

El peligroso y ascendente millonario negocio de los cigarrillos electrónicos

Tras 7 muertos y 530 casos de enfermedad pulmonar por usar cigarrillos electrónicos con sabores, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, ha decidido iniciar una guerra contra el *vapeo* y planea prohibir lo que se está convirtiendo en amenaza letal para la salud de sus usuarios.

POR CRISTINA RODRÍGUEZ / CORRESPONSAL EN NUEVA YORK



Con casi el 4% de los adultos estadounidenses, o más de 9 millones de personas, que usan cigarrillos electrónicos, Estados Unidos cuenta con el mercado de *vapeo* más grande el mundo, y hasta la fecha también con el mayor número de casos de personas cuya salud se ha visto afectada por el consumo de cigarrillos electrónicos con sabores.

Para hacer frente a este problema, la Casa Blanca anunció recientemente que la Administración de Alimentos y Medicamentos del país (FDA) finalizará un plan para detener la venta de todos los sabores no relacionados con el tabaco para evitar nuevos afectados, entre los que se encuentran, sobre todo, jóvenes.

El negocio del “vaping”

El tamaño global del mercado de cigarrillos electrónicos y *vapeo* (que es la acción de usar un cigarro electrónico como si fuera uno normal) se valoró en 10.262 millones de dólares en 2018 y en 2019 esa cifra aumentó a los 19.300 millones de dólares, en comparación con los 6.900 millones de hace solo cinco años. Un estudio realizado por Grand View Research, Inc. estima que este negocio crecerá a una tasa anual del 24,9% entre 2019 y 2025, hasta alcanzar un valor de 47.111 millones en 2025, sobre todo, gracias a la creciente penetración de estos productos entre los millennials que, además, podrían contar en este tiempo con mayor variedad de opciones de cigarrillos electrónicos. Y todo a pesar de las estrictas regulaciones impuestas por las autoridades que, de alguna manera, están frenando el crecimiento del mercado.

El número de usuarios o *vapers*, como se les conoce, ha aumentado rápidamente, de los aproximadamente siete millones en 2011 a los 41 millones en 2018. Una cifra que podría seguir aumentando, según el grupo de investigación de mercado ‘Euromonitor’. En su informe afirman que el número de personas que “vapearán” alcanzará casi los 55 millones en 2021.



Línea de producción en fábrica de productos e-liquid y *vapeo*.

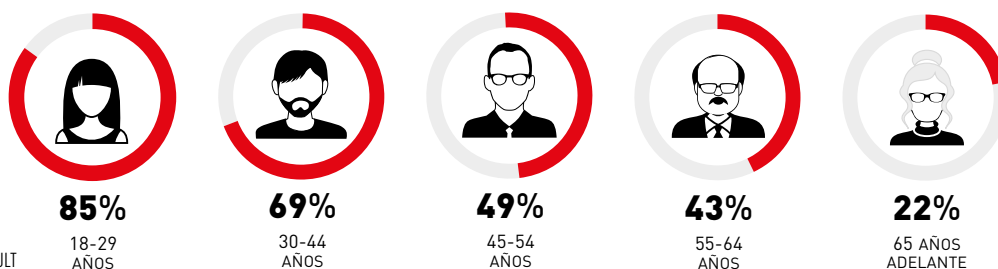
Tal ha sido el ascenso de esta industria en los últimos años que hasta el Diccionario de Oxford seleccionó el verbo en inglés “vape” (*vapear*) como la palabra del año en 2014.

A la vez que este mercado ha ido creciendo, según la Organización Mundial de la Salud ha habido una disminución pequeña pero constante en el número estimado de fumadores de cigarrillos no electrónicos a nivel mundial, a alrededor de mil millones de personas. Y es que muchos han cambiado el tabaco de toda la vida por el *vapeo* como un método para dejar de fumar cigarrillos y, otros, se han iniciado en ello solo por estar de moda.

Estados Unidos, Reino Unido y Francia son los mercados más grandes. En 2018 los *vapers* en los tres países gastaron más de 10.000 millones de dólares en cigarrillos electrónicos y productos de *vapeo*.

La región de América del Norte representó la mayor participación de mercado en términos de ingresos. En 2018 su mercado fue valorado en 4.599 millones de dólares y se espera que mantenga su dominio durante el período ➔

PORCENTAJE DE ADULTOS DE EE.UU. QUE HAN PROBADO O USAN CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS POR EDAD, EN 2018



Fuente:
MORNING CONSULT

Joven usando un
dispositivo de *vapeo* en
Asheville, EE.UU.



→ de pronóstico hasta 2025. Precisamente en Estados Unidos están algunas de las empresas más destacadas que hacen negocio con estas ventas, entre otras Altria Group, Inc. y Philip Morris International Inc., que controlan una parte importante del mercado. A estas hay que añadir otras dedicadas en exclusividad al cigarrillo electrónico, también con sede en Estados Unidos, como son International Vapor Group, NicQuid, JUUL Labs, Inc. o R.J. Reynolds Vapor Company.

La industria se caracteriza por las bajas barreras de entrada para los nuevos participantes en el mercado, ya que se puede establecer un negocio de *vapeo* con inversiones mínimas. La competencia entre los 'jugadores' es alta y las grandes empresas adquieren compañías más pequeñas para aumentar la base de clientes y el alcance geográfico. Las compañías invierten activamente para la mejora continua de productos y el desarrollo de nuevos artículos.

Los jóvenes en el punto de mira de esta industria

El aumento del uso de cigarrillos electrónicos en los últimos años ha sido especialmente destacado entre los más jóvenes, convirtiéndose actualmente en el producto de tabaco más utilizado entre este segmento de población. También ellos han sido los más afectados hasta el momento por las consecuencias del *vapeo* y, los enfermos y muertos reportados en Estados Unidos tienen una edad promedio de 19 años.

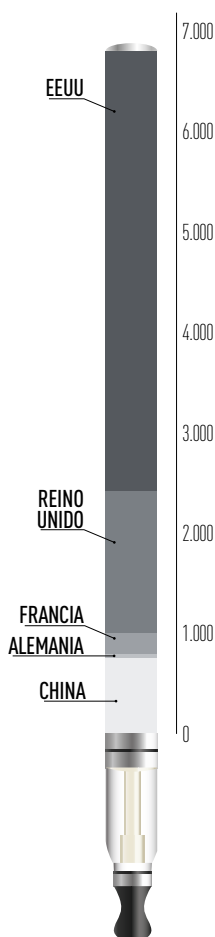
Muchos jóvenes no son conscientes de que los productos que consumen contienen nicotina. De hecho, en una encuesta realizada por Ernst & Young, el 60% de los adolescentes dijeron que creen que los cigarrillos electrónicos están compuestos principalmente de saborizantes y que no tienen nicotina.

Entre 2017 y 2018, el *vapeo* entre los estudiantes de secundaria aumentó en un 78%. En concreto esta cifra pasó del 11,7% hasta el 20,8%. O lo que es lo mismo, 4,9 millones de estudiantes de secundaria usan productos de *vapeo*. El 81% de los usuarios jóvenes de cigarrillos electrónicos atribuyen la disponibilidad de sabores atractivos como caramelo, frutales, chocolate, vainilla, etc. su razón principal para usarlos.

La preocupación principal de muchos médicos y otros expertos en salud es el potencial

Se estima que el número de personas que 'vapearán' podría alcanzar los 55 millones en 2021

TOP 5 en ventas de productos para vapear



Fuente: EUROMONITOR INTERNATIONAL

de desarrollar adicción a la nicotina en los jóvenes y que éste sea su inicio al uso de productos de nicotina más peligrosos. Un informe publicado en 2018 por las Academias Nacionales de Ciencias, Ingeniería y Medicina del país (NASEM) concluyó que "existe evidencia sustancial entre el uso de cigarrillos electrónicos y el aumento del riesgo de usar cigarros de tabaco combustibles entre los jóvenes y los adultos jóvenes".

Una encuesta de ese mismo año desprendía que el 85% de las personas de entre 18 y 29 años ha intentado *vapear*. O lo que es lo mismo, el año pasado, 3,6 millones de jóvenes estadounidenses decían haber usado productos de cigarrillos electrónicos, lo que representa uno de cada cinco estudiantes de secundaria y uno de cada 20 estudiantes de Universidad.

Los que más los consumen son los jóvenes de entre 18 y 24 años. En 2015 un informe de la "Encuesta Nacional de Entrevistas de Salud" afirmaba que el 40% de ellos "vapeaba" a menudo y que nunca fueron fumadores de tabaco regular antes de probarlos.

Entre los 25 a 44 años el uso de cigarrillos electrónicos también ha subido en los últimos años, según datos estadísticos un 4,2% en 2016.

Por su parte, los adultos de entre 45 y 64 años son los que menos consumen los cigarrillos electrónicos con sabores, pero también la tasa ha aumentado entre este sector de población, un 2,8% en 2016. Según datos publicados en 2015, entre los usuarios adultos de cigarrillos electrónicos, el 29,8% eran ex fumadores habituales, el 58,8% eran fumadores actuales, y el 11,4% nunca había fumado cigarrillos.

Selección de suministros de vapeo con sabor en exhibición en una tienda Nueva York, EE.UU.



Señal de zona de fumadores o vapeo dentro del vagón en el tren Tri rail en, Miami, EE.UU.



Regulación en Estados Unidos

Ante los casos de muertes y enfermedades raras de pulmón causadas por el consumo de estos cigarrillos electrónicos reportados en 33 estados del país, el mismo presidente Donald Trump se ha pronunciado a favor de prohibir los cigarrillos electrónicos con sabores.

“El gobierno estadounidense está dejando claro que tenemos la intención de limpiar el mercado de cigarrillos electrónicos con sabores para revertir la epidemia profundamente preocupante del uso de los mismos que está afectando a jóvenes, niños, familias, escuelas y comunidades”, decía junto a Donald Trump en la Casa Blanca Alex Azar, secretario de Salud y Servicios Humanos. “No nos quedaremos sin hacer nada, ya que estos productos se convierten en una vía de acceso a la adicción a la nicotina para toda una generación de jóvenes”, continuaba Azar.

Según el plan, que entraría en vigencia 30 días después de su publicación, los productos de cigarrillos electrónicos con sabor no estarán disponibles para la venta hasta que reciban la aprobación específica de la Administración de

**EEUU,
Reino Unido
y Francia
gastaron
más de
10.000
millones en
cigarrillos
electrónicos**

Alimentos y Medicinas (FDA). La nueva política no afectará a cigarrillos electrónicos con sabor a tabaco y sus fabricantes tendrán hasta el mes de mayo de 2020 para pedir su aprobación.

En estos momentos la industria no está regulada de manera uniforme y los efectos de estos dispositivos están bajo revisión.

Hasta el momento la ley más restrictiva es la del estado de Michigan. Su gobernadora, la demócrata Gretchen Whitmer, decretó la prohibición de la venta de cigarrillos electrónicos, convirtiendo así a su estado en el primero de Estados Unidos que veta estos productos.

Cientos de localidades de otros estados han prohibido la venta de productos de tabaco con sabor, incluidos los cigarrillos electrónicos con esta misma propiedad. Sin embargo, una gran mayoría de la población de Estados Unidos no está cubierta por tales restricciones.

Además, hay ocho estados (California, Louisiana, Kansas, Minnesota, Pennsylvania, West Virginia, North Carolina, Delaware) y la capital, Washington, D.C., que ya están gravando con un impuesto a los cigarrillos electrónicos.

Por otra parte trece estados y 752 municipios han ampliado sus leyes de aire libre de humo para llegar a prohibir también el uso de cigarrillos electrónicos en lugares donde está prohibido fumar. Sin embargo, no hay restricciones de aire limpio que cubran los cigarrillos electrónicos en la mayoría de EEUU. No existen políticas federales comunes que restrinjan el uso de estos cigarrillos (con y sin sabores) en interiores, salvo las políticas particulares en edificios privados o propiedades federales individuales.

El estado de Nueva York, por su parte, anunció hace un par de semanas la prohibición de la venta de estos dispositivos de *vapeo* con sabo- ➔

➔ res, en un intento por “combatir el consumo de estos productos entre los jóvenes”. El gobernador del estado de Nueva York, Andrew Cuomo, emitió una orden ejecutiva y también ordenó a los cuerpos de seguridad que redoblen sus esfuerzos para frenar la venta de estos artículos a los jóvenes y a los menores de edad. Además, adelantó que preparará una nueva legislación para combatir la “publicidad engañosa” de los cigarrillos electrónicos dirigida a jóvenes y niños. “Los fabricantes de cigarrillos electrónicos con sabor a frutas y sabores dulces se están dirigiendo intencionadamente e imprudentemente a los jóvenes y es por eso que estamos tomando medidas para poner fin a esto”, dijo el gobernador. “Además, tiendas sin escrúpulos están vendiendo, conscientemente, productos de *vapeo* a menores de edad”, aseguró Cuomo.

La Administración de Alimentos y Medicamentos establece una edad mínima federal de 18 años para la venta de todos los productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos. Sin embargo, los estados de California, Hawái, Maine, Nueva Jersey y Oregón, a los que se suman al menos 290 localidades más, han establecido una edad mínima de 21 años para la venta de productos con nicotina.

Las cinco ciudades más grandes de los Estados Unidos (Nueva York, Chicago, Los Ángeles, Filadelfia y Houston) tienen la menor cantidad de tiendas de *vapeo* por cada 100.000 ciudadanos. Los minoristas deben verificar las identificaciones con fotografía de todas las personas menores de 27 años que intenten comprar artículos de tabaco, entre los que se incluyen los de *vapeo*. Pero por Internet aún no tiene una nor-

mativa que indique que los vendedores tengan que pedir la verificación de edad para comprar estos productos con nicotina.

Actualmente la FDA puede establecer estándares de productos y regular la fabricación, importación, empaque, etiquetado, publicidad, promoción, venta y distribución de cigarrillos electrónicos, incluidos los componentes y partes de estos.

La regulación incluye requisitos para la revisión previa a la comercialización de los cigarrillos electrónicos como nuevos productos de tabaco. Para recibir la aprobación de comercialización de un nuevo producto, un fabricante deberá demostrar que la comercialización del nuevo artículo sería “apropiada para la protección de la salud pública”, teniendo en cuenta tanto la posibilidad de iniciación de un nuevo producto de tabaco como la mayor o menor probabilidad de que los usuarios existentes de artículos de tabaco actuales dejen de usar tales productos.

A diferencia de los cigarrillos tradicionales, los cigarrillos electrónicos pueden anunciarse en la televisión y la radio. El marketing para estos cigarrillos sin humo no puede hacer afirmaciones de que el producto expone a los usuarios a menos toxinas o reduce el daño del tabaco tradicional. Esto incluye la comercialización de cigarrillos electrónicos que imita alimentos o bebidas. Los artículos de cigarrillos electrónicos con etiquetado o publicidad engañosa pueden tener graves consecuencias bajo la Ley de Control del Tabaco.

Los estados tienen la capacidad de regular el tiempo, el lugar y la forma de comercialización del tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos. Por ejemplo, California y Delaware prohíben que los sitios web y las aplicaciones móviles y en línea dirigidas a menores de edad comercialicen o publiquen cigarrillos electrónicos.

California también prohíbe los anuncios de productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos, en cualquier cartelera al aire libre ubicada a menos de 300 metros de una escuela o parque infantil.

Para hacer frente a toda esta regulación, la industria del “vaporizador” ha formado varias asociaciones que combaten las políticas contra los productos de *vapeo*, y que pretenden regular este sector. **D**

Tienda que anuncia productos de vapeo de la marca Juul en el barrio de Tribeca, Nueva York, EE. UU.

