

# Evaluación del cumplimiento de las prohibiciones de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco:

*Guía práctica para realizar observaciones en internet y en eventos patrocinados y de responsabilidad social corporativa*



# Índice

Cómo usar esta guía .....	1
Introducción .....	2
<b>PASO 1:</b> Determinar su jurisdicción de interés y conocer las regulaciones y prohibiciones de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT) .....	4
<b>PASO 2:</b> Reconocer la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco .....	9
<b>PASO 3:</b> Definir el objetivo de su evaluación de cumplimiento .....	11
<b>PASO 4:</b> Garantizar la obtención de los recursos necesarios .....	12
<b>PASO 5:</b> Seleccionar las muestras y definir el alcance de su evaluación de cumplimiento .....	14
<b>PASO 6:</b> Planificar y definir un cronograma para su evaluación de cumplimiento .....	17
<b>PASO 7:</b> Adaptar los procedimientos y la lista de verificación de observaciones .....	18
<b>PASO 8:</b> Realizar la sesión de capacitación .....	23
<b>PASO 9:</b> Recopilar los datos .....	24
<b>PASO 10:</b> Analizar los resultados de su evaluación de cumplimiento .....	25
<b>PASO 11:</b> Utilizar los resultados .....	26
Referencias .....	27
<b>APÉNDICE A:</b> Glosario .....	28
<b>APÉNDICE B:</b> Ejemplo de cronograma de la evaluación .....	30
<b>APÉNDICE C:</b> Lista de planificación de la evaluación .....	31
<b>APÉNDICE D:</b> Guía sobre la adaptación de procedimientos .....	35
<b>APÉNDICE E:</b> Ejemplos de términos de búsqueda .....	37
<b>APÉNDICE F:</b> Ejemplo de lista de verificación de observaciones .....	38
<b>APÉNDICE G:</b> Ejemplo de lista detallada de verificación de observaciones .....	39
Colaboradores .....	40

## Cómo usar esta guía

1. Lea esta guía de principio a fin antes de comenzar con cualquiera de los PASOS (incluidas las actividades de planificación y la investigación de los antecedentes).
2. Asegúrese de comprender todos los términos que se utilizan en la guía antes de planificar su evaluación. Consulte el Glosario (Apéndice A) si necesita alguna aclaración.
3. Esta guía contiene instrucciones generales elaboradas específicamente para ser adaptadas a evaluaciones individuales de acuerdo con la legislación y las tendencias de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco de la jurisdicción de interés. Asegúrese de comprender completamente las leyes locales y el contexto de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, y tenga presente estos factores durante la planificación del proyecto y el proceso de implementación. Las evaluaciones estratégicas se elaboraron específicamente para reflejar las prioridades de la jurisdicción de interés, de modo que los resultados sean útiles para respaldar iniciativas de defensa y políticas eficaces de control del tabaco.
4. Comience con el PASO 1 y oriente su evaluación con un cronograma de proyecto y una lista de planificación de la evaluación (encontrará ejemplos en los Apéndices B y C). Puede que sea necesario regresar a PASOS anteriores a medida que tome decisiones o incorpore información nueva durante el proceso de planificación. Está bien que así sea; lo ayudará a perfeccionar su estrategia y el protocolo de la evaluación.
5. Establezca límites adecuados para la evaluación según las prioridades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco de su jurisdicción de interés y la capacidad de su organización. En internet hay mucha información al alcance de la mano, lo cual puede hacer que la recopilación de datos se extienda desmesuradamente. Esta guía está diseñada para que se la pueda adecuar y ofrece varias opciones para adaptar el alcance de su evaluación. Usted puede seleccionar un enfoque de evaluación básico o en profundidad, determinar el tamaño de la muestra de su empresa o marca, los canales secundarios de internet, los términos de búsqueda y los elementos que desea incluir en la lista de verificación de observaciones. Cada una de estas decisiones puede influir en el tiempo y el trabajo requeridos durante el proceso de planificación, mientras se capacite a los recopiladores de datos, durante la recopilación de datos y cuando se analicen los resultados. Tenga en cuenta sus objetivos de evaluación y la capacidad de su organización al determinar el alcance del proyecto.

# Introducción

La industria tabacalera utiliza la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco (PPPT) para aumentar el consumo de sus productos. Las actividades de PPPT aumentan el consumo de tabaco entre los usuarios actuales, atraen nuevos consumidores y animan a los exfumadores a reanudar su consumo. La industria del tabaco utiliza tácticas engañosas, agresivas y que inducen al error para hacer que el consumo del tabaco parezca elegante y aceptable en la sociedad, mientras que resta importancia a los efectos adversos de estos productos en la salud.

Se ha demostrado que las prohibiciones totales a las actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco disminuyen el consumo de este. Las prohibiciones parciales son mucho menos efectivas porque la industria del tabaco responde trasladando sus actividades de marketing a áreas que no están prohibidas. La Organización Mundial de la Salud (OMS) convoca a las Partes a que implementen completamente las medidas y los protocolos para el control del tabaco descritos en el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT). En el Artículo 13 del CMCT, se establecen las prohibiciones y restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, que abarcan un conjunto variado de actividades que se llevan a cabo por medio de muchos canales y que requieren diferentes métodos de evaluación. Por esta razón, la orientación para la evaluación de cumplimiento de PPPT proporcionada por la Escuela Bloomberg de Salud Pública de la Universidad de Johns Hopkins (JHSPH, por sus siglas en inglés), la Campaña para Niños Libres de Tabaco (CTFK, por sus siglas en inglés) y la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias (La Unión) estará compuesta por una serie de guías que, individualmente, se enfocarán en un rango limitado de disposiciones generalmente incluidas en las prohibiciones totales de PPPT.

Esta guía en particular abarca la evaluación del cumplimiento de actividades de PPPT tal como se llevan a cabo en internet, en eventos patrocinados y a través de programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Aunque los eventos patrocinados de marcas

y/o sectores específicos y los programas de RSC se llevan a cabo fuera de internet, estas actividades a menudo se promueven en la red, y la recopilación de estos datos se incorpora fácilmente al protocolo de evaluación de PPPT en internet. Estas tres áreas se seleccionaron según su uso como componentes de campañas de marketing integradas de mayor tamaño que conectan las actividades promocionales del tabaco en varios medios con la utilización de estrategias nuevas e innovadoras dirigidas a los clientes existentes y potenciales.

La industria tabacalera ha expandido sus actividades de PPPT a través de canales de internet, que comprende un área de rápida evolución. Internet existe en una próspera red global de comunicaciones que facilita el acceso universal y ofrece oportunidades sin precedentes para interactuar con grandes grupos de personas, dirigir mensajes y recopilar datos a muy bajo costo. Las capacidades de comunicación de internet pueden trascender las fronteras físicas tradicionales de las jurisdicciones y su legislación vigente, si existe (por ejemplo, si se produce un incumplimiento relacionado con la PPPT en un país, pero la empresa en infracción pertenece a otro país, ¿cómo se puede aplicar la ley?).

El marketing integrado utiliza estrategias y campañas creativas (como publicidad dirigida, relaciones públicas, promoción de productos y redes sociales) que se seleccionan e implementan para lograr objetivos específicos de la marca. La vinculación de estos recursos de marketing produce un impacto mayor y ofrece a los consumidores una voz y apariencia de marca uniformes. En 2013, Camel lanzó una campaña integrada para promover el centésimo aniversario de su marca. Las actividades promocionales se extendieron durante varios meses e incluyeron recursos como una "lotería instantánea", elaboradas exhibiciones en las tiendas, empaquetado especial y mensajes promocionales a través de todos los canales disponibles. La campaña finalizó con una fiesta patrocinada por Camel, que se realizó en los Países Bajos. Novecientas personas fueron invitadas para disfrutar la "Experiencia Camel"

## Introducción

en un evento patrocinado que incluyó comidas artesanales, música en vivo, obras de arte y esculturas inspiradas en Camel, y un espectáculo de láser. Las imágenes de este evento se promovieron en redes sociales, como YouTube.

Esta guía ofrece un protocolo que se puede adecuar a un enfoque de evaluación básico, con

la opción de incluir observaciones detalladas adicionales, y está diseñada para adaptarse al área geográfica, la cultura y el contexto legislativo de la jurisdicción de interés. Los estudios de evaluación de cumplimiento como los descritos en esta guía también pueden utilizarse para identificar deficiencias en la legislación vigente, a fin de fortalecer aún más las prohibiciones de las actividades de PPPT.

## PASO 1: Determinar su jurisdicción de interés y conocer las regulaciones y prohibiciones de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT)

Para evaluar el cumplimiento de las prohibiciones existentes de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, primero debe determinar su jurisdicción de interés y, luego, identificar la legislación más actual en esa área.

### Jurisdicción de interés

La jurisdicción de interés determinará el alcance geográfico de su evaluación de cumplimiento de PPPT. Piense en el nivel de políticas (jurisdicciones nacionales o subnacionales) que desea influenciar y en las partes que serán capaces de entrar en acción (agencias de control, formuladores de políticas, partes responsables). Una pregunta fundamental que debe responder es cómo se utilizarán los resultados de su evaluación de cumplimiento (esto se trata en el PASO 3). Consulte la Figura 1 para obtener más información sobre cómo identificar a las partes responsables.

La legislación de control del tabaco varía significativamente entre países y dentro de un mismo país. En el Artículo 13 del CMCT se exige a las Partes que establezcan una prohibición total de todas las formas de publicidad del tabaco en todos los medios de comunicación y de todo patrocinio o promoción directa o indirecta del tabaco. En zonas donde los organismos gubernamentales de las Partes no tengan la autoridad para imponer dichas prohibiciones totales de PPPT, se espera que las Partes promulguen la legislación más exigente posible.

La publicidad y la promoción del tabaco incluyen cualquier forma de acción, recomendación o comunicación comercial con el objetivo, efecto o efecto probable de promocionar un producto de tabaco o el consumo de tabaco, ya sea de forma directa o indirecta. El patrocinio se define como cualquier forma de contribución a cualquier evento, actividad o individuo con el objetivo, efecto o efecto probable de promocionar el tabaco de forma directa o indirecta.<sup>1</sup> Estas definiciones incluyen las tecnologías en desarrollo, como internet y

las redes sociales, que suelen atraer a usuarios jóvenes.

Al evaluar las actividades de PPPT y el cumplimiento de las regulaciones, también debe estar al tanto de las deficiencias de la legislación vigente. La existencia de definiciones deficientes y prohibiciones insuficientes puede producir una expansión de productos, publicidad y promociones que no estén prohibidas. En la legislación relacionada con la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, puede haber vacíos legales explotados por la industria tabacalera. Estos vacíos deberían incorporarse a la lista de verificación de observaciones.

Si conoce la ley en profundidad, podrá identificar y registrar estos vacíos durante su evaluación de cumplimiento. También debería tener en cuenta las leyes de los sectores que escapan al control del tabaco (sectores financiero y comercial, de medios de comunicación y publicidad, de regulación de contenido en internet). Tanto las restricciones nacionales como subnacionales sobre las actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco se deben tener en cuenta al planificar una evaluación de cumplimiento.

### Ventas de tabaco en internet

En el Artículo 13 del CMCT se explica que la venta de tabaco en internet implica, de forma inherente, su publicidad y promoción; por lo tanto, debería prohibirse completamente. Esta prohibición no solo debería aplicarse a las empresas tabacaleras, sino también a otras partes responsables, como comerciantes minoristas, distribuidores e importadores. Otras entidades, como las empresas de tarjetas de crédito y los servicios postal o de entregas también deberían incluirse en las regulaciones. Si las jurisdicciones no han prohibido la venta de tabaco en internet, el Artículo 13 establece que debe haber leyes que restrinjan el acceso a esos servicios por edad y ubicación, y que exijan a los comerciantes minoristas que exhiban los productos en listados simples, sin mostrar el empaquetado ni ofrecer descuentos.

## Publicidad y promoción del tabaco en internet

La legislación que rige la regulación de contenido en internet, que incluye temas relacionados con el control del tabaco, es un área relativamente nueva y se encuentra en desarrollo. Las cuestiones asociadas con la jurisdicción y la tecnología sofisticada a menudo limitan la capacidad de las agencias habilitadas para controlar la actividad en internet, lo cual hace que varias regulaciones de internet no se cumplan o sean fáciles de evadir. Internet funciona como un poderoso medio a través del cual la industria tabacalera puede interactuar con un público diverso, dirigido y de gran tamaño para promover sus productos y realizar investigaciones de mercado. Esto refuerza aún más la necesidad de contar con legislación integral en lugar de prohibiciones parciales.

Las pautas de implementación del Artículo 13 ahondan en las obligaciones de todas las

"partes responsables" que participan en la producción, disposición o difusión de actividades de PPPT. Comprender los roles y las obligaciones de estas partes responsables y la presencia de estas en su jurisdicción de interés le ayudará a definir el propósito y el alcance de su evaluación de cumplimiento, y le ayudará a planificar estratégicamente sus iniciativas de defensa.

Las pautas del Artículo 13 recomiendan que se haga responsable a estas partes según su función en la difusión de contenido de PPPT y su habilidad para controlar la presencia de este. Esta guía ofrece un resumen del marco necesario para identificar las partes responsables de las actividades de PPPT en internet en función de las entidades identificadas en las pautas del Artículo 13 (consulte la Figura 1 a continuación).

**Figura 1. Partes responsables de la PPPT en internet**

Rol en la difusión de PPPT	Parte responsable	Recomendación del Artículo 13 del CMCT
<b>Principal:</b> productores o publicistas que crean o seleccionan contenido antes de que esté a disposición de los usuarios de internet	<ul style="list-style-type: none"><li>• Industria tabacalera (empresas y marcas)</li><li>• Agencias de publicidad*</li><li>• Productores de medios interactivos o juegos</li><li>• Sitios de internet de periódicos, emisoras</li></ul>	Debería <b>prohibírseles</b> la producción o publicación de contenido de PPPT.
<b>Alternativas:</b> editores de contenido, hosts, navegadores y proveedores de acceso que facilitan o permiten la difusión del contenido de PPPT. Debería prohibírseles la producción o publicación de contenido de PPPT.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Redes sociales</li><li>• Agencias de publicidad*</li><li>• Otros proveedores de servicios de internet (navegadores, motores de búsqueda, portales web)</li></ul>	Deberían tener la <i>obligación de quitar o deshabilitar el acceso a PPPT una vez que hayan tomado conocimiento del contenido.</i>

\*Las agencias de publicidad pueden actuar como responsables principales mediante la creación y el desarrollo de actividades y materiales de PPPT. También pueden desempeñarse como partes responsables alternativas al organizar, publicar y dirigir la difusión de actividades y materiales de PPPT. O bien, pueden desempeñar ambos roles.

### Cómo utilizar este cuadro

- Revise el cuadro para comprender quiénes son las distintas partes involucradas en la producción y difusión de materiales de PPPT en internet. (Muchos de estos materiales consisten en la promoción de eventos patrocinados y programas de RSC, así como la promoción de marcas y productos).
- Piense en las partes responsables más activas en su jurisdicción de interés. Refiérase a estas partes más adelante en el proceso de planificación, cuando esté seleccionando las muestras (empresas tabacaleras y marcas de tabaco, canales secundarios de internet, términos de búsqueda) y los elementos de observación que se deben incluir en el procedimiento de recopilación de datos.
- Si el gobierno de su jurisdicción de interés no tiene la capacidad o la tecnología para aplicar la ley y controlar el cumplimiento, refiérase a las partes responsables más prominentes o de mayor participación en internet en su jurisdicción de interés al planificar su estrategia de defensa, identificando aquellas que parezcan más receptivas o capaces de responder a los resultados de la evaluación.
- En algunos casos, tal vez no pueda identificar las distintas partes responsables hasta que haya finalizado la recopilación de datos. Si el ejemplo de PPPT observado no deja bien en claro cuál es la parte responsable, puede que deban realizarse investigaciones posteriores para identificar estas partes (por ejemplo, documentos disponibles de la industria tabacalera).

Según las pautas del Artículo 13, la responsabilidad principal debería recaer en el iniciador de las actividades de PPPT (y estas partes a menudo se encuentran bajo la jurisdicción de agencias para la exigencia del cumplimiento del control del tabaco, las finanzas y el comercio, los medios de comunicación y la publicidad o de regulación del contenido en internet). La responsabilidad alternativa debería recaer en los editores de contenido, hosts, navegadores y proveedores de acceso que facilitan o permiten la difusión de las actividades y los materiales de PPPT. En el Artículo 13 se sugiere que las partes responsables alternativas tengan la obligación de quitar o impedir el acceso a las actividades y los materiales de PPPT una vez que hayan tomado conocimiento de dicho contenido.

La mayoría de las partes responsables alternativas son entidades corporativas que, a diferencia de las agencias de control de cumplimiento de la ley existentes, pueden tener mejor predisposición y mayor capacidad tecnológica para quitar o deshabilitar el contenido restringido. Tienden a cumplir con las leyes locales, no tienen un interés establecido en la publicidad del tabaco y son capaces de monitorear y controlar sus

propios canales. En algunos casos, puede que estas partes adopten prohibiciones de PPPT más rigurosas o amplias que la legislación existente en su jurisdicción de interés. Según el rol de la parte alternativa y su reputación en la jurisdicción de interés, estas entidades se deberían tener en cuenta al seleccionar canales secundarios de internet para incluir en la recopilación de datos, al difundir los resultados y al dirigir las iniciativas de defensa. Esta guía recomienda centrarse en partes alternativas que sean más capaces de responder a los resultados de su evaluación o que tengan más probabilidades de hacerlo, como sitios de periódicos, emisoras, redes sociales y canales principales (como Google) que valoran su imagen pública y que, muy factiblemente, cumplen con la ley. Esta puede ser una estrategia útil de defensa en jurisdicciones con leyes débiles o agencias de control ineficaces.

#### Eventos patrocinados

El Artículo 13 del CMCT requiere expresamente que se prohíba o restrinja el patrocinio de eventos y actividades por parte de la industria tabacalera, independientemente de si dicho patrocinio se publicita. Esto incluye el patrocinio que se utiliza para promover empresas tabacaleras y marcas o

productos relacionados con el tabaco. Al igual que con las partes responsables en internet, en las pautas del Artículo 13 se recomienda que se asigne la responsabilidad a todas las entidades involucradas (también en función de su rol al iniciar, facilitar o permitir el evento). Esto puede incluir organizadores de eventos, dueños de salones de eventos, atletas y otras celebridades (además de la industria tabacalera).

### **Responsabilidad social corporativa**

La responsabilidad social corporativa (RSC) es una forma específica de patrocinio que se utiliza para promover la imagen pública de las empresas tabacaleras y las marcas de tabaco a través de programas de bienestar de la comunidad. En las pautas del Artículo 13, se explica que "las contribuciones realizadas por empresas tabacaleras a cualquier otra entidad para 'causas de responsabilidad social' o la publicidad que se le da a prácticas comerciales 'socialmente responsables' también se deberían prohibir, ya que estas actividades son una manera de publicidad y promoción, y sirven para promover el consumo de tabaco o un producto de tabaco, ya sea de forma directa o indirecta, bajo la apariencia de bienestar comunitario".<sup>1</sup> Las leyes de su jurisdicción de interés pueden o no prohibir las actividades de RSC o la publicidad de actividades de RSC.

Existen recursos para ayudarlo a identificar la legislación más actual en su jurisdicción de interés. La mayoría de las entidades gubernamentales ponen la legislación a disposición del público, que

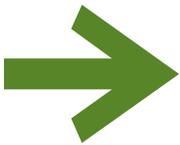
tiene acceso a ella mediante internet. También existen otros recursos por medio de organizaciones no gubernamentales, tales como la base de datos de Leyes para el control del tabaco desarrollada por la Campaña para Niños Libres de Tabaco ([www.tobaccocontrolaws.org](http://www.tobaccocontrolaws.org)).

### **Conocer las prohibiciones y regulaciones de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT)**

- Recuerde consultar varias fuentes de regulaciones y prohibiciones de PPPT en su jurisdicción de interés (entre ellas, control del tabaco, finanzas y comercio, medios de comunicación y publicidad, y/o regulaciones relacionadas con el contenido en internet).
- Recuerde revisar las políticas de uso individuales entre los canales secundarios en internet (como Google y Twitter), que pueden ofrecer prohibiciones de PPPT más restrictivas que las leyes locales.
- Recuerde incluir tácticas de promoción del tabaco que puedan llevarse a cabo en internet o en eventos patrocinados, como la entrega de cupones, obsequios o muestras gratuitas, la organización de concursos, la presencia de marcas y la publicidad directa.

### **ESTUDIO DE CASO: Efectividad de los acuerdos de los gobiernos estatales y el gobierno federal con las grandes empresas de tarjetas de crédito y de transporte para bloquear la venta ilegal de cigarrillos por internet<sup>2</sup>**

Para este estudio, se visitaron los sitios web de proveedores de cigarrillos por internet entre 2003 y 2007 para evaluar la situación de sus negocios y controlar sus prácticas de venta. Se evaluó a los vendedores respecto del cumplimiento de acuerdos voluntarios celebrados entre grandes empresas de tarjetas de crédito y transportistas privados. Estos acuerdos entraron en vigor en 2005 y en ellos se prohíbe el pago y los envíos correspondientes a todas las ventas de cigarrillos en internet. El estudio determinó que la proporción de proveedores que aceptan opciones de pago prohibidas se redujo del 99,2 % al 37,4 % tras la prohibición. La proporción de proveedores que aceptan opciones de envío prohibidas se redujo del 32,2 % al 5,6 %. También se observó un aumento de los proveedores que ofrecen opciones de pago o envío que no están prohibidas (como cheques personales y el Servicio Postal de EE. UU.). Los autores concluyeron que estas prohibiciones ofrecen una prometedora opción de abordaje para regular la venta de cigarrillos. El aumento observado en la aceptación de opciones no prohibidas de pago o envío también demuestra la importancia de promulgar leyes integrales que prevengan la explotación de estos vacíos.



### ***Tarea***

**Estudie la legislación de su jurisdicción de interés y compárela con las exigencias del Artículo 13 y con cualquier otra restricción relevante de actividades de PPPT. Tenga en cuenta las partes responsables y los vacíos potenciales en la ley.**

## PASO 2: Reconocer la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco

Para saber cómo evaluar el cumplimiento de las prohibiciones de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, debe comprender y poder reconocer los distintos tipos de canales y actividades de PPPT disponibles en su jurisdicción de interés. Esta guía se centra en la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco a través de internet, eventos patrocinados y programas de RSC. Como se mencionó en la introducción a la guía, las campañas innovadoras utilizan varios canales y actividades de PPPT para implementar una estrategia integral de marketing. Puede que un recopilador de datos encuentre cierto contenido en una red social, relacionado con un evento de RSC, que esté patrocinado por una marca de tabaco o empresa tabacalera, lo cual sería un ejemplo de las tres áreas que abarca esta guía. Los recopiladores de datos deben estar capacitados para reconocer estas actividades de PPPT y estar en cierto modo familiarizados con las regulaciones y tendencias de PPPT en su jurisdicción de interés. Estas tendencias en actividades de PPPT también se deberían tener en cuenta al definir el propósito de la evaluación, seleccionar las muestras y adaptar sus procedimientos y su lista de verificación de observaciones. Las regulaciones y prohibiciones actuales sobre las actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco varían ampliamente entre las regiones, por lo que su evaluación de cumplimiento se debe adaptar específicamente a la legislación o las regulaciones nacionales o subnacionales apropiadas.

### PPPT en internet

Además de la venta de tabaco o de productos relacionados con el tabaco en sitios web de venta minorista, las actividades de PPPT en internet emplean tácticas tradicionales del sector (como dirigir la publicidad a los jóvenes), optimizadas mediante innovadoras tecnologías que ofrecen la habilidad de llegar a mucha gente y dirigir la publicidad a menor costo.

Los sitios web de la industria tabacalera (que promueven empresas, marcas o productos) suelen ser muy elaborados y de funcionamiento sólido. Las actividades de PPPT también se anuncian a través de redes sociales, sitios web de noticias, venta minorista y entretenimiento, y resultados de búsqueda en internet. El acceso a estos ejemplos puede estar disponible al público general, aunque también es posible que el contenido esté restringido y se requiera una suscripción y la verificación de edad, residencia o condición de fumador.

Algunas actividades de PPPT pueden ser más difíciles de localizar y evaluar en internet, como mensajes en blogs, paneles de mensajes, foros o salas de chat. Estos canales (generalmente disponibles a través de portales web) a menudo permiten la publicación anónima de contenido y pueden ser explotados por grupos del frente industrial que son difíciles de identificar.

### Tácticas para la promoción del tabaco

- Distribución gratuita de tabaco y productos relacionados (recibidos a través de suscripciones por correo o de eventos patrocinados y de RSC)
- Organización de concursos y entrega de cupones o descuentos promocionales (de forma electrónica o a través del correo tradicional)
- Ampliación de marca, entrega de obsequios gratuitos (a través del correo o en eventos patrocinados y de RSC)
- Aparición en productos de entretenimiento audiovisual (televisión o cine), lo cual incluye internet

### Eventos patrocinados

Los eventos patrocinados constituyen un medio que la industria tabacalera utiliza para promover sus empresas o marcas y normalizar el consumo de tabaco entre la población general. Los eventos patrocinados incluyen (sin limitarse solamente a ellos) eventos deportivos, eventos culturales, conciertos musicales, otros eventos y festivales especiales o de entretenimiento, vacaciones y retiros. El patrocinio de eventos también se puede llevar a cabo a menor escala y a intervalos regulares, como a través de personalidades que fuman y promueven empresas o marcas en bares, clubes nocturnos, tiendas temporales, tiendas de venta minorista u otros lugares públicos. Estos eventos constituyen una oportunidad para representar a la empresa o marca, interactuar con los clientes en persona, recopilar información sobre los clientes y estar asociado con tendencias o celebridades populares. Los eventos requieren marketing y promoción, y es probable que estas actividades se realicen a través de internet, sobre todo en sitios web de marcas de tabaco y redes sociales.

### Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa (RSC) ofrece apoyo para organizaciones de caridad o filantropía, proyectos comunitarios, iniciativas relacionadas con la salud, programas antitabaco para jóvenes, asistencia en caso de catástrofe o crisis, investigación y programas agrícolas o ambientales. La industria tabacalera utiliza la RSC para promover una imagen pública positiva, realizar investigación de mercado sobre fumadores actuales o potenciales, y persuadir a los beneficiarios de su apoyo a favor de su empresa o marca. La RSC también se utiliza para desempeñar el rol de "ciudadano corporativo responsable" y así ganar la aceptación de políticos y otros formuladores de políticas. El objetivo de la RSC es mejorar la percepción que el público tiene de la empresa o marca.

#### **ESTUDIO DE CASO: Venta y promoción del tabaco en bares, cafeterías y clubes nocturnos de las grandes ciudades del mundo<sup>3</sup>**

Como parte de este estudio, se suministraron encuestas a propietarios de 213 establecimientos en más de 20 países de África, las Américas, Asia y Europa Oriental para evaluar la presencia de actividades de PPPT en bares, cafeterías y clubes nocturnos. Se recopilaron datos sobre una amplia variedad de actividades de PPPT, que incluyeron los tipos de promociones que las empresas tabacaleras ofrecen a los establecimientos. En Moscú (Rusia), el 20 % de los propietarios (o gerentes) informó sobre el patrocinio de eventos y el suministro gratuito de cigarrillos a sus comercios. En Yakarta (Indonesia), el 20 % de los propietarios o gerentes informó sobre el patrocinio de eventos y el suministro de financiación. En Ucrania, los investigadores descubrieron que las empresas tabacaleras patrocinaron eventos y ofrecieron cigarrillos gratuitos y financiación al 67 % de los propietarios o gerentes de establecimientos que participaron en la encuesta. Estos son ejemplos de jurisdicciones con leyes débiles o no establecidas relacionadas con el patrocinio por parte de la industria tabacalera (y las actividades de PPPT en general). Estos hallazgos demuestran la necesidad de contar con prohibiciones de PPPT totales que incluyan establecimientos de entretenimiento, hotelería y gastronomía en sus cláusulas.



### **Tarea**

**Familiarícese con las actividades y tendencias de PPPT en su jurisdicción de interés hablando con expertos locales y con la población de interés, y realizando una búsqueda informal en internet para revisar ejemplos. Tenga en cuenta las tácticas nuevas o innovadoras que la industria pueda emplear.**

## PASO 3: Definir el objetivo de su evaluación de cumplimiento

Las evaluaciones de cumplimiento solo se deben realizar si sirven para un fin estratégico. El propósito de una evaluación debe reflejar la legislación local, las partes responsables (ambas identificadas en el PASO 1) y las tendencias actuales en las actividades de PPPT (identificadas en el PASO 2). Piense por qué quiere llevar a cabo una evaluación de cumplimiento y cómo planea usar los resultados. Si especifica para qué utilizará los resultados, podrá enfocar el diseño de la evaluación, determinar qué datos va a recopilar y analizar, y orientar la forma en que preparará su informe y difundirá los resultados.

El objetivo más común de una evaluación de cumplimiento relacionada con las actividades de PPPT en internet, en forma de eventos patrocinados y a través de programas de RSC, **es proporcionar evidencia para mostrar por qué se deben tratar los vacíos o las deficiencias en la ley** (es decir, para reforzar la ley). Como se explicó en el PASO 1, la regulación de las actividades de PPPT en internet puede conllevar solo prohibiciones parciales, o tal vez la legislación ni siquiera exista. El objetivo de este tipo de evaluación es dar ejemplos sobre la manera en que se utiliza internet como herramienta para actividades de PPPT (incluidos eventos patrocinados y programas de RSC) que sean útiles para los defensores y los formuladores de políticas. Estos son otros objetivos comunes de las evaluaciones de cumplimiento:

**Evidenciar el incumplimiento de la ley:** las evaluaciones se pueden utilizar para informar al gobierno sobre la necesidad de fortalecer la aplicación de la ley y dónde dirigir los recursos. Los bajos índices de cumplimiento se pueden

utilizar para estimular la aplicación activa de la ley por parte de los responsables encargados de la producción, disposición y difusión de actividades de PPPT (consulte la Figura 1, en el Paso 1). Los resultados también pueden identificar brechas en la planificación de la implementación e indicar tipos de actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco que requieran una intervención más definida.

**Demostrar el cumplimiento de la ley:** un argumento común que la industria tabacalera utiliza después de la entrada en vigencia de una ley exigente sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco es que la mayoría de las personas no respeta dicha ley. Estas afirmaciones suelen ser falsas o exageradas, y una evaluación de cumplimiento puede demostrar que el cumplimiento de la ley es alto y así responder a los reclamos de la industria de que la ley no se aplica.

**Evaluar el progreso:** las evaluaciones de cumplimiento periódicas pueden utilizarse para evaluar el progreso mediante el registro de los cambios en el cumplimiento con el paso del tiempo. Estos cambios se pueden deber a nuevas tendencias y estrategias de marketing en la industria tabacalera, el establecimiento de nuevas leyes o el aumento de las iniciativas de aplicación de la ley.

**Educar al público y a la sociedad civil:** las evaluaciones pueden utilizarse para educar al público general y a la sociedad civil sobre la existencia de restricciones a la PPPT y el estado de su cumplimiento.



### *Tarea*

**Defina los objetivos y las prioridades de la evaluación de cumplimiento e identifique el público objetivo para la difusión de los resultados y la dirección de las iniciativas de defensa.**

## PASO 4: Garantizar la obtención de los recursos necesarios

Como parte integral de la planificación de su evaluación de cumplimiento, deberá conocer los recursos que tiene y los que debe conseguir. Elabore un plan que sea realista y posible. Los recursos fundamentales para una evaluación incluyen recursos laborales, financiación (que a su vez incluye cualquier costo relacionado con la asistencia a eventos patrocinados o de RSC) y capacidad tecnológica.

### Recursos laborales

Existen diversas tareas asociadas a la realización de una evaluación de cumplimiento, y algunas de éstas requieren pericia técnica. Por medio de asociaciones con grupos técnicos, tales como una universidad local o un grupo de investigación y grupos de abogacía política, se pueden reunir efectivamente los diversos conjuntos de conocimientos necesarios. Al garantizar el trabajo de personas en diversas tareas, asegúrese de identificar lo siguiente:

**Un coordinador del proyecto**, cuya responsabilidad sea asegurarse de que todas las tareas se realicen de acuerdo con el cronograma y el protocolo establecidos para la evaluación (lo cual incluye la creación de asociaciones estratégicas y la coordinación de la difusión de los resultados). El coordinador garantiza que los recopiladores de datos tengan la capacitación, la tecnología y todos los materiales necesarios antes de recopilar los datos y actúa como referente en caso de que se presente alguna dificultad durante la evaluación. El coordinador también puede ser la persona responsable de recibir, almacenar, organizar y administrar los datos que los recopiladores de datos envían para analizar. Las evaluaciones de cumplimiento de amplio alcance pueden requerir el almacenamiento de una gran cantidad de datos. Por este motivo, administrar las imágenes y/u observaciones a medida que se reciben ayudará a acelerar el proceso de análisis de datos.

Los **recopiladores de datos** pueden ser personal remunerado, pero también se puede convocar

a voluntarios para hacer las observaciones. En ambos casos, deben estar muy bien capacitados para reconocer las actividades de PPPT relevantes, implementar los procedimientos de recopilación de datos y saber cómo enviar los ejemplos y las observaciones que recopilan al personal del estudio. También sería útil que los recopiladores de datos estén en cierto modo familiarizados con la legislación local y con el objetivo general de la evaluación. Convocar voluntarios para el procedimiento de recopilación de datos puede ofrecer más libertad a la hora de recopilar datos restringidos (que requieren una suscripción o la verificación de identidad para tener acceso a contenido restringido) o de realizar una evaluación en profundidad (por ejemplo, asistiendo a eventos y suscribiéndose a ofertas y actualizaciones, etc.). Si algunos de los recopiladores de datos son fumadores actuales, podrían tener acceso a contenido que requiere que los usuarios indiquen sus preferencias respecto al tabaco y podrían tener más oportunidades de observar las actividades de PPPT dirigidas directamente a fumadores conocidos. La ventaja de pedirle al personal del proyecto que dirija el procedimiento de recopilación de datos es que serían profesionales experimentados del control del tabaco quienes identificarían y evaluarían los ejemplos de PPPT (que pueden ser complejos o formar parte de una campaña integrada). Por otra parte, esto podría exigir la dedicación de una significativa cantidad de tiempo por parte de este personal según el alcance de la evaluación y de los recursos disponibles.

Se puede consultar con **expertos técnicos** para que ayuden a establecer prioridades entre las marcas de tabaco y las empresas tabacaleras, seleccionen la muestra (canales secundarios de internet, términos de búsqueda), adapten los procedimientos de recopilación de datos y la lista de verificación de observaciones, y/o ayuden con el análisis y el informe de los datos (según sea necesario).

### **Financiación**

Las evaluaciones de cumplimiento no siempre implican grandes gastos. El costo generalmente depende del alcance de la evaluación, el tiempo requerido para recopilar todos los datos necesarios y de si se pagará o compensará la labor de los recopiladores de datos. Una universidad local puede ser una fuente ideal de voluntarios con pericia técnica, ya que es probable que los estudiantes deban realizar trabajo voluntario para cumplir con sus requisitos de graduación y que sean competentes y estén familiarizados con las tecnologías actuales. Una evaluación de cumplimiento que incluya la observación de eventos patrocinados o de RSC puede requerir financiación adicional para cubrir cualquier costo relacionado con la asistencia (por

ejemplo, la entrada o el costo de admisión). En el presupuesto proyectado, también debería incluir cualquier costo relacionado con la promoción y la difusión de los resultados de la evaluación.

### **Capacidad tecnológica**

El procedimiento de barrido web que se describe en esta guía requiere acceso a internet y a computadoras para la recopilación, el almacenamiento y el análisis de datos. Si estos dispositivos, el acceso a internet y el software todavía no están a disposición del personal del proyecto, el coordinador del proyecto debería organizar el abastecimiento de estos recursos antes de la recopilación de datos.



### **Tarea**

**Elabore un presupuesto y asigne los recursos según los requisitos de su evaluación de cumplimiento.**

## PASO 5: Seleccionar las muestras y definir el alcance de su evaluación de cumplimiento

La legislación y las actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco varían mucho según la región y el país. El alcance de su evaluación de cumplimiento tendrá consecuencias importantes en el cronograma, el método de muestreo y los procedimientos necesarios para la recopilación y el análisis de datos. Además del objetivo y los recursos disponibles, el alcance también se define por la jurisdicción de interés y la información adicional que quiera recopilar. Consulte los hallazgos de los PASOS 1, 2 y 3 de la evaluación de cumplimiento cuando seleccione la muestra y defina el alcance de su proyecto.

### Selección de la muestra

Marcas de tabaco y empresas tabacaleras: deberá seleccionar un subconjunto (o muestra) de marcas de tabaco y empresas tabacaleras para incluir en su evaluación de cumplimiento. Recopilar datos de una muestra intencional (las marcas más populares o activas) o de una muestra de conveniencia (según la disponibilidad de los datos o la facilidad de

acceso a ellos) en su jurisdicción de interés es una manera práctica de evaluar el cumplimiento y ofrecer ejemplos ilustrativos de infracción de la ley o de explotación de deficiencias en la regulación. Una evaluación que incluya una muestra diversa de marcas o productos de tabaco dará como resultado la información más útil para evaluar el cumplimiento e identificar vacíos en la legislación. Esta guía recomienda incluir un mínimo de 9 o 10 marcas de tabaco en la evaluación. Estas marcas deben incluir cigarrillos y otros productos de tabaco (según el contexto local). Primero debe identificar entre 3 y 5 empresas tabacaleras principales que estén en actividad en su jurisdicción de interés y seleccionar 2 o 3 marcas de cada una de esas empresas para incluir en la muestra. Asegúrese de tener en cuenta empresas y/o marcas tanto nacionales como multinacionales al seleccionar la muestra. Una evaluación que demuestre actividades de PPPT o infracciones por parte de unas pocas empresas puede ser suficiente para incitar a los formuladores de políticas o las partes responsables a actuar.

### Publicidad en internet, Indonesia 2011<sup>4</sup>

- Concierto musical patrocinado por Djarum
- Redes sociales (inicio de sesión en Facebook o Twitter para comprar las entradas, uso de la etiqueta #FESTIVESOUND con fines de marketing)
- Medios interactivos ("Volver al cuestionario")

The image is a promotional banner for an event called "Festive Sound". At the top left is the "LA LIGHTS INDIEFEST" logo. The main title "Festive Sound" is in a stylized font with musical notes. Below it is a red banner that says "DARE TO ENJOY GREAT MUSIC?". In the center, there's a photo of four men, with "SPIN DOCTORS" written below them. To the right, there's text: "IT'S ABOUT CROWD MUSIK ASIK PERLU SUASANA ASIK BANYAK BANGET KEGIATAN SERU & SHOWCASE KREATIF DI EVENT #FESTIVESOUND". At the bottom, it says "#FESTIVESOUND NOW ONLY 150.000 IDR". There are also buttons for "WHEN" (SATURDAY, 6 JULY 2011 2:00 PM), "WHERE" (LAPANGAN 3 SENAYAN JAKARTA), "KONFIRMASI PEMBAYARAN", "SYARAT & KETENTUAN", and "BACK TO QUIZ". A small traffic light icon is in the bottom right corner.

**Canales secundarios de internet:** una vez que haya seleccionado una muestra de marcas de tabaco y empresas tabacaleras, deberá seleccionar una muestra de canales secundarios de internet (como páginas web y redes sociales), que se incluirá en la evaluación. Esto también debería estar determinado por la popularidad y la facilidad de acceso de estos canales secundarios en su jurisdicción de interés, así como por las pautas específicas de uso de cada uno de los canales secundarios en cuestión (tal como se trató en el PASO 1). Algunas partes prohíben voluntariamente la promoción del tabaco en sus canales, y esto debería tenerse en cuenta al seleccionar los canales secundarios que se incluirán en la muestra de la evaluación. Esta guía recomienda incluir, como mínimo, 1

de cada tipo de canal de internet disponible para la observación (en la Figura 2 encontrará una descripción de los canales y ejemplos de canales secundarios). Por medio de Alexa Internet, Inc. (<http://www.alexa.com/>) podrá encontrar información ordenable sobre tráfico web y posicionamiento global por país y tema.

**Términos de búsqueda:** también debe seleccionar un mínimo de 10 términos de búsqueda (además de las marcas de tabaco y empresas tabacaleras que eligió) que se relacionen con la legislación vigente o con tendencias actuales de PPPT en su jurisdicción de interés (esto incluye eventos patrocinados y programas de RSC) para incluir en los procedimientos de recopilación de datos. En el Paso 7 y el Apéndice E, encontrará una lista de Ejemplos de términos de búsqueda.

**Figura 2. Ejemplos de canales y canales secundarios de internet**

Tipo de canal de internet	Ejemplo de canal secundario de internet	Tamaño mínimo sugerido de la muestra
Sitios web de empresas tabacaleras	China National Tobacco Co., Philip Morris International Inc (Altria Group Inc), British American Tobacco	Entre 3 y 5 empresas principales
Sitios web de marcas de tabaco	Hongtashan, Dunhill, Marlboro	9 o 10 marcas principales (dentro de las empresas principales)
Comerciantes minoristas de tabaco (o productos de tabaco) en línea	Duty Free Depot	1
Redes sociales	Twitter, Orkut, YouTube, Weibo	1
Sitios web de noticias y emisoras	BBC, CNN, reddit	1
Portales y páginas web de entretenimiento y venta minorista	Amazon, qq.com, taobao.com	1
Resultados de búsqueda en internet (motores de búsqueda y navegadores)	Google, Safari, Bing	1

### **Alcance de la información**

Otra decisión fundamental que se debe tomar al comienzo de una evaluación de cumplimiento es el tipo y la amplitud de la información que reunirán los recopiladores de datos. Esta guía ofrece procedimientos adaptables para una evaluación básica, con la opción de agregar elementos de evaluación en profundidad (según su jurisdicción de interés y la capacidad de su organización). Una evaluación básica implica búsqueda y navegación en internet, mientras que una evaluación en profundidad requiere más interacción entre el recopilador de datos y la actividad de PPPT (como suscribirse a ofertas promocionales o asistir a determinados eventos). Consulte el Paso 7 para obtener más información sobre procedimientos básicos y detallados.

Deberá decidir qué elementos incluir en la lista de verificación de observaciones para evaluar el cumplimiento de las prohibiciones de PPPT existentes e identificar ejemplos de vacíos que estimulen el refuerzo de la ley. Los elementos

de la lista de verificación deben basarse en la legislación vigente, las prioridades de evaluación y las tendencias de PPPT en la jurisdicción de interés (es decir, los hallazgos de los PASOS 1, 2 y 3). Estos elementos deben representar el cumplimiento o la infracción de la ley, o demostrar las deficiencias de la legislación que están siendo explotadas por la industria. También puede decidir incluir elementos en la lista de verificación que identifiquen estrategias de PPPT nuevas o innovadoras que la industria tabacalera esté utilizando. Debe considerar cuidadosamente el tipo y el alcance de los datos que debe recopilar para incentivar a los formuladores de políticas y a otras partes responsables a actuar.

Esta guía recomienda establecer un límite razonable de la cantidad de información que se recopilará y analizará, para alinearla adecuadamente con su objetivo, sus recursos y los plazos necesarios. En el Apéndice F encontrará un ejemplo de lista de verificación de observaciones.



### ***Tarea***

**Seleccione las muestras, elija un enfoque de evaluación y defina el alcance de su evaluación de cumplimiento de PPPT.**

## PASO 6: Planificar y definir un cronograma para su evaluación de cumplimiento

Para una buena planificación, es necesario desarrollar un cronograma de las actividades de la evaluación de cumplimiento que le permita prepararse adecuadamente para todos los pasos prácticos que conforman la evaluación y así maximizar el uso de los resultados.

Al desarrollar su cronograma, debe tener en cuenta si hay un plazo ideal para publicar los resultados (por ejemplo, durante debates legislativos sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco o en el primer aniversario de la promulgación de la ley). Si es así, esta fecha debe ser el punto final del cronograma y debe ingresar todas las otras tareas en el cronograma desde este punto hacia atrás.

Hay varias tareas que debe incorporar al cronograma. Estas tareas se realizan en tres momentos:

1. antes de la implementación: antes de realizar las observaciones de cumplimiento;
2. durante la implementación: durante la recopilación y el análisis de datos; y
3. después de la implementación: después de haber recopilado y analizado las observaciones de cumplimiento.

En los apéndices B y C, encontrará un cronograma y una lista de planificación de evaluación detallada de ejemplo.



### *Tarea*

**Planifique y coordine todos los PASOS restantes de su evaluación de cumplimiento, teniendo en cuenta la elección del momento oportuno para difundir los resultados.**

## PASO 7: Adaptar los procedimientos y la lista de verificación de observaciones

Los procedimientos de la evaluación y la lista de verificación de observaciones deben coincidir con las disposiciones de la legislación que regula las actividades de PPPT en su país o jurisdicción. Los voluntarios o el personal a cargo de la recopilación de datos y la evaluación de los ejemplos deberán comprender exactamente lo que deben hacer y cómo deben documentar lo que observan. Por eso, para orientar a los recopiladores de datos, deberá desarrollar un procedimiento claro y detallado y personalizar la lista de verificación de observaciones.

### Procedimientos

Deberá desarrollar un procedimiento estándar para recopilar ejemplos de PPPT y llevar a cabo observaciones que describan cada paso del proceso. Lo mejor es hacer que el procedimiento sea fácil de seguir, de manera que se pueda capacitar fácilmente a los recopiladores de datos. Sin embargo, el procedimiento también debe ser lo suficientemente detallado.

Esta guía recomienda que los recopiladores de datos utilicen una serie de **procedimientos básicos de barrido web** para buscar y navegar por internet, y que obtengan ejemplos de PPPT por medio de capturas de pantalla de actividades de PPPT (que incluyen aquellas relacionadas con eventos patrocinados y programas de RSC). Los recopiladores de datos navegarán hasta cada canal secundario de internet identificado en la muestra; ingresarán los términos de búsqueda de la muestra en las barras de búsqueda disponibles; harán clic en las páginas relevantes y tomarán capturas de pantalla de los tipos de actividades de PPPT identificadas en el PASO 2 de la evaluación. Durante el barrido web, los recopiladores de datos pueden evaluar el contenido y el cumplimiento de las capturas de pantalla, o

bien pueden enviarlas al personal del proyecto para que las analice. Pedir a los recopiladores de datos que completen la lista de verificación de observaciones de cada ejemplo de PPPT podría ahorrarle al personal del proyecto una cantidad considerable de tiempo y de labor de ingreso de datos, y la ventaja es que el observador evaluará el ejemplo en tiempo real (en lugar de evaluar una captura de pantalla). Por otro lado, es posible que el personal del proyecto esté más familiarizado con las tendencias y la legislación de PPPT, y pueda identificar mejor las tácticas más nuevas e innovadoras que la industria tabacalera está utilizando. Pedir al personal del proyecto que complete la lista de verificación de observaciones de cada ejemplo de PPPT puede mejorar la calidad de los datos, pero requerirá bastante más tiempo y labor de ingreso de datos del personal del proyecto. El método de evaluación se debe determinar según la capacidad del personal y de la organización. Si el personal del proyecto realiza la recopilación de datos, debe completar la lista de verificación de observaciones de cada ejemplo de PPPT y, al mismo tiempo, poner en práctica los procedimientos de barrido web.

Para un procedimiento de **evaluación en profundidad**, sería necesario suscribirse a listas de distribución de correo o promociones, y asistir a determinados eventos patrocinados o de RSC. Los recopiladores de datos podrían tomar capturas de pantalla adicionales de PPPT en internet (por ejemplo, mensajes directos, promoción a través del correo electrónico), enviar ejemplos de obsequios o promociones que reciben por correo, y capturar imágenes y enviar observaciones de eventos patrocinados durante el período de seguimiento (entre 4 y 6 semanas) usando la lista de verificación de observaciones personalizada.

## Ejemplos de procedimientos de barrido web

Para la recopilación de datos, se utilizará un procedimiento de barrido web que requiere la búsqueda y navegación de internet, y la toma de capturas de pantalla de las actividades de PPPT. Deberá realizar 1 barrido web por semana, durante un período de 3 semanas. Los barridos web deberán realizarse desde un cibercafé local, dentro de la jurisdicción de interés, el mismo día cada semana. Guarde los archivos de las capturas de pantalla en formato .jpeg en la unidad flash proporcionada por el personal del proyecto. Asegúrese de capturar toda la pantalla (con la fecha y hora, y la dirección URL). Al terminar cada barrido web, adjunte los archivos a un mensaje de correo electrónico y envíe este mensaje al personal del proyecto a projectstaff@gmail.com. Debido al volumen de archivos, puede que sea necesario enviar varios mensajes de correo electrónico. Asegúrese de enviar todas las capturas de pantalla que haya tomado. En cada mensaje de correo electrónico, incluya la fecha en que se realizó el barrido web, la ubicación o el tipo de computadora que se utilizó y su estado actual de fumador.

El procedimiento de barrido web requiere buscar y navegar varias páginas web y redes sociales en internet. Realice la búsqueda y navegación en el navegador que prefiera, utilizando el motor de búsqueda de Google. Puede usar sus cuentas personales de usuario para tener acceso al contenido de las redes sociales o crear cuentas nuevas en las páginas web de la industria tabacalera u otras páginas web. No suministre información falsa para obtener acceso a contenido restringido. Consulte las listas de fabricantes o empresas tabacaleras, marcas, canales de internet y términos de búsqueda seleccionados que recibió del equipo del proyecto para llevar a cabo el procedimiento de barrido web.

1. Ingrese a las páginas web de la marca y el fabricante o la empresa tabacalera seleccionadas.
  - a. Haga clic en las opciones del sitio y guarde capturas de pantalla completa de las actividades de PPPT.
2. Ingrese a los sitios web de las redes sociales seleccionadas.
  - a. Busque las marcas y los fabricantes o las empresas tabacaleras seleccionadas, y guarde capturas de pantalla de actividades de PPPT (como cuentas administradas por la industria tabacalera).
  - b. Ingrese los términos de búsqueda seleccionados y guarde capturas de pantalla de actividades de PPPT (esto incluye la entrega de publicidad de terceros).
3. Ingrese los fabricantes y las empresas tabacaleras, las marcas y los términos de búsqueda en el motor de búsqueda de Google.
  - a. Tome capturas de pantalla de los resultados de la búsqueda.
  - b. Haga clic en los sitios web relevantes y tome capturas de pantalla de actividades de PPPT.
4. Ingrese a los sitios web de entretenimiento y venta minorista seleccionados.
  - a. Busque los fabricantes o empresas tabacaleras, las marcas y los términos de búsqueda seleccionados, y tome capturas de pantalla de los resultados de búsqueda y las actividades de PPPT.

## Ejemplo de procedimientos para evaluación en profundidad

**Internet:** durante el barrido web, suscríbese o regístrese en las ofertas, las promociones, los boletines informativos, los concursos disponibles, etc. e interactúe con las funciones o los juegos, si están disponibles. Tenga en cuenta que, después de las 3 semanas iniciales de barridos web, deberá dedicar entre 4 y 6 semanas a la recopilación pasiva de datos. Si continúa observando actividades de PPPT en internet (sin realizar un barrido web) o recibiendo cualquier publicidad directa por medios electrónicos (por ejemplo, a través de redes sociales o correo electrónico), tome una captura de pantalla y envíela al personal del proyecto como se explicó arriba. Si recibe cualquier publicidad directa por correo (muestras gratis, obsequios, cupones, promociones, juguetes), guarde los ejemplos y entréguelos en persona al personal del proyecto al final del período de recopilación de datos (Insertar FECHA).

**Eventos patrocinados y RSC:** cuando asista a los eventos seleccionados (eventos patrocinados o aquellos relacionados con la RSC), fotografíe las actividades de PPPT con una cámara digital o un teléfono con cámara y complete el cuestionario que se muestra abajo. La fotografía es una práctica común en este tipo de eventos; por lo tanto, tomar fotografías no despertará ninguna sospecha. Envíe las fotografías y los resultados del cuestionario a [projectstaff@gmail.com](mailto:projectstaff@gmail.com) inmediatamente después del evento.

### Recopilación y administración de datos

Hay varias opciones disponibles para recopilar y administrar los datos de la evaluación. Su método de recopilación y administración de datos debe ajustarse al alcance de la evaluación, los recursos disponibles y la capacidad del personal del proyecto. A continuación, se enumeran algunos ejemplos de recolección de datos y método de administración de datos:

- Cree una hoja de cálculo o un formulario en línea de recopilación de datos que incluya la lista de verificación de observaciones (con software como Microsoft Excel o servicios gratuitos como Survey Monkey, o el software de formularios y hojas de cálculo de Google Drive) y pida a los recopiladores de datos que completen la lista de verificación de cada captura de pantalla con el ejemplo de PPPT que hayan recopilado durante el procedimiento de barrido web. Esto puede ayudar a reducir el tiempo que se necesita para completar el ingreso y/o análisis de datos. Los datos de las listas de verificación de observaciones pueden enviarse por correo electrónico al personal del proyecto o enviarse directamente por medio de los servicios web disponibles al final de cada barrido web.
- Pida al personal del proyecto que complete la lista de verificación de observaciones de cada captura de pantalla con el ejemplo de PPPT que los recopiladores de datos envíen

al final de cada barrido web. El personal del proyecto también puede utilizar software de hoja de cálculo, formularios en línea de recopilación de datos u otros recursos disponibles de recopilación de datos para completar las listas de verificación de observaciones.

- En ambos métodos, los recopiladores de datos deberán asignar números de identificación a cada captura de pantalla con el ejemplo de PPPT y pegar la captura en un documento de un procesador de texto (por ejemplo, Microsoft Word o el software gratuito de procesamiento de texto de Google Drive). Si los recopiladores también están a cargo de completar la lista de verificación de observaciones, deberán registrar el número de identificación de la captura de pantalla con el ejemplo de PPPT en el formulario (incluya este campo en la lista de verificación de observaciones). De esta manera, se garantiza que los datos de la evaluación correspondan a la captura de pantalla con el ejemplo de PPPT correcta.
- Deberá orientar a los recopiladores de datos sobre la asignación de números de identificación a cada captura de pantalla con el ejemplo de PPPT para que el personal del proyecto pueda hacer referencia al ejemplo con fines de seguimiento de la evaluación y defensa. Esto podría ser muy simple, como asignar un determinado intervalo numérico a cada recopilador de

datos (por ejemplo, de 1000 a 2999) y numerar de forma secuencial las capturas de pantalla con el ejemplo de PPPT que se recopilen (0001, 0002, 0003, etc.). Los recopiladores de datos podrían ingresar el número de identificación arriba o abajo de la captura de pantalla que peguen en el documento de Word que enviarán al personal del proyecto. La orientación sobre la asignación de números de identificación debe ser clara, simple y fácil de implementar.

- El nombre o número de identificación de cada recopilador de datos y la fecha del barrido web y/o la observación deben ser registrados en la lista de verificación de observaciones o por el personal del proyecto a medida que se reciban los datos y los archivos del barrido web.

#### **Lista de verificación de observaciones**

Se debe adaptar una lista de verificación de observaciones para guiar a los recopiladores de datos y/o al personal del proyecto en su labor de evaluar el cumplimiento e identificar vacíos en las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT que se recopilaron durante el barrido web. Las listas de verificación de observaciones con opciones "sí/no" son fáciles de usar y son un modo estandarizado de recopilación de datos. Para garantizar datos de buena calidad, asegúrese de que las preguntas sean claras y específicas. Los datos se pueden ingresar directamente en hojas de cálculo (usando una pestaña nueva para cada ejemplo en un libro de trabajo de barrido web), en software de formularios (como Microsoft

Excel o los servicios de Google Drive) o a través de formularios de cuestionario como los que ofrece Survey Monkey. Incluya un campo en la lista de verificación de observaciones para ingresar el número de identificación asignado a la captura de pantalla con el ejemplo de PPPT.

Incluya elementos que reflejen las disposiciones fundamentales de la ley que desee evaluar o destaque actividades que exploten vacíos en la legislación (como se identificó durante los PASOS 1, 2, 3 y 5 de la evaluación). Estas son las variables que se utilizarán para determinar si la empresa tabacalera o la parte responsable (principal o alternativa) cumple con la ley. Además, incluya elementos que ayuden a identificar vacíos en la legislación vigente, como definiciones deficientes o prohibiciones que no son totales y permiten la publicidad, promoción, ventas, actividades o productos que no están regulados.

Incluya espacio en la lista de verificación de observaciones para que tanto los recopiladores de datos como el personal del proyecto (si no son una misma persona o equipo) registren comentarios adicionales que deseen realizar. Quizá quiera registrar, por ejemplo, si hay circunstancias especiales sobre una observación en particular o detalles importantes que la lista de verificación no incluya (como un video u otro elemento interactivo). Incluya la lista de verificación de observaciones adaptada en los materiales de referencia y capacitación sobre recopilación de datos (aun si los recopiladores de datos no completan las listas de verificación).



### Promoción en internet 2014<sup>5</sup>

- Promueve un sitio web de venta minorista de cigarrillos
- Utiliza una red social (Twitter)
- Promueve un concurso
- Ofrece obsequios gratuitos



### *Tarea*

Adapte los procedimientos y la lista de verificación de observaciones según el alcance de su evaluación de cumplimiento de PPPT y las leyes y regulaciones de su jurisdicción de interés.

## PASO 8: Realizar la sesión de capacitación

### Capacitar a los recopiladores de datos

Asegúrese de brindar capacitación a los recopiladores de datos sobre cada aspecto del procedimiento de barrido web, de modo que sepan cómo buscar, identificar, tomar, guardar y enviar capturas de pantalla con ejemplos de PPPT y/o listas de verificación de observaciones completas. La sesión de capacitación debe incluir un debate sobre el objetivo de la evaluación y suficiente tiempo para revisar todos los procedimientos. Use muchos ejemplos para que los recopiladores de datos se familiaricen con los tipos de actividades de PPPT que deberán buscar. Las actividades y los materiales de capacitación deben incluir una sesión de práctica de recopilación de datos (barrido web) y la lista de verificación de observaciones adaptada.

Será necesario agregar capacitación adicional si pide a los recopiladores de datos que se suscriban a promociones, participen en concursos y asistan a eventos patrocinados o de RSC. Deberán saber cómo registrar las observaciones, qué información registrar, cómo enviar los datos y cómo responder si se

los aborda o interroga en un evento. Esta guía recomienda utilizar la lista de verificación de observaciones adaptada del enfoque de evaluación básica y realizar las adiciones o revisiones necesarias según corresponda. Los datos se pueden enviar de forma electrónica (mediante capturas de pantalla, listas de verificación de observaciones completas y fotografías digitales de correspondencia directa o de eventos patrocinados o de RSC) o por correo tradicional (envíe o entregue cualquier material promocional recibido directamente al personal del proyecto).

### Capacitar al personal

El personal del proyecto debe estar familiarizado con los procedimientos y la lista de verificación de observaciones adaptada, así como con las leyes locales y las tendencias de PPPT de su jurisdicción de interés. El personal debe estar bien familiarizado con las actividades de PPPT nuevas, innovadoras y en curso de su jurisdicción de interés si está a cargo de completar las listas de verificación de observaciones para la evaluación.



### *Tarea*

**Capacite a los recopiladores de datos y/o al personal del proyecto para que pongan en práctica los procedimientos de recopilación de datos y completen la lista de verificación de observaciones.**

## PASO 9: Recopilar los datos

Los recopiladores de datos realizarán una serie de procedimientos de barrido web durante algunas semanas (3 como mínimo) y enviarán las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT al personal del proyecto. El personal debe utilizar un sistema claro para la nomenclatura de los archivos con los ejemplos y asegurarse de realizar una copia de seguridad en una ubicación diferente. Durante el período de recopilación de datos, el personal debe revisar los ejemplos enviados a medida que los reciba para asegurarse de que sean congruentes con el protocolo de evaluación. El coordinador del

proyecto debe estar disponible para ayudar a los recopiladores de datos con cualquier problema o consulta durante el período de evaluación.

Aunque las actividades de PPPT en internet a menudo se extiendan más allá de los límites tradicionales de la geografía, la recopilación de datos debe llevarse a cabo dentro de la jurisdicción de interés. De la misma manera, las observaciones en persona sobre eventos patrocinados y de RSC deben representar las actividades de PPPT en su jurisdicción de interés.

The screenshot shows the website for DUTY FREE DEPOT. The header includes the logo, a globe, and the text "Free international shipping" with an airplane icon. There are "Sign Up" and "Login" buttons. A search bar is present with "Brand Search" and "Key Search" options. The navigation menu includes "CIGARETTES", "CIGARS & TOBACCO", "LIGHTERS", "SPIRITS", "FRAGRANCES", "E-CIGARETTES", "ACCESSORIES", and "CATALOG". The main content area is titled "Cigarettes" and features a "Best Deals Alert" sign-up form, a "Welcome to our online duty-free cigarettes store!" message, and a grid of cigarette brands: Winston, American Legend, Benson & Hedges, Camel, Captain Black, and Craven A Filter. A "YOUR CART" section on the right indicates no items in the cart. Social media icons for Facebook, Twitter, and Pinterest are also visible.

### Sitio web de venta minorista en internet, 2014<sup>6</sup>

- Vende cigarrillos
- Utiliza redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest)
- Solicita la suscripción ("¡Suscríbete ahora! Para recibir alertas sobre nuestras excelentes promociones")



### Tarea

Realice el barrido web y asista a los eventos seleccionados si implementa una evaluación en profundidad. Al mismo tiempo, controle la calidad de las observaciones y los ejemplos recopilados a medida que los reciba.

## PASO 10: Analizar los resultados de su evaluación de cumplimiento

Una vez que se hayan recopilado las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT y se hayan completado las listas de verificación de observaciones, es necesario analizar el cumplimiento y el contenido para responder las preguntas de su evaluación.

### Comprobación de la calidad de los datos

Para garantizar que obtenga datos de alta calidad, se requiere una buena planificación en cada paso de la evaluación. Los protocolos que defina y la capacitación que le dé a su personal lo ayudarán con este proceso. A medida que los recopiladores de datos realizan los barridos web y envían las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT, el personal del proyecto debe comprobar los archivos para confirmar que las capturas sean claras, completas y coherentes con el protocolo de evaluación. Si los recopiladores de datos están a cargo de completar las listas de verificación de observaciones, el personal del proyecto también debe revisar estos formularios.

### Análisis de los datos

Una vez que se haya verificado la calidad de los datos, se pueden analizar los resultados con software de hoja de cálculo, como Microsoft Excel o los servicios de Google Drive, servicios gratuitos ofrecidos en la Web, como Survey Monkey, u otros recursos disponibles para el análisis de datos. El software y/o las herramientas de análisis de datos deben adecuarse a las habilidades y la capacidad del personal del proyecto (así como también al alcance de la evaluación). El análisis de datos consistirá principalmente en identificar los ejemplos de PPPT más convincentes recopilados durante el procedimiento de barrido web y tabular las estadísticas descriptivas (conteos y proporciones) de los distintos tipos de actividades de PPPT. El análisis se puede llevar a cabo con el mismo software sugerido para el ingreso de datos (ver arriba). Los resultados deben mostrar evidencia de cumplimiento, infracciones a la ley o deficiencias en esta, y

deben estar guiados por preguntas clave que se deben responder, como por ejemplo:

- ¿Qué empresas/fabricantes cumplen o infringen la ley?
- ¿Qué canales y canales secundarios está utilizando la industria para las actividades de PPPT en internet?
- ¿Qué tácticas de PPPT está utilizando la industria para promover sus marcas y productos en internet, en eventos patrocinados y a través de programas de responsabilidad social corporativa?
- ¿Quién es el público objetivo de estas actividades de PPPT?
- ¿Quiénes son las partes responsables (principales o alternativas) de estas actividades de PPPT? (Consulte el PASO 1, Figura 1). Esto puede ser evidente en la captura de pantalla con el ejemplo de PPPT, puede requerir investigaciones de seguimiento o puede que la información no esté disponible.
- ¿Estos ejemplos demuestran deficiencias en la ley? De ser así, ¿cómo está explotando estos vacíos la industria tabacalera?

Investigación de seguimiento: puede que deba realizar investigaciones de seguimiento (por medio de búsquedas en internet, noticias recientes o mediante la consulta de documentos disponibles de la industria tabacalera) para identificar algunas de las partes responsables involucradas en la producción y/o difusión de estos ejemplos de PPPT. Recuerde tener en cuenta la capacidad de control y aplicación de la ley del gobierno local, e intente identificar partes responsables que sean capaces de responder a los resultados de la evaluación o que sea probable que lo hagan.



### Tarea

**Compruebe la calidad de los datos, analice los resultados de las listas de verificación de observaciones completas, determine el cumplimiento y responda otras preguntas principales de la evaluación.**

## PASO 11: Utilizar los resultados

Los resultados se deben utilizar de modo que se ajusten al objetivo de la evaluación de cumplimiento, la capacidad de las agencias locales de control y la accesibilidad de las partes responsables. En el uso de los resultados, asegúrese de definir su público, desarrollar mensajes clave adaptados a los objetivos de la evaluación y difundir los resultados de modo que lleguen al público objetivo y ejerza influencia en él. Esta guía recomienda trabajar con expertos en el área de la defensa, la comunicación y las relaciones públicas para que lo orienten en la difusión de sus resultados. El público y las estrategias de difusión incluyen:

### **Formuladores de políticas**

Los resultados de las evaluaciones de cumplimiento se dirigen principalmente a los formuladores de políticas. Los resultados deben mostrar claramente si se está cumpliendo la ley o no, e incluir un pedido de recursos adicionales necesarios a fin de mejorar el cumplimiento. Los datos finales también pueden utilizarse para demostrar vacíos legales actuales que son aprovechados por la industria tabacalera y que los formuladores de políticas y los funcionarios encargados de garantizar el cumplimiento deben abordar. Los resultados pueden presentarse en reuniones privadas con legisladores y principales funcionarios del gobierno y/o publicarse en los medios a través de conferencias de prensa y otros eventos.

### **Agencias de control y vigilancia**

Las reuniones privadas con agencias gubernamentales y/o las de control y vigilancia

(incluidas las encargadas de regular las finanzas, los medios de comunicación y la publicidad, e internet) son una buena práctica previa a la difusión pública de los resultados. Generan confianza y pueden hacer que sea más probable que las agencias tomen medidas.

### **Partes responsables**

Puede elegir presentar los resultados de la evaluación a las partes responsables principales o alternativas que estén a cargo de la producción y/o difusión de los ejemplos de PPPT recopilados en su jurisdicción de interés (consulte el PASO 1: Figura 1). La presentación de los resultados se puede utilizar para brindarles información sobre las leyes y el cumplimiento a través de sus canales, o alentarlas a cumplir la ley. Algunas partes responsables alternativas cuentan con mayor capacidad tecnológica para implementar determinadas restricciones y, en general, no tienen un interés establecido en las actividades de PPPT en comparación con la industria tabacalera.

### **El público y la sociedad civil**

Puede utilizar los medios masivos para informar a la población sobre los niveles de cumplimiento de la ley y pedir que se siga cumpliendo o que se mejore la aplicación de esta por parte del gobierno. La exposición de vacíos legales a la población también puede crear la exigencia de una legislación más firme que ponga presión para que los formuladores de políticas tomen medidas.



### **Tarea**

**Identifique el público objetivo y determine los mejores métodos para llegar a él y difundir los resultados.**

## Referencias

1. Conferencia de las Partes (COP, por sus siglas en inglés). Pautas para la implementación del Artículo 13 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (publicidad, promoción y patrocinio del tabaco), 2013. [http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel\\_2011/en/](http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel_2011/en/) (en inglés)
2. Ribisl, K. M., Williams, R. S., Gizlice, Z., Herring, A. H. & Ross, J. (2011). Effectiveness of State and Federal Government Agreements with Major Credit Card and Shipping Companies to Block Illegal Internet Cigarette Sales (Efectividad de los acuerdos de los gobiernos estatales y federal con las grandes empresas de tarjetas de crédito y de transporte para bloquear la venta ilegal de cigarrillos por internet). PLoS ONE, 6(2), e16754. Consulta realizada el 15 de enero de 2014, en <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0016754>
3. Shahrir, S., Wipfli, H., Avila-Tang, E., Breysse, P. N., Samet, J. M., & Navas-Acien, A. (2011). Tobacco Sales and Promotion in Bars, Cafes and Nightclubs from Large Cities around the World (Venta y promoción del tabaco en bares, cafeterías y clubes nocturnos de las grandes ciudades del mundo). Tobacco Control, 20(4), 285-290. Consulta realizada el 15 de enero de 2014, en <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2010.040220>
4. L.A. Lights Indiefest, Festive Sound [captura de pantalla] (2014). Obtenida el 11 de junio de 2014, en <http://www.ajita.co.id/work/detail/lalights-festivesound>
5. Cuenta de Twitter de Duty Free Depot [captura de pantalla] (2014). Obtenida el 11 de junio de 2014, en <https://twitter.com/Dutyfreedepot>
6. Sitio web de Duty Free Depot [captura de pantalla] (2014). Obtenida el 11 de junio de 2014, en <http://www.dutyfreedepot.com/>

## APÉNDICE A: Glosario

Consulte los términos y las definiciones que se muestran a continuación al planificar e implementar su evaluación de cumplimiento de PPPT. Quizá le convenga ofrecer un glosario abreviado a sus recopiladores de datos y/o personal del proyecto. Puede adaptar las definiciones a las especificaciones de su evaluación de PPPT y agregar términos nuevos al glosario de su proyecto.

Términos	Definiciones
<b>Burbuja de filtros</b>	Una burbuja de filtros se puede producir cuando los sitios web utilizan algoritmos para suponer de forma selectiva la información que un determinado usuario desea ver y, luego, ofrecer información a ese usuario según esta suposición. Los sitios web construyen estos supuestos sobre la base de la información relacionada con el usuario, como los patrones de clics (que determinan el comportamiento anterior del usuario), el historial de navegación, el historial de búsqueda y la ubicación. Por este motivo, es más probable que los sitios web solo presenten información que sea congruente con la actividad pasada del usuario. Una burbuja de filtros, por lo tanto, puede hacer que los usuarios tengan mucho menos contacto con puntos de vista contradictorios, lo cual produce aislamiento intelectual.
<b>Canales de internet</b>	Los distintos tipos de medios de transmisión utilizados para comunicar información, de uno o varios remitentes a uno o varios destinatarios, en la Red informática mundial (World Wide Web). Los canales de internet incluyen motores de búsqueda, redes sociales, portales web, sitios web y páginas web.
<b>Canales secundarios de internet</b>	Un canal único en internet que ocupa su propio espacio exclusivo en la Red.
<b>Navegación</b>	El proceso de desplazarse por internet realizando búsquedas, haciendo clic o directamente ingresando una dirección en la Red.
<b>Motor de búsqueda</b>	Un motor de búsqueda es un sistema de software diseñado para buscar y extraer información en la Red.
<b>Redes sociales</b>	Las redes sociales se refieren a la interacción entre personas que crean, comparten y/o intercambian información e ideas en comunidades y redes virtuales.

<b>Usuario</b>	Un usuario es la persona que utiliza una computadora o un servicio de red. A menudo tiene una cuenta de usuario y se lo identifica mediante un nombre de usuario. Otros términos para referirse al nombre de usuario incluyen: nombre de inicio de sesión, nombre de pantalla o identificador.
<b>Navegador web</b>	Un navegador web (a menudo llamado navegador) es una aplicación de software para extraer, presentar y transmitir recursos de información en la Red. Los principales navegadores son Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera y Safari.
<b>Portal web</b>	Un portal web es una página web especialmente diseñada dentro de un sitio web que reúne información de varias fuentes de manera uniforme. En general, cada fuente de información tiene un área exclusiva en la página para mostrar información frecuentemente; el usuario puede configurar cuáles mostrar.
<b>Barrido web</b>	Proceso de búsqueda y navegación de internet para observar y recopilar determinada información.
<b>Página web</b>	Documento de la Red, compuesto por un archivo HTML y cualquier archivo relacionado con secuencias de comandos y gráficos, que a menudo están hipervinculados a otros documentos de la Red. Generalmente, se puede ingresar al contenido de las páginas web con un navegador.
<b>Sitio web</b>	Ubicación conectada a internet que mantiene una o más páginas en la Red.

## APÉNDICE B: Ejemplo de cronograma de la evaluación

TAREAS	SEMANA	PERSONA INVOLUCRADA	PERSONA RESPONSABLE/ SUPERVISOR	PLAZO PARA SU FINALIZACIÓN
<b>Tareas de preevaluación:</b>				
Definir propósito/objetivos				
Seleccionar la muestra				
Desarrollar procedimientos				
Adaptar la lista de verificación de observaciones				
Capacitar a los recopiladores de datos y al personal del proyecto				
Procedimientos y herramientas de la prueba piloto				
<b>Tareas de evaluación</b>				
Realizar barridos web (recopilación de datos)				
Comprobar la calidad de los datos				
Análisis de datos e interpretación de los hallazgos				
<b>Tareas posteriores a la evaluación</b>				
Utilizar los resultados de cumplimiento del estudio				

## APÉNDICE C: Lista de planificación de la evaluación (preguntas para tener en cuenta y tareas por completar)

### Preevaluación:

**PASO 1:** Determinar su jurisdicción de interés y conocer las prohibiciones y regulaciones de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT)

**TAREA:** estudie la legislación de su jurisdicción de interés y compárela con las exigencias del Artículo 13 y de cualquier otra restricción relevante de actividades de PPPT. Tenga en cuenta las partes responsables y los vacíos potenciales en la ley.

- ¿Está prohibida la venta de tabaco o de productos de tabaco en su jurisdicción de interés? ¿Hay restricciones para obtener acceso según la edad o la ubicación, o para mostrar anuncios de productos y promociones de precios?
- ¿La legislación vigente prohíbe la publicidad y/o promoción del tabaco en internet? ¿Hay restricciones para obtener acceso según la edad o la ubicación, o para ingresar al contenido de medios de PPPT?
- ¿La legislación vigente prohíbe el patrocinio de eventos y/o programas de RSC por parte de la industria tabacalera? ¿Hay regulaciones relacionadas con la publicidad de dicho patrocinio?
- ¿La legislación vigente es total y claramente definida? ¿O hay regulaciones parciales que permiten a la industria explotar los vacíos?
- ¿Cuáles son las agencias gubernamentales responsables de hacer cumplir estas leyes? ¿Cuál es su capacidad para controlar y garantizar el cumplimiento de estas regulaciones?
- ¿Los canales secundarios de internet de su jurisdicción de interés prohíben o restringen las actividades de PPPT en sus propios canales autorizados por la legislación vigente?

**PASO 2:** Reconocer la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco

**TAREA:** familiarícese con las actividades y tendencias de PPPT en su jurisdicción de interés hablando con expertos locales y con la población de interés, y realizando una búsqueda informal en internet para revisar ejemplos. Tenga en cuenta las tácticas nuevas o innovadoras que la industria pueda emplear.

- ¿Se venden tabaco y productos relacionados en internet?
- ¿Las empresas y las marcas mantienen sus propios sitios web? ¿Y sus cuentas en las redes sociales?
- ¿Las empresas y las marcas promueven el tabaco mediante publicidades patrocinadas en internet (que aparecen o emergen en las fuentes de actividades, en las partes superior, inferior o laterales de las páginas web, o mientras se carga la página)?
- ¿Se llevan a cabo eventos patrocinados en su jurisdicción de interés? En internet, ¿dónde se promocionarían estos eventos (por ejemplo, redes sociales)?
- ¿Hay programas conocidos de RSC en su jurisdicción de interés? ¿En qué se centran estos programas? ¿Dónde y cómo se promueven estos programas (por ejemplo, sitios web de marcas)?

**PASO 3:** Definir el objetivo de su evaluación de cumplimiento

**TAREA:** defina los objetivos y las prioridades de la evaluación de cumplimiento e identifique el público objetivo para la difusión de los resultados y la dirección de las iniciativas de defensa.

- En función de los hallazgos de los PASOS 1 y 2 de su evaluación, ¿cuál sería el objetivo más estratégico para el estado de la legislación y las tendencias actuales de PPPT en su jurisdicción de interés?
- ¿Cómo podría dirigir iniciativas de defensa fundadas en los resultados potenciales de su evaluación?

**PASO 4:** Garantizar la obtención de los recursos necesarios

**TAREA:** elabore un presupuesto y asigne los recursos según los requisitos de su evaluación de cumplimiento.

- ¿A qué recursos materiales ya tiene acceso (computadoras para recopilación, análisis y almacenamiento de datos)?
- ¿Convocaría recopiladores de datos o el personal del proyecto implementaría el protocolo de evaluación? ¿Los recopiladores de datos convocados recibirán compensación económica?
- ¿Le pedirá a los recopiladores de datos que asistan a eventos?
- ¿Qué conllevarían su plan de difusión y su estrategia de defensa?
- ¿Cuáles son los costos de estas actividades?
- ¿Necesitará otros recursos para realizar su evaluación de cumplimiento?

**PASO 5:** Seleccionar las muestras y definir el alcance de su evaluación de cumplimiento

**TAREA:** seleccione las muestras, elija un enfoque de evaluación y defina el alcance de su evaluación de cumplimiento de PPPT.

- Identifique las principales empresas tabacaleras y marcas de tabaco que se encuentren en actividad en su jurisdicción de interés. Puede elegir marcas de productos de tabaco sin humo, si esta opción se adapta a su contexto local. Debe elegir entre 3 y 5 empresas tabacaleras principales y un mínimo de 9 o 10 marcas principales dentro de esas empresas.
- Seleccione una muestra de canales secundarios de internet para incluir en la recopilación de datos: sitios web de empresas tabacaleras y marcas de tabaco, vendedores minoristas de tabaco, redes sociales, páginas de noticias y emisoras, páginas o portales web de entretenimiento o venta minorista, y resultados de motores de búsqueda en internet. Elija un mínimo de 1 opción dentro de cada tipo de canal secundario de internet para incluir en su evaluación de cumplimiento.
- Seleccione ejemplos de términos de búsqueda con relevancia en la legislación local y las tendencias de PPPT de su jurisdicción de interés para utilizar durante la implementación del procedimiento de recopilación de datos (un mínimo de 10, además de las empresas tabacaleras y marcas de tabaco de su muestra, que también deberían incluirse en los términos de búsqueda). Recuerde incluir términos de búsqueda que atañan a eventos patrocinados y programas de RSC.
- Elija un enfoque de evaluación (básico o en profundidad) y determine el alcance (tipo y amplitud) de la información que desee recopilar en la lista de verificación de observaciones. Elija elementos de observación que sean estratégicos para el objetivo de su evaluación y, al mismo tiempo, establezca límites adecuados a la cantidad de datos que recopilará, analizará y almacenará.

**PASO 6:** Planificar y definir un cronograma para su evaluación de cumplimiento

**TAREA:** planifique y coordine todos los PASOS restantes de su evaluación de cumplimiento, teniendo en cuenta la elección del momento oportuno para difundir los resultados.

- Establezca un cronograma para los PASOS restantes de su evaluación de cumplimiento según el alcance de su proyecto. Tenga en cuenta el tiempo y el trabajo que se necesitan para adaptar la lista de verificación de observaciones de los procedimientos en función del enfoque de la evaluación y el alcance de la información.
- ¿Cuánto tiempo llevará el análisis de los datos? ¿Hay algún evento u oportunidad estratégicos con los que se pueda hacer coincidir la divulgación de los resultados de la evaluación (por ejemplo, el aniversario de una política nueva)?

**PASO 7:** Adaptar los procedimientos y la lista de verificación de observaciones

**TAREA:** adapte los procedimientos y la lista de verificación de observaciones según el alcance de su evaluación de cumplimiento de PPPT y las leyes y regulaciones de su jurisdicción de interés.

- Consulte el alcance, las prioridades y los métodos de evaluación que se identificaron en los PASOS anteriores de la evaluación y seleccione métodos de recopilación y administración de datos que sean prácticos para los objetivos, el cronograma y el personal del proyecto.
- Adapte un procedimiento personalizado que sea claro y específico, que sirva de guía al personal del proyecto y/o a los recopiladores de datos sobre el procedimiento de barrido web y el período de recopilación de datos en general.
- Adapte una lista de verificación de observaciones personalizada que evalúe el cumplimiento de las prohibiciones de PPPT existentes, demuestre las deficiencias de la legislación vigente o identifique tendencias de PPPT nuevas e innovadoras en internet, eventos patrocinados y a través de programas de RSC.

**PASO 8:** Realizar la sesión de capacitación

**TAREA:** capacite a los recopiladores de datos y/o al personal del proyecto para que pongan en práctica los procedimientos de recopilación de datos y completen la lista de verificación de observaciones.

- Asegúrese de que los recopiladores de datos comprendan los antecedentes y el objetivo de la evaluación de cumplimiento de PPPT.
- Capacite a los recopiladores de datos para que realicen un barrido web usando los canales y canales secundarios de internet que seleccionó, con los términos de búsqueda que identificó.
- Si llevará a cabo una evaluación en profundidad, capacite a los recopiladores de datos para que se suscriban a ofertas especiales y asistan a eventos patrocinados.
- Asegúrese de que los recopiladores de datos estén familiarizados con las habilidades técnicas necesarias para realizar el barrido web (por ejemplo, navegar por internet, tomar y enviar capturas de pantalla, enviar ofertas que hayan recibido por correo tradicional o electrónico, o enviar listas de verificación de observaciones completas).

## Evaluación:

### PASO 9: Recopilar los datos

**TAREA:** realice el barrido web y asista a los eventos seleccionados si implementa una evaluación en profundidad. Al mismo tiempo, controle la calidad de las observaciones y los ejemplos recopilados a medida que los reciba.

- Revise y organice las capturas de pantalla con los ejemplos y/o las listas de verificación de observaciones completas a medida que las reciba para asegurarse de que los recopiladores de datos sigan las instrucciones de barrido web correctamente.
- Asegúrese de que el coordinador del proyecto esté disponible para responder las consultas de los recopiladores de datos o resolver los problemas que se puedan presentar.

### PASO 10: Analizar los resultados de su evaluación de cumplimiento

**TAREA:** compruebe la calidad de los datos, analice los resultados de las listas de verificación de observaciones completas, determine el cumplimiento y responda otras preguntas principales de la evaluación.

- Verifique la calidad de los datos de evaluación de cumplimiento (capturas de pantalla con ejemplos de PPPT y listas de verificación de observaciones completas).
- Tabule los conteos de cumplimiento, infracción o tácticas específicas de PPPT.
- Identifique las empresas tabacaleras o marcas que cumplan o estén en infracción.
- Identifique las partes responsables principales o alternativas involucradas en la producción o difusión de estos ejemplos de PPPT que cumplan o estén en infracción.
- Identifique las deficiencias en la ley que la industria tabacalera esté explotando.
- Identifique las actividades de PPPT nuevas, innovadoras o en curso de su jurisdicción de interés.

## Después de la evaluación:

### PASO 11: Utilizar los resultados

**TAREA:** identifique el público objetivo y determine los mejores métodos para llegar a él y difundir los resultados.

- Identifique el público objetivo principal en función de los resultados de su evaluación de cumplimiento de PPPT y la naturaleza de las agencias de control de aplicación de la ley y de otras partes responsables en su jurisdicción de interés.
- Perfeccione los mensajes clave de su plan de difusión para destacar los hallazgos más significativos de la evaluación y plantear los próximos pasos (o actividades) para el público objetivo.
- Programe reuniones privadas con formuladores de políticas, agencias de control de aplicación de la ley y partes responsables según corresponda, para generar confianza mediante la presentación de los resultados de la evaluación antes de su publicación.
- Comparta y promueva los resultados entre el público en general y la sociedad civil.

# APÉNDICE D: Guía sobre la adaptación de procedimientos

El procedimiento de barrido web (y los materiales de capacitación correspondientes) deben especificar:

## QUIÉN

- Con quién comunicarse en caso de que surjan consultas o se presente algún problema durante el período de evaluación (el coordinador del proyecto).
- Si los recopiladores de datos serán voluntarios o personal del proyecto (esto puede repercutir en los procedimientos de barrido web, los métodos de recopilación de datos y el alcance de la capacitación requerida).
- Si los recopiladores de datos incluyen fumadores o no fumadores (o ambos).
- Si los recopiladores de datos completarán la lista de verificación de observaciones una vez que se hayan recibido las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT o el personal del proyecto se encargará de esta tarea (si el personal del proyecto realiza el barrido web, deberá completar las listas de verificación de observaciones durante el procedimiento).

## QUÉ

- Definiciones de todas las tendencias y actividades de PPPT, empresas, marcas, canales, canales secundarios, términos de búsqueda y cualquier otro elemento relacionado con la evaluación (con especial atención a temas como internet, eventos especiales y programas de RSC).
- Qué navegador y/o motor de búsqueda utilizar.
  - Esta guía sugiere asignar varios motores de búsqueda a los recopiladores de datos que realicen el barrido web (por ejemplo, de los 3 motores de búsqueda principales en la jurisdicción de interés, usar uno distinto por barrido web o recopilador de datos) para minimizar el efecto de "burbuja de filtros" que crea la optimización de motores de búsqueda y que puede producir resultados tendenciosos de búsqueda en internet.
- Qué hacer si los recopiladores de datos tienen alguna pregunta o se topan con un problema (consultar el protocolo de evaluación y comunicarse con el coordinador del proyecto).
- Cualquier información adicional que se deba recopilar o enviar.

## DÓNDE

- Dónde realizar el barrido web.
  - Los barridos web deben realizarse desde la jurisdicción de interés.
  - Los barridos web se deben realizar en una computadora que no esté vinculada al personal del proyecto ni a la organización (es decir, desde un cibercafé o la computadora personal de un recopilador de datos contratado) para eliminar el efecto de publicidad dirigida según el comportamiento del usuario, que desvía las búsquedas hacia el control del tabaco en función de patrones anteriores de navegación en internet.
- Dónde asistir a los eventos patrocinados o de RSC seleccionados, si realiza una evaluación en profundidad. Debe suministrar esta información y las opciones de transporte disponibles a los recopiladores de datos tan pronto como sea posible.

## CUÁNDO

- La duración y la frecuencia de la recopilación de datos.
  - Esta guía recomienda un mínimo de 3 barridos web por recopilador de datos durante un período de 3 semanas (o 1 barrido web por semana).
  - Si se realizara una evaluación detallada, los recopiladores de datos y el personal del proyecto deberían dedicar entre 4 y 6 semanas adicionales de recopilación de datos para el control pasivo de internet (comunicaciones dirigidas directamente al consumidor).
- Cuándo completar la lista de verificación de observaciones (esto también depende de quién completará la lista). Los recopiladores de datos y el personal del proyecto deben comprender cuándo las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT recopiladas deben ser evaluadas por medio de la lista de verificación de observaciones y enviadas al personal del proyecto.
- Cuándo asistir a los eventos patrocinados y de RSC seleccionados. Suministre esta información a los recopiladores de datos tan pronto como sea posible.

## POR QUÉ

- Tener una noción general de por qué se realiza la evaluación (el objetivo) mejorará la calidad de los datos recopilados y las observaciones registradas.

## CÓMO

- Cómo ingresar en los sitios que requieren información de inicio de sesión (hasta dónde llegar y si se debe utilizar información o cuentas propias o personales para tener acceso o suscribirse a las actividades de PPPT).
  - Esta guía desaconseja el suministro de información falsa para obtener acceso a contenido restringido y sugiere reclutar recopiladores de datos que puedan llegar a este tipo de contenido con su información de usuario y sus cuentas verdaderas (por ejemplo, estudiantes universitarios, fumadores).
- Cómo tomar una captura de pantalla y guardar archivos (procedimiento y formato de archivo).
- Cómo asignar números de identificación a las capturas de pantalla con ejemplos de PPPT.
- Cómo enviar capturas de pantallas con ejemplos y/o listas de verificación de observaciones (por medio de correo electrónico, enviando formularios web, realizando cargas, etc.) al personal del proyecto (si los recopiladores de datos son voluntarios convocados).
- Cómo enviar materiales publicitarios o promocionales recibidos en el correo (completar una lista de verificación de observaciones y enviar el material o una fotografía del material por correo tradicional o electrónico).

## APÉNDICE E: Ejemplos de términos de búsqueda

La lista que se muestra a continuación contiene una muestra limitada de términos de búsqueda que puede utilizar en su evaluación de cumplimiento. Los términos de búsqueda deben ser agrupados según corresponda y suministrados en una lista al personal del proyecto y los recopiladores de datos. Asegúrese de incluir términos de búsqueda que tengan relevancia en la legislación y las tendencias de PPPT de su jurisdicción de interés.

### Términos de búsqueda relacionados con la publicidad y la promoción

- Bar
- Reclamar
- Club
- Concierto
- Concurso
- Cupón
- Acuerdo o Convenio
- Descuento
- Ingresar
- Evento
- Festival
- Seguir
- Reunión
- Música
- Carrera
- Sorteo
- Recompensa
- Ventas
- Inscribirse
- Deportes
- Suscribirse
- Torneo
- Ganar

### Términos de búsqueda relacionados con el tabaco

- Bidis
- Mascar
- Puro
- Cigarrillo
- Cigarro
- Clavo de olor
- Soluble
- e-cigarrillo
- Cigarrillo electrónico
- Gutka
- Narguila
- Khaini
- Kretek
- Pipa
- Sin humo
- Fumar
- Rapé
- Snus
- Tabaco
- Vaping o vapear - clase de cigarrillo electrónico
- Vapor
- Pipa de agua

### Términos de búsqueda relacionados con la RSC

- Limpio
- Comunidad
- Planeta Tierra
- Educación
- Medio ambiente
- Agricultura
- Bosque
- Dar
- Salud
- Ayudar
- Tierra
- Preservar
- Prevención
- Alivio
- Salvar
- Escuelas
- Sostenible
- Agua
- Vida salvaje
- Juventud

## APÉNDICE F: Ejemplo de lista de verificación de observaciones

<i>Esta lista de verificación de observaciones se debe adaptar para reflejar la legislación vigente y las tendencias de PPPT actuales en la jurisdicción de interés. Los elementos que no correspondan deben omitirse de la lista de verificación antes de realizar la evaluación.</i>			
Fabricante de tabaco/empresa tabacalera observada:			
Canal de PPPT (y canal o canal secundario de internet, si corresponde):			
<b>Elementos de la observación</b>	<b>Sí/No</b>	<b>Cumplimiento/ infracción</b>	<b>Notas/comentarios</b>
¿El ejemplo vende cigarrillos?			
¿El ejemplo vende otros productos de tabaco?			
¿El ejemplo vende productos con marcas de tabaco?			
¿El ejemplo tiene restricciones de edad, ubicación o preferencias de consumo del tabaco?			
¿El ejemplo incluye los avisos de advertencia requerida?			
¿El ejemplo incluye la información para dejar de fumar requerida?			
¿El ejemplo utiliza palabras que sugieren sabor?			
¿El ejemplo utiliza palabras que sugieren menor intensidad (bajo, suave, liviano)?			
¿El ejemplo promueve descuentos por comprar varios paquetes?			
¿El ejemplo ofrece o suministra obsequios u objetos con o sin el logotipo, símbolo o nombre de la marca (como encendedores, relojes, dados, indumentaria)?			
¿El ejemplo promueve un concurso, una rifa o una lotería?			
¿El ejemplo incluye medios interactivos o funciones de juego?			
¿El ejemplo incluye un componente relacionado con las redes sociales?			
¿El ejemplo promueve un evento patrocinado? (Si la respuesta es "sí", agregue una descripción en la sección de comentarios)			
¿El ejemplo promueve la RSC? (Si la respuesta es "sí", agregue una descripción en la sección de comentarios)			

## APÉNDICE G: Ejemplo de lista detallada de verificación de observaciones

1. Fecha:
2. Ubicación:
3. Empresa, fabricante o marca patrocinadora:
4. Nombre del evento:
5. Seleccione el tipo de evento:
  - a. Evento patrocinado
    - i. Deportivo
    - ii. Musical
    - iii. Artístico o de entretenimiento
    - iv. Cultural
    - v. Bar o club nocturno
  - b. RSC
    - i. Educativo
    - ii. Ambiental/agrícola
    - iii. De salud o bienestar comunitario
    - iv. Prevención del tabaquismo en la juventud
    - v. Asistencia en caso de catástrofe o crisis
6. Enumere los copatrocinadores:
7. ¿Se vendió tabaco o productos relacionados con el tabaco en el evento?
8. ¿Se distribuyeron muestras o productos gratuitos?
9. ¿Se ofrecieron cupones?
10. ¿Se recopiló información de los clientes (por ejemplo, nombre, dirección, dirección de correo electrónico, preferencias de consumo del tabaco)?

# Colaboradores

## **AUTORES**

### **Campaña para Niños Libres de Tabaco**

Ellen Feighery, MS

Ernesto Sebríe, MD, MPH

### **Instituto para el Control Global del Tabaco de la Escuela Bloomberg de Salud Pública de Johns Hopkins**

Joanna Cohen, PhD

Ashley Grant, MPH

Asim Khan, MA

### **Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Pulmonares**

Ehsan Latif, MD, MPH

## **REVISORES**

Ayodeji Awopegba, DMD, MPH

Shuang Ren, MS

Verónica Schoj, MD

## **AGRADECIMIENTOS**

La elaboración de esta guía fue un trabajo conjunto entre la Campaña para Niños Libres de Tabaco, la Escuela Bloomberg de Salud Pública de la Universidad Johns Hopkins y la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias. Este documento fue financiado por Bloomberg Philanthropies como parte de la Iniciativa Bloomberg para disminuir el consumo de tabaco.

Esta publicación está disponible en:

[www.globaltobaccocontrol.org](http://www.globaltobaccocontrol.org)

[www.jhsph.edu/igtc](http://www.jhsph.edu/igtc)

Si desea obtener más información, póngase en contacto con:

### **Instituto para el control mundial del tabaco**

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

[igtc@jhu.edu](mailto:igtc@jhu.edu)