumentar el consumo de sus productos.

Además, un tercio de la población de Argentina se encuentra expuesta al humo de tabaco ajeno. La Organización Mundial de la Salud, a través del Convenio Marco para el Control de Tabaco, recomienda su completa eliminación en las áreas públicas y privadas cerradas de acceso público para proteger a no fumadores y a fumadores. Esta medida reduce el consumo de tabaco al tiempo que desnaturaliza la conducta y desincentiva el inicio en niñas, niños y adolescentes⁴.

La promoción de políticas de control de tabaco, con su correcta implementación y fiscalización, constituye la respuesta más efectiva para proteger el derecho humano a la salud.

La provincia en números

Según la última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, el **26,8%** de la población mayor de 18 años mendocina consume tabaco, cifra superior al promedio nacional⁵. Entre los y las adolescentes de entre 12 y 17 años, el consumo de tabaco es del 24,9% y aumenta aún más entre los y las jóvenes de 18 a 24, cuyo consumo de tabaco en el mes se ubica en un 36,9%⁶.

Por otro lado, con relación a los niveles de exposición al humo ajeno, las y los mendocinas/os se ven afectados en el trabajo en un 25,3%. Por último, se registró que un 44% de las personas mayores de 18 años que acudieron a comercios donde se venden cigarrillos percibieron publicidad⁷.



Marco legal provincial

La provincia de Mendoza adhirió a la Ley Nacional Nro. 27.687 mediante la Ley 8.382 sancionada en el 2011, la cual establece una restricción parcial de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco e incluye la implementación de ambientes 100% libres de humo.

Esta normativa no contempla la prohibición completa de publicidad ni la exhibición de productos en puntos de venta (kioscos y aplicaciones móviles) y tampoco contempla la regulación de los nuevos productos.



Kioscos

En un estudio realizado en la Ciudad de Mendoza en 2019⁸, se encontró que el 31% de los puntos de venta relevados no cumple con la normativa vigente. Además, la exhibición de producto como elemento de decoración se detectó como una de las estrategias más utilizadas, llegando a un porcentaje del 87% de los puntos relevados en Mendoza.



Foto 1 y 2. Exhibición de cigarrillos (tradicionales y saborizados) a la venta. Mendoza, mayo de 2021.

Aplicaciones móviles

Un estudio realizado por FIC Argentina en el 2021 comprobó que en la provincia de Mendoza el **100%** de las apps exhiben productos de tabaco, el **100%** venden y entregan estos productos a menores sin comprobar la edad y el **73%** venden promociones y combos (por ejemplo de cigarrillos y encendedores USB).⁹



Durante el mes de Agosto de 2022, FIC Argentina realizó un nuevo relevamiento de aplicaciones de comercio móvil en la ciudad de Mendoza, específicamente a través de Pedidos Ya. En el estudio, se constató que en **ninguna** de las compras se **solicitó una forma de identificación fehaciente (como la utilización de un documento nacional de identidad) ni la edad** de la persona que se registra que permitiera identificar si el usuario/a era o no mayor de 18 años de edad.

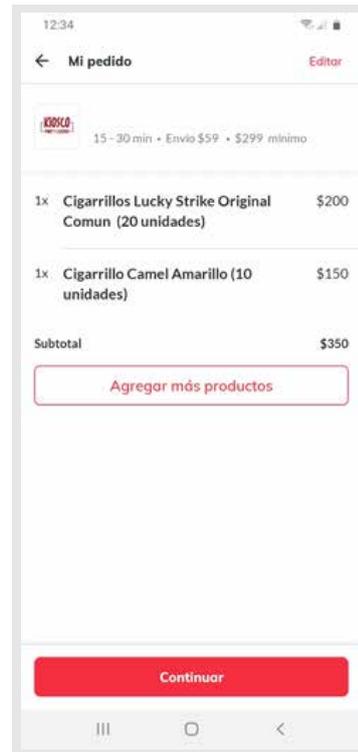


Foto 3. Productos disponibles en Pedidos Ya, Mendoza en el marco del estudio mencionado.

Foto 4. Productos elegidos para su compra en Pedidos Ya, Mendoza en el marco del estudio mencionado.

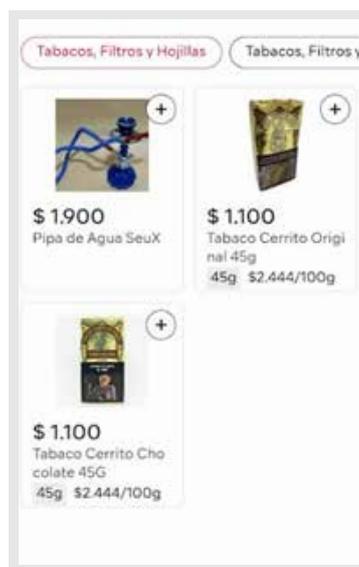
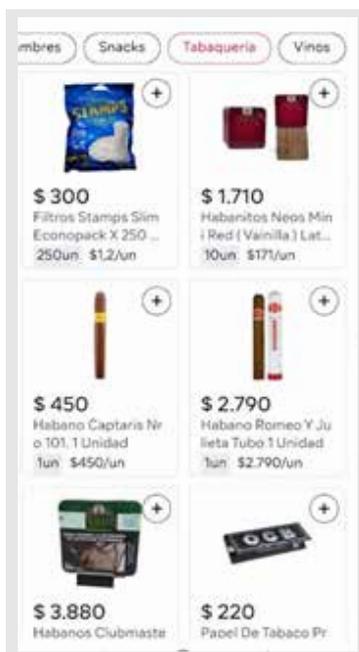


Foto 5. Productos de tabaco ofrecidos. Pedidos Ya Mendoza.

En el caso de Pedidos Ya Mendoza, para acceder a la vista de los productos de tabaco era necesario ingresar en la opción "validar edad". Sin embargo, cuando se ingresa allí solo se solicita seleccionar si la persona es o no mayor de edad, sin ningún tipo de verificación.



Foto 6. Requisito de validación de edad para mostrar los productos de tabaco. Pedidos Ya Mendoza.

En la totalidad de las compras en la ciudad de Mendoza, los productos de tabaco fueron entregados a personas **menores de edad** sin consultar ni constatar la edad, ni solicitar la presencia de una persona mayor de edad de quien recibía la compra.

Posteriormente a la compra, los usuarios de la aplicación recibieron **cupones de descuento** que podían ser utilizados en la compra de productos de tabaco.

Recomendaciones para Mendoza

- › Prohibir de forma completa toda publicidad y exhibición de productos de tabaco en los puntos de venta, incluidas las aplicaciones móviles .
- › Incluir a los nuevos productos de tabaco en la normativa provincial de Control de Tabaco.
- › Incluir en la normativa mecanismos apropiados para su efectiva implementación y fiscalización, especialmente velar por prohibición de venta a menores de edad.

Referencias

- 1 Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco para el Control de Tabaco.OMS,2003. Disponible en https://www.who.int/fctc/text_download/es/
- 2 SEDRONAR, Estudio Nacional Informe de Resultados N° 1 en población de 12 a 65 años, sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas. 2017. Disponible en <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/2017-10-05ZEncuestaZHogaresZconZcuestionario.pdf>
- 3 Organización Mundial de la Salud.Directrices para la aplicación del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. OMS,2008. Disponible en https://www.who.int/fctc/treaty_instruments/article_13_es_r.pdf?ua=1
- 4 Guidelines for Implementation of Article 8 Guidelines on the Protection from Exposure to Tobacco Smoke: WHO Framework Convention on Tobacco Control Availablehttp://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/article_8/en/
- 5 Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación; 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo; 2018.
- 6 SEDRONAR, ESTUDIO NACIONAL EN POBLACIÓN DE 12 A 65 AÑOS SOBRE CONSUMO DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS. INFORME RESULTADOS PROVINCIALES: MENDOZA. ARGENTINA, 2017
- 7 Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación; 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo; 2018.
- 8 FIC. Reporte de investigación: Protocolo observacional de publicidad, promoción y patrocinio en kioscos de 6 localidades de Argentina. 2019. Disponible en https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2019/09/1909_protocolo_corto_PPP.pdf
- 9 FIC Argentina; Publicidad, compra y venta de productos de tabaco en aplicaciones de delivery: análisis en siete ciudades de Argentina; 2021. Disponible: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2021/03/2103_reporte_apps_tabaco.pdf