

SABOR QUE MATA:

Marketing agresivo de las tabacaleras para atraer a adolescentes al consumo de tabaco

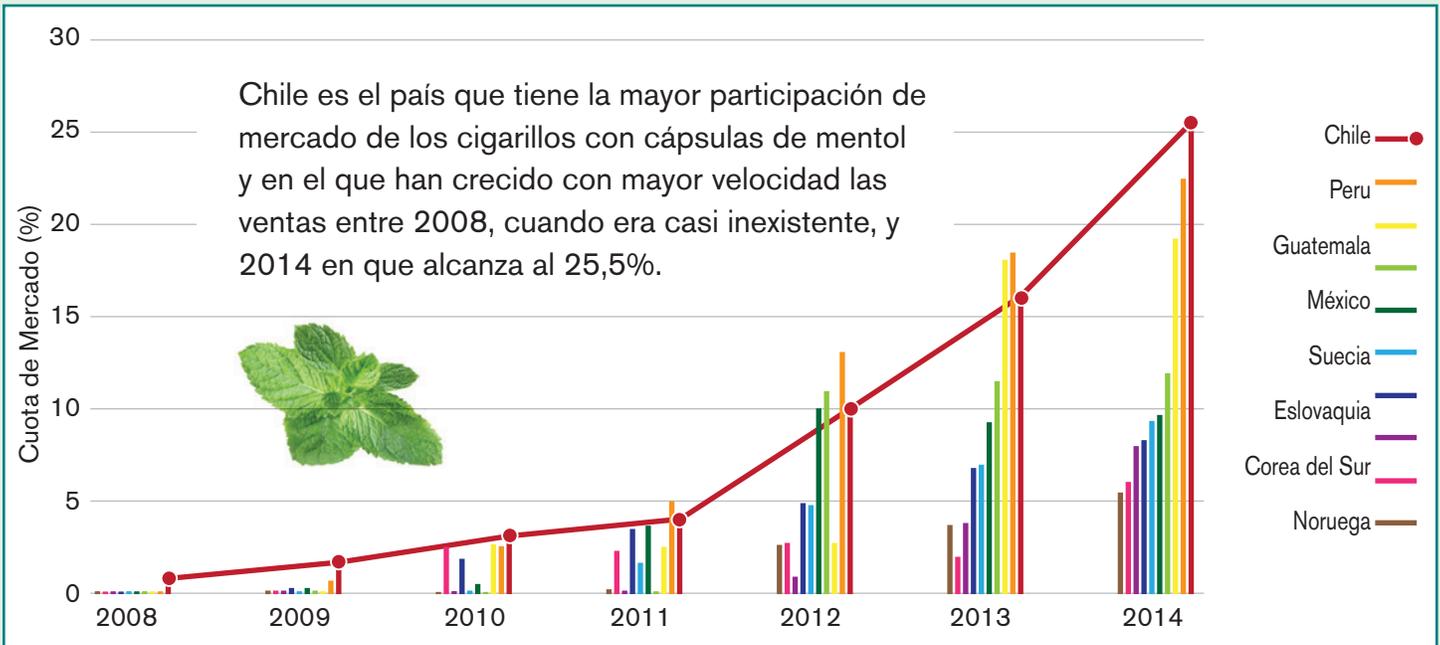
El mercado de los cigarrillos mentolados

En América Latina, las ventas de los cigarrillos saborizados, como **cereza, daiquiri, mentol, y menta exótica**, están aumentando.



Hoy en Chile

1 de cada 4 cigarrillos vendidos tiene sabor a mentol

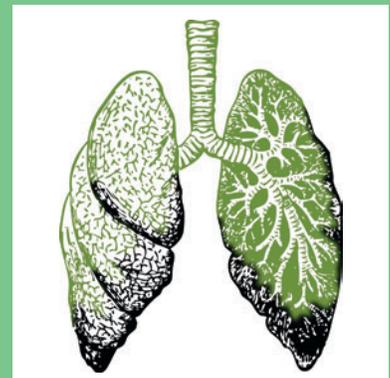


The 10 countries with largest market share for flavour capsules in 2014. Cita: Thrasher JF, et al. Tob Control 2016;0:1-3. doi:10.1136/tobaccocontrol-2016-053030. Market share for flavour capsule cigarettes is quickly growing, especially in Latin America

¿Qué es el mentol?

¿Por qué se utiliza en los cigarrillos?

El aditivo de mentol permite disfrazar el olor y sabor del tabaco, activa receptores de frío a nivel neuronal que provocan efectos refrescantes y analgésicos, reduciendo la irritación de la faringe. Esto posibilita a los consumidores realizar inhalaciones más profundas elevando la incorporación y acumulación de sustancias tóxicas y los niveles de nicotina en el organismo.



Los saborizantes, especialmente el mentol, esconden el sabor áspero del tabaco y aumentan los niveles de nicotina absorbidos por el organismo.

**CON LOS CIGARRILLOS MENTOLADOS
LA ADICCIÓN AL TABACO AUMENTA**



Un estudio de Chile Libre de Tabaco demostró que:

El **66%** de los fumadores menores de 18 años en Chile consume cigarrillos mentolados

El **44%** de las personas menores de 18 años se inicia en el consumo de tabaco con cigarrillos con mentol



LA INDUSTRIA TABACALERA DIRIGE SUS ESTRATEGIAS COMERCIALES Y PUBLICITARIAS HACIA LOS JÓVENES PARA CAPTAR NUEVOS ADICTOS.

Cigarrillos con mentol alrededor de las escuelas

Las compañías tabacaleras están vendiendo y promocionando agresivamente estos productos saborizados alrededor de las escuelas en América Latina y nuestro país no es la excepción.

En enero de 2017, la Escuela Bloomberg de Salud Pública Johns Hopkins, Estados Unidos, realizó una investigación sobre la disponibilidad y la publicidad de cigarrillos saborizados en cinco principales ciudades de América Latina: **Buenos Aires (Argentina), La Paz (Bolivia), Río de Janeiro (Brasil), Santiago (Chile) y Lima (Perú).**

En Chile, el **49%** de los locales de comercio minorista que se ubicaban en un radio de 250 metros alrededor de 81 escuelas en Santiago vendían cigarrillos.





Más del **85%** del comercio minorista de cigarrillos vendía cigarrillos con mentol u otros descriptores de sabor.

Del total de cigarrillos saborizados, el **92,3%** eran de mentol.

Los descriptores de sabor de las cajetillas engañan a los consumidores, utilizando nombres que confunden (Ejemplos: *Fresh, Wild, Boost, iBoost, Ice blast, Indigo, Click On*) en otro idioma y no explican claramente que son cigarrillos saborizados o con mentol.

¿Dónde se exhiben los cigarrillos con mentol?

En esa misma investigación se detectó que **MÁS DEL 50%** de los locales comerciales observados, colocaron los cigarrillos con mentol cerca de dulces y bebidas que son los productos más consumidos por niñas/os y adolescentes.



57,7% de los locales comerciales observados colocaron los cigarrillos con mentol en las zonas de las cajas registradoras.



Las marcas observadas incluyen productos de **British American Tobacco** y **Philip Morris International**.

Para proteger a las niñas y niños del marketing de la industria del tabaco y del consumo de cigarrillos saborizados, es urgente que el Congreso apruebe el proyecto de ley de tabaco para:

- Prohibir la exhibición y marketing de la industria tabacalera.
- Prohibir la venta de los cigarrillos con mentol u otros sabores.