

# SUMÁRIO EXECUTIVO:

## DEPENDÊNCIA À PRONTA-ENTREGA

Uma análise da comercialização ilegal de produtos de tabaco por meio de aplicativos de entrega



Todos os anos, o tabagismo causa a morte de mais de **oito milhões** de pessoas no mundo<sup>1</sup>. No Brasil, em apenas um ano, foram **156.216** óbitos, o equivalente a **428** por dia<sup>2</sup>. Restrições à publicidade de cigarros e outros produtos de tabaco estão em vigor no Brasil desde os anos 2000 e, hoje, é permitida apenas a exposição dos maços nos pontos de venda. Ainda assim, a indústria do tabaco busca maneiras de burlar a legislação, promover seus produtos e aumentar suas vendas, especialmente para jovens.

Este relatório teve como objetivo analisar justamente uma das estratégias que vêm sendo utilizadas de maneira ilegal para fazer isso: **a venda de cigarros e outros produtos de tabaco, incluindo cigarros eletrônicos, por meio de aplicativos de entrega no Brasil.**

**A comercialização pela internet de produtos fumígenos, inclusive por meio de aplicativos, é proibida no país.** Além disso, a venda de dispositivos eletrônicos para fumar (DEFs) é vedada por qualquer meio desde 2009, por meio de uma resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Contudo, com o dinamismo que a internet propicia, essas normas nem sempre são cumpridas. **Diversas opções de produtos fumígenos podem ser encontradas em aplicativos como Rappi, iFood e James.**

### JUSTIFICATIVA

Analisar como essa comercialização ilegal por aplicativos acontece é especialmente relevante neste momento por vários motivos:

- ☒ Há cerca de três décadas, o Brasil vem registrando uma curva descendente na prevalência de fumantes. Em 2019, no entanto, foi relatado **um aumento de 0,5 pontos percentuais** que interrompeu a série histórica de queda. Houve um **incremento no percentual de jovens adultos fumantes (de 18 a 24 anos) em 15 capitais brasileiras**, um dado extremamente preocupante<sup>3</sup>.
- ☒ Durante a pandemia, o uso de aplicativos de entrega cresceu muito no Brasil. Em São Paulo, cidade mais populosa do país, o número de instalações desse tipo de aplicativo em dispositivos móveis na semana do dia 25 de abril de 2020, quando a pandemia já estava estabelecida no país,  **aumentou 700%**, em comparação com o período pré-pandemia (semana de 2 de fevereiro). Além disso, segundo levantamento do Instituto Locomotiva, **as compras feitas por meio de aplicativos cresceram 30% durante o primeiro mês de isolamento social**<sup>4</sup>.

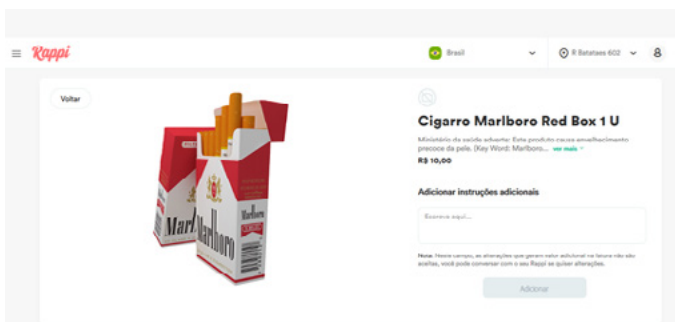
Reunindo esses dados com o fato de que os jovens são alguns dos principais usuários de aplicativos de entrega, fica clara a importância de avaliar como acontece a venda por esse meio e sugerir recomendações para aplicar efetivamente as normas que proíbem essa prática.

## METODOLOGIA

- ☒ Foram realizadas compras de cigarros e outros produtos fumígenos por meio de três aplicativos de entrega, **iFood**, **Rappi** e **James**, selecionados por popularidade e disponibilidade de produtos de tabaco, em duas cidades brasileiras, **São Paulo (SP)** e **Niterói (RJ)**.
- ☒ A escolha dos produtos visou buscar amplitude e variedade. A busca foi feita por meio das palavras-chaves **cigarro**, **charuto**, **cachimbo**, **narguilé**, **tabaco**, **cigarro eletrônico**, **vape**, **essências**, **e-juices**, **e-cig**, **Juul** e **Nikbar**.
- ☒ A pesquisa foi realizada no mês de **agosto de 2020**, quinto mês após o início da implementação das medidas de enfrentamento à Covid-19.
- ☒ As compras foram realizadas alternadamente com **dinheiro em espécie**, **cartão de crédito** e **de débito**. Para o recebimento dos produtos comprados, buscou-se variar entre o próprio comprador e terceiros, incluindo entrega com endereço diferente do comprador.

## RESULTADOS

- A promoção dos produtos de tabaco se dá por meio da exposição de fotos e descrição dos produtos, que são vendidos por diferentes tipos de estabelecimentos comerciais, como lojas especializadas, tabacarias, supermercados e lanchonetes.



Produto de tabaco vendido pelo Rappi

- **Todas as plataformas analisadas oferecem algum produto de tabaco**, como maço de cigarros, pacotes com 10 maços, fumo picado, charuto, cigarros eletrônicos (produtos de tabaco aquecido não foram encontrados), líquidos e essências para cigarro eletrônico e narguilé.



Produtos de tabaco adquiridos por meio de aplicativo de entrega

- Na maioria das vezes, o produto veio acompanhado da nota fiscal. **Entretanto, para algumas compras, em especial as de cigarros eletrônicos, a nota não foi entregue. Em um caso específico, quando solicitada ao vendedor, ele alegou que não poderia emití-la, pois o produto não era “anvisado” (referindo-se a ausência de registro junto à Anvisa)**, e tentou se justificar dizendo que não estava ciente disso e estava tentando vender o restante de seu estoque (supostamente para parar de vender posteriormente).
- **As compras foram entregues aos compradores ou a terceiros – membros da família, funcionários e porteiros – sem que houvesse sido solicitada a comprovação de maioria, mesmo no caso em que o produto foi entregue a um adulto jovem (19 anos).**
- Uma análise dos termos de uso dos três aplicativos teve os seguintes resultados:
  - Os termos do Rappi determinam que usuários menores de 18 anos não podem adquirir produtos de tabaco nem bebidas alcoólicas.
  - Os termos do iFood determinam que usuários menores de 18 anos não podem adquirir bebidas alcoólicas, mas não fazem menção a produtos de tabaco.
  - Os termos do James determinam que os usuários devem ser maiores de 16 anos, sem citar produtos que só poderiam ser adquiridos por adultos.

## DISCUSSÃO

Como mencionado anteriormente, a única forma de propaganda comercial de produtos fumígenos derivados ou não de tabaco permitida no país é a exposição do produto nos pontos de venda, e a comercialização por meio da internet não é permitida. Dessa forma, **a oferta de cigarros e demais produtos de tabaco por meio de aplicativos viola normativas importantes de defesa e proteção da saúde da população brasileira.**

Ademais, o fato dos pedidos efetuados durante esta pesquisa terem sido realizados sem nenhuma forma de advertência quanto à questão da idade, bem como as entregas terem ocorrido sem a solicitação de comprovante de maioria, sugere **uma fragilidade do serviço quanto à proteção de crianças e adolescentes a produtos que causam dependência.**

No iFood, conforme previamente comentado, os termos de uso sequer mencionam a questão de venda de produtos de tabaco para menores, enquanto que no James **menores de idade têm acesso direto à compra de produtos**, uma vez que os termos estabelecem idade mínima de 16, e não de 18 anos, para o cadastro. Ainda que se auto-definam como plataformas de tecnologia somente para intermediação entre vendedores, entregadores e usuários, isso não justifica as práticas verificadas, pois os aplicativos exibem diferentes produtos de consumo de forma publicitária e, com isso, promovem e facilitam o acesso a eles, além de se beneficiarem das vendas.

## RECOMENDAÇÕES

Face à ampliação do uso de aplicativos de entrega, inclusive entre jovens, e o consequente acesso aos produtos fumígenos derivados ou não de tabaco, incluindo os DEFs, **medidas de prevenção, fiscalização e aplicação de sanções diante de violações das normas vigentes no país são urgentes.**

Além disso, o aumento da acessibilidade, da amplitude de ofertas e da agilidade de entrega prometidos pelos aplicativos reforçam ainda mais que o serviço precisa **aprofundar as discussões regulatórias de sua prática**.

Nesse contexto, o envolvimento do Ministério Público e de organizações de defesa do consumidor pode contribuir não apenas para autuar, mas também para reforçar medidas educativas da população consumidora de serviços de entrega, atuando no sentido de denunciar violações e orientar e proteger o consumidor.

A ACT Promoção da Saúde entende que medidas podem ser adotadas pelas autoridades competentes com o objetivo de:

1. **Coibir a oferta** de produtos fumígenos derivados ou não do tabaco em aplicativos de entrega;
2. **Desenvolver sistemas de monitoramento eficazes** para identificar a promoção de produtos de tabaco em plataformas de serviços de entrega;
3. **Fiscalizar rotineiramente os aplicativos de entrega e aplicar sanções** quando verificadas práticas ilegais;
4. **Exigir canais de denúncia** de práticas ilegais no aplicativo;
5. **Realizar campanhas educativas** para alertar a população sobre a relação das diversas formas de promoção dos produtos de tabaco;
6. **Implementar a proibição completa de toda forma de publicidade, divulgação e patrocínio de produtos fumígenos derivados ou não de tabaco**, incluindo todos os meios tecnológicos, como as redes sociais e aplicativos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Tobacco: key facts, WHO, May 2020. Disponível em: <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. Disponível em: [http://bvsmis.saude.gov.br/bvsmis/publicacoes/vigitel\\_brasil\\_2019\\_vigilancia\\_fatores\\_risco.pdf](http://bvsmis.saude.gov.br/bvsmis/publicacoes/vigitel_brasil_2019_vigilancia_fatores_risco.pdf) (figura apresentada em reunião técnica por André Szklo em 03/06/2020, adaptada a partir do banco de dados).
4. Agência Brasil. Compras por aplicativos têm alta de 30% durante pandemia, diz pesquisa. 29 de abril de 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/compras-por-aplicativos-tem-alta-de-30-durante-pandemia-diz-pesquisa>.

Realização:



Apoio:

