



## Mayo de 2019

A medida que las comunidades de California toman la iniciativa de restringir la venta de productos de tabaco con sabor, se enfrentan a un escepticismo y oposición importantes. La industria tabacalera, junto con los grupos del sector comercial que frecuentemente financian, participan activamente en la oposición a las pólizas a nivel local, especialmente cuando las pólizas buscan restringir los productos con mentol junto con otros sabores. A continuación se presentan algunas preguntas y creencias comunes que surgieron durante las campañas locales de tabaco con sabor. Las respuestas sugeridas tienen el propósito de ayudar a abordar efectivamente los argumentos de los oponentes en contra de prohibir la venta de productos de tabaco con sabor. La combinación de estas respuestas con las historias personales de los miembros de la comunidad es la forma más efectiva de contrarrestar estos argumentos. El Centro cuenta con recursos adicionales para prohibir las ventas de productos de tabaco saborizado y las ordenanzas de concesión de licencias para los comerciantes de tabaco disponibles en [www.Center4TobaccoPolicy.org](http://www.Center4TobaccoPolicy.org).

### Prohibir la venta de productos de tabaco saborizado no es efectivo y no mantendrá al tabaco fuera del alcance de los menores.

- Más del 80% de los jóvenes que han usado un producto de tabaco comenzaron con un producto de tabaco saborizado. El 82% de los adolescentes declara que los sabores son la razón por la que usan cigarrillos electrónicos.<sup>1</sup>
- Los sabores, incluido el mentol, reducen o enmascaran la dureza y el sabor naturales del tabaco, lo que facilita que los jóvenes inicien y mantengan el consumo de tabaco.<sup>2</sup>
- Los usuarios de mentol en los EE. UU. menores de 18 años de edad ya han indicado que el 66% de ellos dejaría de usar estos productos si se aplicara una prohibición.<sup>3</sup>
- En 2013, la ciudad de Nueva York adoptó una prohibición sobre la venta de productos de tabaco saborizado que mostró resultados positivos. Después de que la póliza entró en vigencia, un estudio encontró que los adolescentes en la ciudad tenían menos probabilidades de probar un producto de tabaco saborizado y de usar cualquier tipo de producto de tabaco.<sup>4</sup>

### Los sabores no son sólo para niños; a los adultos también les gustan los sabores de los cigarrillos electrónicos y ayuda a los adultos a dejar de fumar.

- Los cigarrillos electrónicos no están aprobados por la Administración Federal de Alimentos y Medicamentos como un dispositivo para dejar de fumar y ninguna compañía que fabrica cigarrillos electrónicos ha solicitado que se considere como un tratamiento aprobado y efectivo para dejar de fumar.<sup>4</sup>
- El Informe del Director general de Salud pública de 2016 sobre los cigarrillos electrónicos concluyó que los sabores se encuentran entre las razones más comúnmente citadas para el uso de cigarrillos electrónicos entre los jóvenes y adultos jóvenes.<sup>4</sup>
- Si bien los sabores pueden atraer a personas de todas las edades, los niños y adolescentes tienen una mayor preferencia por los sabores dulces y usan cigarrillos electrónicos saborizados más que los adultos.<sup>5</sup>
- Los estudios demuestran que los cigarrillos electrónicos con sabor a caramelo, fruta y mentol atraen a los adolescentes más que los cigarrillos electrónicos con sabor a tabaco o con sabor a alcohol.<sup>6</sup>

- El 80% de los jóvenes de secundaria y preparatoria que han consumido productos de tabaco saborizados terminaron consumiendo tabaco más adelante en la vida.<sup>7</sup>
- Permitir que los productos de tabaco saborizados dañinos, cuyo estímulo en el inicio del consumo de tabaco en los jóvenes está probado, permanezca en el mercado con la esperanza de que los adultos los usen para dejar de fumar cigarrillos no es una estrategia defendible de salud pública.
- Los usuarios adultos de cigarrillos electrónicos aún tendrán acceso a líquidos electrónicos sin sabor, y aquellos que deseen dejar de fumar tienen una amplia gama de terapias aprobadas por la FDA que pueden elegir para dejar de fumar.<sup>7</sup>

**Ya existen leyes vigentes que impiden que los jóvenes tengan acceso a productos de tabaco, como la ley estatal que aumentó la edad mínima de venta a 21 años y las leyes locales que prohibían las ventas de tabaco cerca de las escuelas. No necesitamos prohibir más productos; solo tenemos que hacer un mejor trabajo haciendo cumplir las leyes existentes.**

- Nuestras leyes vigentes son efectivas; sin embargo, las amenazas para la salud pública son de gran alcance y están arraigadas, ya que la prevención del tabaco requiere el uso de múltiples enfoques para salvar vidas.<sup>8</sup>
- Si bien se espera que la edad para comprar tabaco reduzca significativamente el acceso de los jóvenes al tabaco, la realidad es que el cumplimiento varía y puede ser particularmente difícil en las zonas urbanas y rurales de bajos ingresos donde el consumo de tabaco entre los jóvenes es mayor.<sup>8</sup>
- El cumplimiento es difícil de medir. Se informa ampliamente que las encuestas sobre la compra por parte de los jóvenes subestiman el acceso de estos porque los comerciantes les venden a los jóvenes que conocen personalmente, lo que demuestra que la edad mínima de venta no se aplica de manera suficiente.<sup>8</sup>
- Los datos de las encuestas sobre la compra de tabaco por parte de los jóvenes a nivel del condado muestran que las ventas ilegales de tabaco a menores de edad todavía ocurren a tasas elevadas.<sup>8</sup>
- La restricción de las ventas en tabaco con sabor a mentol y saborizado junto con otras pólizas de control del tabaco es el mejor enfoque para salvar vidas.

**Muchas de estas tiendas de conveniencia solo venden bocadillos a los jóvenes; son los adultos principalmente los que compran productos de tabaco.**

- La mejor manera de que las comunidades locales reduzcan las compras de productos de cigarrillos electrónicos a menores de edad es mediante la inclusión específica de estos productos en sus ordenanzas locales de licencias para la venta.

- 152 ciudades y condados de todo el estado han tomado medidas para regular estos productos a través de sus leyes locales de venta de tabaco. Estas jurisdicciones han visto reducciones en las tasas de compra por parte de los jóvenes de hasta un 58%.<sup>12</sup>
- Por ejemplo, muchos barrios afroamericanos y de bajos ingresos tienden a tener más comerciantes de tabaco. Un estudio de investigación del año 2010 incluso encontró que había más tiendas de tabaco cerca de las escuelas, atrayendo a los jóvenes para experimentar con el tabaco.<sup>8</sup>
- La tasa de ventas ilegales a menores en 2015 en todo el estado fue de 14.8% en tiendas de tabaco. Las tiendas de conveniencia que venden gasolina, vendieron tabaco a menores un 8.8% del tiempo y las tiendas de conveniencia que no venden gasolina vendieron tabaco a menores de edad casi el 10% del tiempo. Estos son números que podemos cambiar.<sup>8</sup>
- La mejor manera de que las comunidades locales reduzcan las compras de productos de tabaco saborizado es mediante la inclusión específica de estos productos en sus ordenanzas locales de otorgamiento de licencias para la venta.

**Es más probable que los jóvenes accedan a los productos de tabaco a través de una “fuente social” o de Internet que en las tiendas locales.**

- La industria tabacalera tiene una historia de desviar la atención de los comerciantes que se benefician de las ventas a los jóvenes al enmarcar el tema del acceso de los jóvenes como un problema “social” de los jóvenes que comparten productos de tabaco, padres descuidados y transeúntes despreocupados que compran cigarrillos para los menores.<sup>9</sup>
- Muchos de estos productos de tabaco ahora se promocionan en las redes sociales y se comparten entre amigos, lo que aumenta el uso de estos cigarrillos electrónicos.<sup>9</sup>
- Al restringir la venta de productos de tabaco saborizado, se hará a estos productos menos atractivos para los jóvenes y habrá menos jóvenes interesados en comprar estos productos. Las ventas ilegales a menores no son la única fuente que utilizan los menores para obtener tabaco, pero siguen siendo las más altas. Este es un problema de salud pública, y los comerciantes de tabaco pueden ser parte de la solución.

**Los usuarios de tabaco saborizado simplemente ordenan los productos en línea o visitan las comunidades vecinas que no han prohibido la venta de tabaco saborizado.**

- Las ventas en línea son solo una parte del problema, y tenemos que empezar por solucionar estos problemas en nuestro propio patio trasero.
- Aunque muchos usuarios tienen acceso a comprar cigarrillos electrónicos en línea, la Encuesta Nacional Juvenil del Tabaco de 2018 indica que, el 14.8% de los usuarios de cigarrillos electrónicos de escuelas secundarias y preparatorias menores de 18 años informan que obtuvieron cigarrillos electrónicos en

una tienda de vapeadores en el último mes y 8.4% en una estación de servicios o tienda de conveniencia.<sup>10</sup>

### **Los empleados no deben ser castigados si venden a menores.**

- Los dueños de los comercios alegan que se cometen errores porque los empleados están ocupados trabajando y no pueden verificar los documentos de identidad de todos. Este argumento sería inaceptable en los casos de venta ilegal de armas o alcohol, y debería ser igual de inaceptable para las ventas ilegales de tabaco.<sup>10</sup>
- El hecho es que son los dueños de los comercios, y no los empleados, los responsables de lo que ocurre en sus negocios. Todo el mundo es responsable de vender a los clientes menores de edad y los propietarios de tiendas deben capacitar a los empleados para que soliciten una identificación y deben cumplir los requisitos de edad mínima, incluso durante las horas punta. Al limitar el acceso a los productos, se limita la oportunidad para que los jóvenes obtengan estos productos.<sup>10</sup>
- Los empleados deben tener la capacitación adecuada para asegurarse de que no venden a los menores.

### **Los productos de tabaco, especialmente los productos de tabaco saborizado, son una fuente clave de ingresos para muchas tiendas de conveniencia que corren el riesgo de cerrar su negocio si pierden estos ingresos.**

- Según la Asociación Nacional de Tiendas de Conveniencia, la venta de tabaco representó el mayor porcentaje de ventas, pero los productos solo representaron un pequeño porcentaje de las ganancias reales en comparación con otros productos.<sup>11</sup>
- El servicio de alimentos representó el 33.9% de las ganancias brutas, lo que muestra que estos comerciantes no dependen completamente del tabaco.<sup>11</sup>
- Mientras que los productos de tabaco fueron el 34.1% de las ventas en tienda, solo representan 17.1% de la ganancia bruta.<sup>11</sup>
- Muchas de estas compras realizadas en la tienda son para alimentos y bebidas, y más del 65% de los alimentos comprados se consumen inmediatamente después de la compra.<sup>11</sup>
- Los comerciantes de tabaco y las comunidades deben trabajar juntos para crear asociaciones que respalden a los entornos de comercio saludable, para no depender de los productos de tabaco dañinos y aplicar adecuadamente la edad mínima para adquirir productos de tabaco.<sup>11</sup>

### **Prohibir los sabores es realmente un problema federal o estatal y debe dejarse en manos de la FDA o la Legislatura del Estado.**

- El gobierno federal no puede regular la fabricación de productos de tabaco, pero los gobiernos estatales y locales pueden regir las prácticas de venta al por menor de tabaco.
- Los funcionarios electos locales pueden y deben tomar medidas para reducir las ventas de estos productos mortales.
- En 2009, la FDA prohibió los cigarrillos saborizados, excluyendo el mentol, que dejó una gran cantidad de productos saborizados en el mercado, como los cigarrillos y los cigarrillos electrónicos. Ahora, nueve años después, la FDA anunció la intención de tomar medidas adicionales para reducir la muerte y las enfermedades causadas por el consumo de tabaco saborizado en nuestra nación. Muchas ciudades y condados de California ya han tomado la iniciativa de adoptar prohibiciones de sabores debido a una gran necesidad y otros lugares deben seguir el ejemplo para garantizar la seguridad de los menores y otros.<sup>12</sup>
- Veinte años y docenas de intentos le tomó a la legislatura antes de poder mover cualquier legislación importante para el control del tabaco antes de 2016. No podemos esperar a que la legislatura actúe, mientras que más jóvenes se vuelven adictos al tabaco.<sup>12</sup>

### **Las personas tienen derecho a usar estos productos independientemente de sus impactos sobre la salud, y no debe ser responsabilidad del gobierno decirle a la gente qué debe hacer. Si alguien quiere suicidarse usando estos productos, es su derecho.**

- Según el Informe del Director General de Salud de 2014, más del 90% de los fumadores comenzaron a fumar antes de los 21 años.<sup>4</sup> No estamos hablando de adultos; estamos hablando de jóvenes que pueden no reconocer plenamente las consecuencias de sus acciones.
- La industria utiliza el marketing engañoso para atraer a nuevos usuarios, especialmente a los jóvenes, para usar estos productos.

### **Se debe dejar a criterio de los padres, no a las tiendas ni a los dueños de las tiendas, para que garanticen que los niños no tengan acceso a estos productos. ¿Dónde están los padres en todo esto?**

- En 2016, la industria del tabaco gastó \$9.5 billones de dólares en la comercialización de sus productos.<sup>13</sup> Los padres hacen lo mejor que pueden, pero no pueden ir en contra una industria de un billón de dólares que busca enganchar a sus hijos.

## Si la venta de productos de tabaco saborizado está prohibida, surgirán mercados negros locales para satisfacer la demanda a través de las ventas ilegales de tabaco saborizado.

- No hay evidencia de que se formen mercados negros en las comunidades que han adoptado estas pólizas.
- El argumento de que se formarán mercados negros es uno que se usa sistemáticamente contra las pólizas de control del tabaco, pero a menudo es muy exagerado. La historia nos demuestra que esto simplemente no funciona.<sup>14</sup>
- La evidencia muestra que el contrabando y otra evasión fiscal solo reducen la cantidad total de nuevos ingresos adicionales netos que recibe el estado de los aumentos de los impuestos al cigarrillo, no se acercan a la eliminación de las ganancias por los ingresos ni hacen improductivos los aumentos de los impuestos.<sup>14</sup>
- El informe de 2015 del Consejo Nacional de Investigación y del Instituto de Medicina (NRC-IOM) encontró que la gran mayoría de los estados con tasas más bajas de impuestos a cigarrillos, actuales o propuestas, tienen poco que preocuparse por las infraestructuras de contrabando o los patrones de evasión de impuestos.<sup>14</sup>

## Los consumidores de tabaco afroamericanos prefieren abrumadoramente el mentol. La prohibición de estos productos distingue injustamente a los usuarios de tabaco afroamericanos.

- La industria tabacalera ha estado usando el mentol para apuntar a la comunidad afroamericana durante décadas. Patrocinan eventos, bajan los precios del tabaco y aumentan la publicidad en los puntos de venta en comunidades con poblaciones afroamericanas más grandes.<sup>15</sup>
- Muchos fumadores afroamericanos son adictos a los productos de mentol, que se han asociado con mayores riesgos para la salud y una mayor dificultad para dejar de fumar.<sup>15</sup>
- El apoyo para la prohibición de productos de mentol es más fuerte entre las poblaciones que más lo utilizan.<sup>16</sup>
- Las compañías tabacaleras también han utilizado estas tácticas para dirigirse a otras comunidades como las comunidades de lesbianas, gays, bisexuales, transgénero y homosexuales, así como las comunidades hispanas/latinas, e isleñas del Pacífico asiático.<sup>16</sup>

## Bibliografía

1. Ambrose, BK, et al. *El uso de productos de tabaco aromatizado entre los jóvenes estadounidenses de 12 a 17 años, 2013-2014*. Revista de la Asociación Médica Americana, 2015. 314(17): p. 1871-1873.
2. Farley, SM y M. Johns, *Evaluación de la prohibición de venta de productos de tabaco saborizado a Nueva York*. Control del tabaco, 2016: p. tobaccocontrol-2015-052418.
3. King, BA, SR Dube, y MA Tynan, *El consumo de cigarrillos saborizados entre los adultos de EE. UU.: Hallazgos de la Encuesta Nacional de Tabaco en Adultos 2009-2010*. Investigación de la nicotina y el tabaco, 2012. 15(2): p. 608-614.
4. Youth, E.-C.U.A, U.D.o. Salud, y Servicios H., *Informe del Director General de Salud – Resumen Ejecutivo*. Atlanta, GA: Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU., Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades, Centro Nacional para la Prevención de Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud, Oficina de Tabaquismo y Salud, 2016.
5. Hoffman, AC, et al. *Preferencias de sabor en jóvenes versus adultos: una revisión*. Control del tabaco, 2016. 25(Suppl 2): p. ii32-ii39.
6. Villanti, AC, et al., *El uso de productos de tabaco saborizado entre los adultos jóvenes de los Estados Unidos*. Revista Americana de Medicina Preventiva, 2013. 44(4): p. 388-391.
7. Delnevo, CD y M. Hrywna, “*Todo un humo*” o un cigarrillo disfrazado: cómo RJ Reynolds replantea la imagen de pequeños cigarrillos. Revista Americana de Salud Pública, 2007. 97(8): p. 1368-1375.
8. Departamento de Salud Pública de California. <https://www.cdph.ca.gov/Programs/CCDPHP/DCDIC/CTCB/CDPH%20Document%20Library/ResearchandEvaluation/FactsandFigures/2018YATPSChartsADA.pdf>
9. Jidong Huang, Zongshuan Duan, Julian Kwok, Steven Binns, Lisa E Vera, Yoonsang Kim, Glen Szczytko, Sherry L Emery, “*Vaping versus JUULing: cómo el extraordinario crecimiento y la comercialización de JUUL transformaron el mercado minorista de cigarrillos electrónicos en Estados Unidos*”. Tobacco Control, 2016.
10. FDA, “*Modificaciones a la póliza de cumplimiento para ciertos productos considerados: Guía para la industria, borrador de la guía*”, 13 de marzo de 2019
11. Dentro de la tienda. [www.convenience.org/Research/FactSheets/InsidetheStore](http://www.convenience.org/Research/FactSheets/InsidetheStore).
12. *Asociación estadounidense del pulmón, el Centro*. Matriz de ordenanzas locales que restringen el tabaco saborizado 2018. <https://center4tobaccopolicy.org/wp-content/uploads/2018/11/Matrix-of-Local-Ordinances-Restricting-Flavored-Tobacco-2018-11-14.pdf>
13. Comisión Federal de Comercio. [Informe de cigarrillos de la Comisión Federal de Comercio para 2016 Cdc-pdf \[PDF - 589 KB\] Externo](https://www.ftc.gov/pressroom/2016/06/16-cdc-report). Washington: Comisión Federal de Comercio, 2018
14. *Niños sin tabaco*, “*Respuestas a las acusaciones de la compañía tabacalera en contra del aumento estatal del impuesto a los cigarrillos*” 2018.
15. Yerger VB, Malone RE. Grupos de liderazgo afroamericanos: fumando con el enemigo. Tobacco Control 2002; 11: 336-345.
16. *Asociación estadounidense del pulmón, el Centro*. Contrarrestar los argumentos en oposición a las restricciones de tabaco saborizado 2017. <https://center4tobaccopolicy.org/wp-content/uploads/2017/08/Countering-Arguments-in-Opposition-to-Flavored-Tobacco-Restrictions-2017-08.pdf>