

Saborizantes y diseños en los productos de tabaco antes y después del empaquetado neutro en Uruguay.

Unidad de Tabaquismo, Hospital de Clínicas - Universidad de la República, Uruguay

Tabaco y Marketing

- Productos diseñados para ser atractivos para el consumo.
- Aparición en los últimos años de aditivos y saborizantes.
- Nuevas estrategias frente a la implementación del empaquetado neutro.
- Objetivo de captar nuevos consumidores, especialmente jóvenes.



Material y Métodos

- Estudio descriptivo, observacional, prospectivo de corte transversal.
- Protocolo de trabajo de campo adaptado del Sistema de Vigilancia de paquetes de Tabaco (TPackSS) de la Universidad de Johns Hopkins.

Proyecto realizado con el apoyo de la Organización Panamericana de la Salud.

Objetivo

Conocer las variaciones en saborizantes y caracteres de diseño en cigarrillos y otros productos de tabaco después de implementado el empaquetado neutro en Uruguay.

3 áreas de niveles socioeconómicos de Montevideo



5 centros educativos por nivel



2 puntos de venta por cada uno



Registro de productos disponibles y adquisición de un ejemplar por producto



Se compararon los datos con los obtenidos en 2019

Resultados en

2019 vs 2021

30

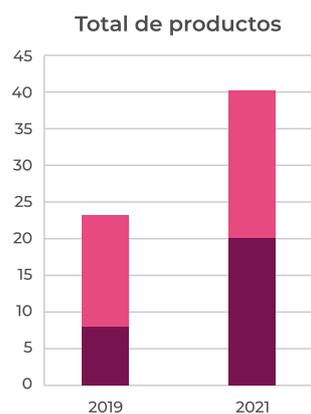
puntos de venta

23 | 40
marcas diferentes

8 | 20
productos saborizados

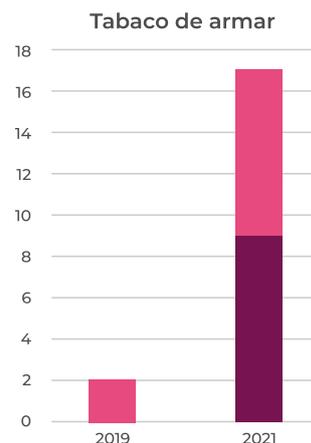
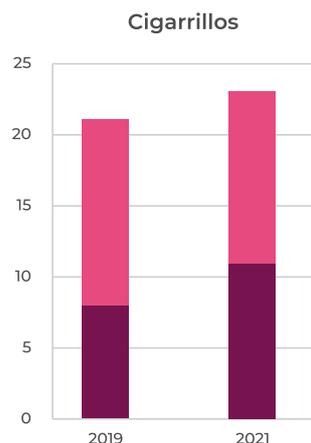
17 | 4
presentaban algún carácter de diseño

0 | 13
contenido extra

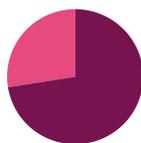


Incremento en el número de marcas disponibles (de 23 a 40) y aumento de la proporción de productos saborizados (de 34,8 a 50%).

■ no saborizados
■ saborizados

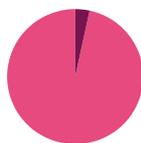


Aumento en la variedad de sabores de 3 a 11 gustos.



Incumplimiento de la normativa (empaquetado neutro y/o presentación única por marca) en el 27,5% de los productos de tabaco.

■ No cumplen normativa ■ Si cumplen normativa



Las marcas saborizadas se encuentran disponibles en el 96,6% de los puntos de venta a diferencia del 86,6% en el 2019.

■ Puntos de venta que disponen de productos saborizados
■ Puntos de venta que no disponen de productos saborizados

Conclusiones e Implicancias

- Se objetivó un incremento de la variedad de productos de tabaco en particular de productos saborizados luego de la implementación del empaquetado neutro.
- Más de un cuarto de los ejemplares incumple las normativas.
- Se requieren nuevas regulaciones en materia de saborizantes y adecuadas políticas de fiscalización de la normativa vigente para hacer frente a estas nuevas estrategias de marketing.