

# DIA MUNDIAL SIN TABACO

## 31 DE MAYO DE 2020

Proteger a las personas jóvenes de la manipulación de la industria y evitar que consuman tabaco y nicotina

### Se ha revelado el secreto.

Si su producto matara a **8 millones** de personas cada año, usted también buscaría una nueva generación de clientes.



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS  
CONSEJO DE SALUD

# EL DÍA MUNDIAL SIN TABACO Y LA OMS

## PROTEGER A LAS PERSONAS JÓVENES DE LA MANIPULACIÓN DE LA INDUSTRIA Y EVITAR QUE CONSUMAN TABACO Y NICOTINA

Durante décadas, la industria del tabaco ha empleado estrategias deliberadamente agresivas y tácticas bien financiadas para atraer a la juventud a los productos del tabaco y de la nicotina. Documentos internos de la industria revelan que han realizado investigaciones en profundidad y enfoques diseñados para atraer a la nueva generación en el uso del tabaco. Desde el diseño de productos de tabaco hasta las campañas de marketing dirigidas a reemplazar a los millones de personas que mueren cada año por enfermedades atribuibles al tabaco con nuevos consumidores-jóvenes. En respuesta a la sistemáticas y agresivas tácticas de la industria del tabaco y nicotina para atraer a nuevos usuarios de tabaco, el día mundial sin tabaco 2020 proporcionará una campaña de contra marketing y capacitará a las personas jóvenes para participar en la lucha en contra de la Industria del tabaco.

La campaña global del día mundial sin tabaco 2020 va a servir para:

- Desacreditar mitos y exponer

Los niños que utilizan cigarrillos electrónicos tienen el doble de probabilidades de fumar cigarrillos normales en la edad adulta.



tácticas de manipulación empleadas por la industria del tabaco y nicotina, particularmente tácticas de marketing dirigidas a la juventud incluso a través de la introducción de productos nuevos, novedosos sabores y otras características atractivas.

- Dar a los/as jóvenes información a cerca de las intenciones y tácticas de la industria del tabaco y nicotina para enganchar a las actuales y futuras generaciones al tabaco y productos de nicotina; y
- Capacitar a los/as Influencers (en la cultura del pop, redes sociales, en casa o en las clases) para proteger y defender a la juventud y catalizar el cambio enganchándolos en la lucha en contra de la Industria del tabaco.

## ¿CÓMO ESTÁ LA INDUSTRIA DEL TABACO Y NICOTINA MANIPULANDO A LA JUVENTUD?

- Uso de sabores en el tabaco y nicotina que son atractivos para las personas jóvenes, como cereza, chicle, algodón de azúcar, lo que fomenta que la gente joven subestimen el riesgo real para la salud y empiecen a usarlos.
- Diseños elegantes y productos atractivos, que también pueden ser fáciles de llevar y son engañosos (productos con formas de USB)
- Promocionar productos como “daño reducido” o “más limpias”, alternativas a los cigarrillos convencionales, en ausencia de ciencia objetiva que corrobore estas afirmaciones.
- Patrocinios por parte de celebridades e influencers y concursos patrocinados por las marcas para promocionar el tabaco y productos de nicotina (influencers de instagram)
- Comercialización en puntos de venta frecuentados por niños/as, posiciones cerca de dulces, snacks, bebidas. Suministro de primas a los proveedores para garantizar que sus productos se exhiban cerca de lugares frecuentados por jóvenes (incluye el suministro de materiales de comercialización y vitrinas a los minoristas)
- Venta de sticks de cigarrillos individuales y otros tipos de tabaco y productos de nicotina cerca de los colegios, lo que hace más barato y fácil el acceso a los/as niños/as del colegio.
- Marketing indirecto de productos de tabaco en películas, programas de televisión y online streaming shows.
- Maquinas de venta de tabaco en lugares frecuentados por gente joven por lo que se convierten en anuncios atractivos, socavando la regulación de venta a menores.
- Los litigios para debilitar todos los tipos de control existente en las regulaciones sobre tabaco, incluidas las etiquetas de advertencia, exhibiciones en el punto de venta y regulaciones que limitan el acceso y comercialización a niños (específicamente disposiciones para prohibir la venta y la publicidad de productos del tabaco cerca del colegio)

### LLAMADA A LA ACCIÓN

El mundo no puede permitirse el lujo de otra generación engañada por las mentiras de la industria del tabaco y nicotina, que pretenda promover la libertad de elección personal y al mismo tiempo garantizar beneficios eternos, independientemente de los millones de personas que pagan con sus vidas cada año.



# NUEVAS FORMAS DE ADICCIONES

## CIGARRILLO ELECTRÓNICO

Se denominan Dispositivos susceptibles de liberación de nicotina. Es un producto, o cualquiera de sus componentes, incluidos cartuchos y el dispositivo sin cartucho, que pueda utilizarse para el consumo de vapor que contenga nicotina a través de una boquilla. Pueden ser desechables, recargables mediante un contenedor de carga, o recargables con cartucho de un solo uso.



### **COMPONENTES:**

Pequeño depósito o cartucho (que contiene el líquido con o sin nicotina, propilenglicol, saborizantes y otros compuestos químicos), mediante un sistema electrónico con una batería recargable y un atomizador se vaporiza la mezcla. Se utiliza inhalando el vapor producido, simulando los cigarrillos tradicionales y también emite vapor en el "fumado"

### **ASPECTO LEGAL:**

Modificación Ley 28/2005 de productos del tabaco (Disposiciones Adicionales duodécimo y decimo tercero) se establece:

La prohibición de venta a menores y de su uso en determinados espacios como son los actos y dependencias de las Administraciones Públicas, los centros, servicios y establecimientos sanitarios, en los centros docentes y formativos, en los medios de transporte público urbano e interurbano y en los recintos de los parques infantiles.

Limitaciones de su publicidad en función de su horario de emisión en los medios de comunicación o de su población de destino y con el objetivo de la protección de los/as menores.

### **EFFECTOS EN LA SALUD:**

No se pueden excluir los riesgos para la salud asociados al uso o exposición al vapor de los cigarrillos electrónicos:

- A corto plazo, se han hallado efectos fisiológicos adversos en las vías respiratorias similares a aquellos asociados al humo del tabaco. Son necesarios más estudios para conocer los efectos a largo plazo.

- Se han encontrado sustancias cancerígenas en líquidos y vapor de cigarrillos electrónicos.

- Se han descrito numerosas intoxicaciones y efectos adversos relacionados con estos productos, algunos graves.

- La utilización de estos productos genera emisión de propilenglicol, partículas PM2.5, nicotina y sustancias cancerígenas que pueden contaminar los espacios cerrados, con los consecuentes riesgos por exposición pasiva.

## PATRÓN DE USO CIGARRILLO ELECTRÓNICO

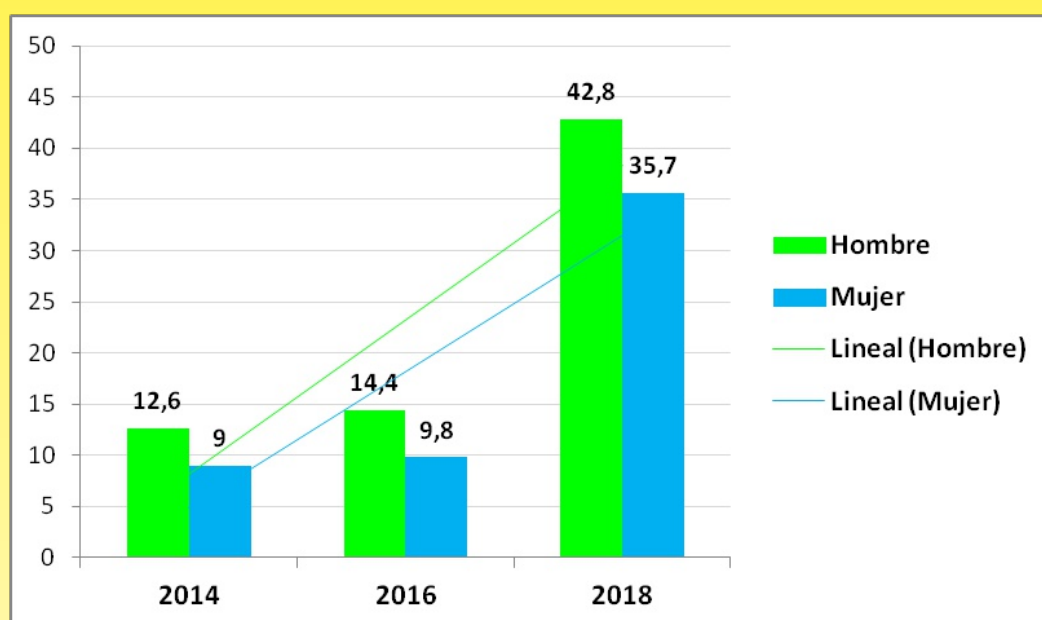
Los cigarrillos electrónicos se utilizan especialmente por personas fumadoras, fumadoras que quieren dejarlo y exfumadoras de tabaco convencional. Se ha observado un importante aumento del uso de estos productos por adolescentes.

Los/as adolescentes que usan estos productos suelen fumar también.

De momento las personas no fumadoras que los usan son pocas, aunque los datos indican el rápido desarrollo de un nuevo mercado para el uso y dependencia de la nicotina con consecuencias impredecibles.

### USO DE CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS ENTRE JÓVENES EN ASTURIAS

Evolución de la prevalencia del consumo de cigarrillos Electrónicos <<Alguna vez en la vida>> (%) entre estudiantes de EE.SS de 14 a 18 años. ESTUDES, Asturias 2014/15-2018/10



Fuente: Observatorio Plan de Drogas del Principado de Asturias

Se puede observar el gran salto en el consumo de este tipo de cigarrillos que se produce en la juventud entre 14 y 18 años según la encuesta Estudes del 2018 con respecto a la del 2014 y 2016. Supone un incremento de un 30% las personas que han consumido cigarrillos electrónicos alguna vez en la vida, lo que nos hace pensar en una tendencia al alza en el consumo de estos dispositivos.

El consumo de estos dispositivos es de un 42,8% en los hombres y un 35,7% en las mujeres.

Si lo comparamos con el consumo alguna vez en la vida del cigarrillo convencional, la encuesta estudes del 2018 nos indica un consumo de un 37,5% en hombres y de un 40,2% de mujeres.

Podemos concluir que en el año 2018 en Asturias, el consumo alguna vez en la vida de cigarrillos convencionales y cigarrillos electrónicos entre los jóvenes entre 14 y 18 años es muy similar.

# PRODUCTOS DE TABACO POR CALENTAMIENTO

Son productos de tabaco procesado que son calentados en lugar de sufrir combustión. Al calentarlos producen aerosoles que contienen nicotina y sustancias altamente adictivas procedentes del tabaco, y otras sustancias químicas, procedentes de aditivos y aromas añadidos, que son inhalados por los/as usuario/as a través de la boquilla. Existen varios modelos disponibles.

## CONSTITUYENTES:

Producto de tabaco  
Dispositivo electrónico de calentamiento  
Dispositivo de carga de batería

## ASPECTO LEGALES:

Al ser el cigarrillo/cápsula un producto del tabaco, resulta aplicable la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

## EFFECTOS DE LA SALUD:

Existe escasa literatura sobre sus efectos en la salud y aún menos en sus efectos a largo plazo.

### **1. Toxicidad de los componentes:**

Son similares a los de un cigarrillo convencional.

Las hojas de tabaco tienen nicotina, las cuales tienen una elevada toxicidad y capacidad adictiva. Es la principal causa de adicción.

Otras sustancias que pueden tener implicaciones para la salud al ser sometidas a altas temperaturas.

Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social

## PRODUCTOS DE TABACO CONSUMIDOS POR CALENTAMIENTO

INFORMACIÓN SANITARIA Y NORMATIVA APLICABLE

**Tabaco calentado\* ¿QUÉ ES?**

 **Es un producto del tabaco**  
que es calentado electrónicamente (hasta 400°C) y sin combustión a diferencia del cigarrillo tradicional

 **No es un cigarrillo electrónico**  
ya que no contiene líquido en su interior, sino **tabaco procesado (picado o en polvo)**

**¿Qué NORMATIVA le aplica?**

Se clasifica como "**producto del tabaco novedoso**" aplicándose su correspondiente normativa sanitaria:

- Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo.
- Real Decreto 579/2017, de 9 de junio sobre fabricación, presentación y comercialización.

**Tiene el mismo tratamiento que el resto de productos del tabaco, por lo que:**

 **Prohibida la venta de productos del tabaco a menores de 18 años.**  
Prohibida la venta a menores

 **Uso prohibido en los mismos espacios que el tabaco convencional**

 **Promoción, publicidad y patrocinio prohibidos (excepto en puntos de venta)**

**EFFECTOS en la salud**

 **Como todas las formas del tabaco, son peligrosos para la salud y generan adicción.**

 **Su uso supone la emisión de sustancias peligrosas, por lo que NO es inocuo para las personas a tu alrededor.**

 **Su uso no es recomendable ni es un producto para dejar de fumar.**  
Si quieres dejar de fumar, existen intervenciones seguras y eficaces. Los profesionales sanitarios te pueden ayudar.  
<http://puedesDejarlo.es>

Por último, ten en cuenta que algunas informaciones difundidas sobre estos productos, pueden no ser correctas y responder a intereses comerciales.

\*Algunos nombres comerciales son IQOS(Heets), Glo, Ploom y Pax

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL

Se añaden cientos de excipientes que pueden ser tóxicos con o sin combustión.

Contienen glicerina y propilenglicol.

### **2. Toxicidad de emisiones:**

No existe suficiente información sobre las emisiones de estos productos, y, en cualquier caso, no se pueden descartar sus efectos en aquellos que lo consumen.

### **3. Efectos de exposición ambiental al aerosol**

Aunque la evidencia es limitada, parece indicar que emiten sustancias peligrosas para las personas expuestas al aerosol y su uso no debe permitirse en lugares cerrados como el restos de productos de tabaco.

#### **4. Reducción de daños.**

El principal reclamo defendido por los/as fabricantes es que debido a su mecanismo de calentamiento sin combustión, se reducirán las emisiones, implicando un menor daño para la salud en comparación de los productos de tabaco tradicional. Esta afirmación no ha sido demostrada con suficiente evidencia científica.

#### **IMPLICACIÓN EN SALUD PÚBLICA**

La promoción de los Productos de Tabaco Calentado (PCT) como estrategia de reducción de daños parecen responder esencialmente a objetivos comerciales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

INFORMACIÓN DE LA OMS: <https://www.who.int/es/news-room/campaigns/world-no-tobacco-day/world-no-tobacco-day-2020>

INFORME CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS. Situación actual, evidencia disponible y regulación. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Dirección General de Salud Pública. Julio 2014.

INFORME PRODUCTOS DE TABACO POR CALENTAMIENTO. Consideraciones de tipo sanitario y legal. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Unidad de Prevención de Tabaquismo. 4/02/2019

ENCUESTA ESTUDES para Asturias. Realizada por el Observatorio del Plan de Drogas de Asturias.



CON SUS TRUCOS Y TÁCTICAS, LA INDUSTRIA  
TABACALERA ESTÁ BUSCANDO UNA

# NUEVA GENERACIÓN

DE CLIENTES.  
POR EJEMPLO, MEDIANTE:

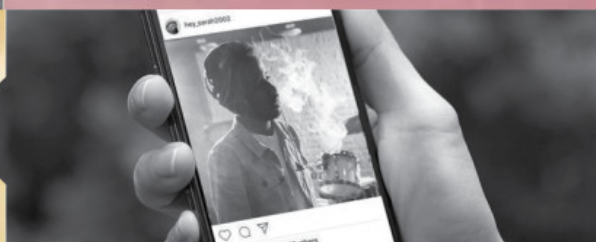


## Publicidad directa

- Publicidad en medios de entretenimiento, como el cine y la televisión.
- Exhibidores atractivos a la altura de los ojos de los niños o cerca de juguetes, dulces y bebidas azucaradas.
- Anuncios de productos de tabaco que imitan memes populares para atraer a niños y jóvenes adultos.

## Publicidad indirecta

- Utilizando las redes sociales y pagando a personas influyentes para que promocionen ciertos productos de tabaco y vapeo.



## Promoción

- Promocionando productos de tabaco en eventos populares para jóvenes.
- Distribuyendo muestras gratis y material promocional entre los jóvenes.

## Patrocinios

- Ofreciendo prácticas y becas escolares y universitarias para estudiantes, y otras ayudas a escuelas.
- Patrocinando eventos/equipos deportivos importantes, por ejemplo, mediante la colocación de logotipos de empresas tabacaleras.



## Otras tácticas de mercadotecnia

- Incorporando sabores atractivos para niños en productos de tabaco sin humo, shisha y cigarrillos electrónicos.
- Vendiendo mini paquetes y cigarrillos sueltos.



# OPS



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE SALUD