

## Advertencias sanitarias y empaquetado neutro de productos de tabaco en la percepción de los salvadoreños

### Health warnings and plain packaging of tobacco products in the perception of salvadorans

Sarmiento López, Alejandra María; de Paz Florez, Joel Adonay

Alejandra María Sarmiento López  
alejandrasarmiento@fosalud.gob.sv  
Fondo Solidario para la Salud., El Salvador  
Joel Adonay de Paz Florez  
Fondo Solidario para la Salud., El Salvador

**Alerta**  
Ministerio de Salud, El Salvador  
ISSN-e: 2617-5274  
Periodicidad: Semestral  
vol. 2, núm. 2, 2019  
[ralerta@salud.gob.sv](mailto:ralerta@salud.gob.sv)

Recepción: 20 Mayo 2019  
Aprobación: 10 Julio 2019  
Publicación: 31 Julio 2019

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/419/4191898008/>

DOI: <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i2.7942>

Autor de correspondencia: [alejandrasarmiento@fosalud.gob.sv](mailto:alejandrasarmiento@fosalud.gob.sv)

Forma recomendada de citar: Sarmiento A, de Paz Flores JA. Advertencias sanitarias y empaquetado neutro de productos de tabaco en la percepción de los salvadoreños. *Alerta*. 2019;2(2):135-143. DOI: 10.5377/alerta.v2i2.7942

**Resumen: Introducción.** El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco establece que una medida para disminuir el consumo de tabaco se encuentra en las advertencias sanitarias, como medida relativa al empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. En El Salvador, las regulaciones sobre el empaquetado, establecen advertencias del 50 % sobre los productos de tabaco, ya sean en paquetes con forma regular o irregular. **Objetivo.** Conocer la percepción de la población salvadoreña sobre las advertencias sanitarias más grandes y empaquetado neutro en la intención de fumar y en desalentar el inicio al consumo de tabaco. **Metodología.** Estudio cualitativo realizado a través de grupos focales en tres segmentos poblacionales: adolescentes, jóvenes y adultos. La sistematización y procedimiento con el análisis de resultados de los grupos focales fueron realizados a través de la aplicación NVivo, Versión 10. **Resultados.** Las advertencias sanitarias actuales evocan sensaciones negativas a la población y las que generan mayor impacto son los pictogramas de niños afectados por la exposición al humo de tabaco ajeno. Existe un alto apoyo de la población para incrementar las advertencias sanitarias y es el empaquetado neutro el que posee mayor rechazo entre la población. **Conclusiones.** Se hace necesario rotar las advertencias sanitarias e implementar el empaquetado neutro como medidas costo-efectivas para reducir el consumo de tabaco, por lo cual deben realizarse los esfuerzos necesarios para su implementación en El Salvador.

**Palabras clave:** Tabaquismo, advertencias sanitarias, empaquetado y etiquetado, empaquetado neutro, industria del tabaco.

**Abstract: Introduction.** The WHO Framework Convention on Tobacco Control establishes that within the effective measures to reduce tobacco consumption are the prohibition of tobacco advertising, promotion and sponsorship. In El Salvador, Law for Tobacco Control allows advertising at sale points, reducing the effectiveness of these policies. **Objective.** To explore the impact of larger graphic health warnings and plain packaging on Salvadoran's smoking intention and discouraging tobacco consumption. **Methodology.** A qualitative study with focus group discussions divided into three population segments. These segments were: adolescents, young people and adults. The systematization of the data were analysed by means of Nvivo

**10. Results.** The current health warning labels evoke negative feelings on Salvadorans people and the most shocking images are the ones with children affected by second-hand smoke. There is a high public support to implement larger graphic health warnings and to introduce plain packaging with bigger impact of refusal. **Conclusions.** It is required to rotate the health warnings that appear on tobacco product packaging and to introduce plain packaging in El Salvador as an effective measure of reducing tobacco consumption.

**Keywords:** Tobacco Use Disorder, Health warnings, Packaging and labelling, plain Packaging, tobacco industry.

## INTRODUCCIÓN

En 2016 el consumo de tabaco fue el causante de 7,1 millones de muertes a nivel mundial<sup>1</sup>. En El Salvador, el consumo de tabaco provocó 1624 muertes durante el 2016, de las cuales el 46 % representaron muertes prematuras, (antes de los 70 años de edad). El 78 % de las muertes fueron ocasionadas por el consumo directo y el 22 % por la exposición al humo de tabaco ajeno<sup>2,3</sup>.

El Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del tabaco (CMCT de la OMS) establece medidas que los Estados parte deben implementar para reducir el consumo y, en última instancia, eliminar el consumo de tabaco. Entre estas medidas se encuentran las advertencias sanitarias, como medida relativa al empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco<sup>4,5</sup>.

La efectividad de las advertencias sanitarias en los paquetes se ha convertido en una herramienta importante para comunicar a los consumidores los riesgos de este consumo para la salud. Por tal razón, a medida que la restricción de la publicidad se convierte en realidad, la superficie del paquete permanece disponible para que la industria tabacalera pueda comunicarse con los clientes y clientes potenciales<sup>6,7</sup>.

Para dicha industria el diseño de nuevos empaques resulta de mucho interés, siendo una forma de explorar cómo comercializar los cigarrillos en un entorno publicitario limitado. Es por ello que se plantea la necesidad de introducir un empaquetado que adopte medidas restrictivas en la utilización de logotipos, colores, imágenes de marca o información promocional. A eso se refiere el empaquetado sencillo o neutro, una medida de política pública de control de tabaco más sólida<sup>5,7</sup>.

En El Salvador, las regulaciones sobre el empaquetado y etiquetado buscan reducir el atractivo de estos productos, que actualmente cubren el 50 % de la superficie del empaque de cigarrillo, tanto al frente como reverso<sup>8,9</sup>. Algunas nociones en la población adulta sobre el impacto del empaquetado y etiquetado actual indicaron que el 57,2 % de los fumadores actuales han pensado en dejar de fumar debido al conocimiento de las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos. Por su parte, en los jóvenes se evidenció que cuatro de cada 10 (43,3 %) fumadores actuales pensaron en dejar de fumar debido a las advertencias sanitarias y el 40,3 % de los estudiantes no fumadores pensó en no comenzar a fumar gracias a estas advertencias en los paquetes<sup>10,11</sup>.

A partir de este contexto, el objetivo del presente estudio fue conocer la percepción de la población salvadoreña sobre las advertencias sanitarias más grandes y empaquetado neutro en la intención de fumar y en desalentar el inicio al consumo de tabaco.

---

## NOTAS DE AUTOR

alejandrasarmiento@fosalud.gob.sv

## METODOLOGÍA

Esta es una investigación cualitativa, a través de la realización de grupos focales, considerando segmentos poblacionales de acuerdo con su edad. Los segmentos poblacionales considerados fueron: personas adolescentes (12-17 años de edad); personas jóvenes (18-24 años de edad) y personas adultas (25-60 años de edad).

El primer segmento se consideró tomando de referencia que el 50 % de los fumadores adultos iniciaron el consumo de tabaco a los 17 años o antes. Además, que del total de personas que han fumado cigarrillo alguna vez en su vida el 23,9 % inició entre los 10 y 14 años de edad<sup>11</sup>. Asimismo, se consideraron las regulaciones establecidas en el Art. 9 de la Ley para el Control del Tabaco (LPCT), que establece la prohibición de la venta de productos de tabaco a menores de edad. El segundo segmento consideró a las personas jóvenes que oscilan entre los 18 y 24 años de edad, es decir, aquellos que ya son considerados adultos de acuerdo con el Código Civil de El Salvador. El rango del segmento tomó de referencia la Encuesta Nacional de Alcohol y Tabaco, 2014, la cual evidenció que la prevalencia de vida del consumo de cigarrillos en la población de 18 a 24 años fue de 26,0 %<sup>11</sup>. El tercer segmento, que oscila entre los 25 y 60 años de edad, no consideró parte de este estudio a los adultos mayores, definidos como tal en la Ley de Atención Integral para las Persona Adulta Mayor

El instrumento para la recolección de la información fue una guía para grupos focales, la cual estuvo compuesta por tres etapas: introductoria, de desarrollo y de cierre. La etapa de desarrollo inicial fue adaptada a través del estudio de Hoek et al<sup>12</sup> sobre la percepción de la marca del tabaco y el empaquetado de cigarrillos sin formato o con advertencias de salud más grandes.

Se profundizó en la percepción del impacto sobre el incremento de la advertencia sanitaria y empaquetado neutro, tomando como referencia a Arora et al<sup>13</sup> sobre las percepciones y el apoyo de la población hacia el empaquetado genérico para todos los productos de tabaco; y de Van Hal et al<sup>14</sup> para averiguar si existe un impacto potencial del empaquetado neutro sobre las percepciones de fumar y las intenciones de comportamiento de los adolescentes. En consecuencia, las categorías de análisis fueron: identificación de las características de la cajetilla de cigarrillo, reacciones que evocan las advertencias sanitarias y pictogramas, efectividad del aumento del porcentaje de cobertura de las advertencias sanitarias y efectividad de la implementación del empaquetado neutro.

Para los grupos focales se visitaron centros educativos, universidades, centros de convivencia atendidos por municipalidades, entre otros. Se realizaron un total de 18 grupos focales, seis por cada segmento de la población definida. En total participaron 137 personas, de las cuales 106 completaron la ficha de caracterización.

La sistematización y procedimiento con el análisis de resultados de los grupos focales fueron realizados a través del programa NVivo, versión 10.

## RESULTADOS

El perfil demográfico de los participantes y sus respectivas prevalencias de consumo de tabaco se muestra en la tabla 1.

### IDENTIFICACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS CAJETILLAS DE CIGARRILLO

Los adolescentes indicaron que han estado expuestos a las cajetillas de manera directa e indirecta, es decir, algunos de ellos porque han consumido y otros porque las han visto en los establecimientos autorizados para la venta, en su casa o tiradas en la calle. Del mismo modo, la mayoría de personas recuerdan las características

y mensajes en las cajetillas de cigarrillo. Algunos adolescentes recuerdan que “las imágenes en las cajetillas de cigarrillo contienen personas que están enfermas a causa del tabaco” y también “mensajes que advierten lo que pasa al fumar”.

Fueron principalmente los jóvenes quienes recuerdan “imágenes de cómo se deteriora los órganos de las personas”, “ilustraciones de enfermedades causadas por consumir tabaco”, “mensajes sobre el daño para la salud de las personas”, “fotografías de personas con cáncer”, “dientes dañados”, “problemas respiratorios”, “mensajes en donde se prohíbe la venta a menores de dieciocho años de edad”. De igual modo, algunos adultos dicen haber notado el cambio en los paquetes de cigarro, ya que manifestaron que en el pasado las cajetillas daban la sensación de que era “algo bueno”. Actualmente, las cajetillas contienen otras imágenes las cuales hacen ver al cigarro como algo peligroso.

En la población joven, las cajetillas de cigarros son recordadas por el contenido visual, referidas a las imágenes y mensajes orientados a la prevención del consumo de tabaco y a rasgos comerciales de las marcas del producto. Dentro de la misma población, un grupo reducido recordó que en las cajetillas aparecen datos de contacto de Fosalud para aquellos fumadores que desean dejar el consumo.

Por su parte, los adultos recordaron diversas características contenidas en los empaques de cigarrillo, entre los cuales mencionaron la imagen de personas enfermas, los mensajes con advertencias sobre el consumo de tabaco, la marca del producto y sus colores distintivos, asimismo indicaron que “las cajetillas de cigarrillo son cada vez menos llamativas”. Se pudo evidenciar que los adultos fumadores actuales, a diferencia de los no fumadores, expresaron que recordar la cajetilla de cigarros le generaba ganas de fumar. Los adultos no fumadores consideraron que, cuando recuerdan una cajetilla de cigarros, les genera un sentimiento de pérdida de dinero.

## REACCIONES QUE EVOCA LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS Y PICTOGRAMAS

Las sensaciones provocadas por los pictogramas a los adolescentes fueron de asco, desagrado y temor a llegar a crear adicción, siendo los pictogramas relacionados principalmente a enfermedades como el cáncer en los pulmones, de encías y afectación de órgano sexual. De igual forma, se identificó que existe un grado similar de conocimiento entre fumadores y no fumadores respecto a los efectos que el consumo del tabaco provoca en la salud de las personas. A pesar de las reacciones evocadas, los adolescentes consideraron que las enfermedades ilustradas en los pictogramas afectan principalmente a las personas mayores; en consecuencia, para ellos las repercusiones del consumo de tabaco no representan una amenaza en el corto plazo.

En los jóvenes las advertencias sanitarias evocan sensaciones de asco, rechazo a fumar, desagrado, incomodidad, lástima, entre otros. En el caso de los jóvenes fumadores, la sensación percibida es de coraje y frustración, dado que sienten una alta dependencia al consumo de tabaco. Del mismo modo, se evidenció un alto nivel de concientización entre los jóvenes fumadores y no fumadores sobre las repercusiones que el consumo de tabaco trae en las condiciones de vida para fumadores activos como pasivos.

Para los adultos, las imágenes contenidas en los empaques evocan sentimientos de repulsión e intimidación. Para la mayoría de los adultos fumadores, los pictogramas generan incomodidad, algunos de ellos dicen cambiarlos de empaque o usar algo (una bolsa o depósito de tela) para cubrir las imágenes. Sin embargo, dado su nivel de adicción, se les hace difícil dejar de fumar. Los adultos fumadores manifestaron que, a pesar de las regulaciones, actualmente existe un mercado informal que comercializa cigarrillo de contrabando, facilitando la disponibilidad del producto e incumplen las normativas de establecer advertencias sanitarias.

Los adultos no fumadores consideran que las advertencias sanitarias y pictogramas son claras en el propósito que persiguen, no obstante, no identifican un cambio en el hábito de consumo de aquellas personas que ellos conocen que fuman, siendo algunas de ellas familias, parientes, vecinos, entre otros.

## EFFECTIVIDAD DEL INCREMENTO DE LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS

Cajetillas de cigarrillos actuales con las advertencias sanitarias establecidas por LPCT al 50 % fueron compartidas en los grupos focales y, posteriormente, paquete ficticios de cajetillas de cigarrillo con un incremento de las advertencias sanitarias ampliadas hasta un 80 %.

Se evidenció que el incremento de las advertencias sanitarias es muy perceptible y muestran de mejor manera los daños ocasionados por el tabaco. Los adolescentes se percataron indicando que: “el diseño es diferente”, “las imágenes son más grandes”, “los mensajes se destacan más” y que el “logo o marca del producto es más pequeño”.

Al interrogar a los adolescentes ¿sí consideran que con la imagen ampliada al 80 % se mostrarían mejor las consecuencias de fumar?, en su mayoría indicaron que sí.

Por su parte, los jóvenes muestran mayor rechazo a los paquetes con advertencias más grandes. Al mostrarles de manera comparativa las cajetillas, ellos consideraron que el incremento favorecería principalmente la prevención, evitando nuevos fumadores. Sin embargo, señalan que a una persona fumadora podría no ser tan relevante para dejar de fumar. Incluso, los jóvenes fumadores, manifestaron que, dado que las imágenes son muy feas, tratan de ignorarlas o las cubren con algún otro objeto; en algunos casos señalaron que compran de manera individual los cigarrillos y por eso no ven las advertencias.

Entre los adultos no fumadores se percibe mucho rechazo a las imágenes y este aumenta cuando incrementan las advertencias sanitarias. Los no fumadores coincidieron que el aumento de las advertencias sanitarias puede aportar o contribuir en la prevención del consumo de nuevos fumadores, pero se deberían incorporar otras imágenes más provocativas, por ejemplo: una calavera, niños con enfermedades provocadas de forma indirecta, entre otros.

Los fumadores adultos mencionan que a pesar del desagrado que les provocan las imágenes, el incremento de las mismas no tendría un efecto sustancial en su decisión de dejar de fumar, ya que muchos mencionan que su adicción es muy fuerte, a tal grado que las imágenes no son un determinante para dejar de fumar. A pesar de ello, reconocieron la importancia de las advertencias para prevenir el consumo.

## EFFECTIVIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL EMPAQUETADO NEUTRO

Posteriormente, se compartieron paquetes ficticios de cajetillas de cigarrillo con empaquetado neutro y fueron contrastadas con las cajetillas de cigarrillos con las advertencias sanitarias al 50 % y al 80 %.

En los adolescentes el empaquetado neutro genera mayor rechazo. Esta presentación, incluso, fue asociada a una baja calidad del producto, indicando que las cajetillas con empaquetado neutro hacen más visibles las advertencias sanitarias y que los colores no son atractivos, por lo que genera temor y desconfianza de consumir ese producto. El color negro fue relacionado con sustancias inflamables y con advertencias de peligro y, según comentó un participante, “...el color negro combinado con amarillo es una manera de decirte que algo es peligroso”. Para este segmento, la implementación del empaquetado neutro tiene como propósito hacer un empaque menos atractivo para los consumidores.

Los jóvenes opinaron que la cajetilla les genera miedo y piensan en no fumar por los daños generados a la salud. Asimismo, revelaron que si fumarán se plantearían dejar de hacerlo al ver el empaquetado neutro. Adicionalmente, señalaron que se debe colocar en el empaque más información de contactos de los lugares donde pueden acudir para eliminar la adicción. En cuanto a los jóvenes fumadores, estos indicaron que buscarían mecanismos para reducir su exposición al empaquetado neutro, como el uso de sobres, fundas o empaques para no ver las imágenes. Desde esa perspectiva señalan que el empaquetado no tendría efecto en su deseo de dejar de fumar.

En general los jóvenes señalan un mayor impacto del empaquetado neutro frente al incremento de las advertencias sanitarias, ya que consideran que puede contribuir más en la reducción del consumo y la

prevención entre jóvenes, en comparación a solo considerar el incremento del pictograma de un 50 % a un 80 %.

Los adultos señalan que el empaquetado neutro es menos atractivo. Entre ellos, los fumadores coincidieron en que el impacto de la advertencia sanitaria es mayor, dado que realiza los pictogramas y mensajes y porque no se cuenta con distintivos comerciales. No obstante, algunos de ellos señalaron que buscarían mecanismos para reducir su exposición a las advertencias sanitarias, por lo que para algunos adultos fumadores el empaquetado neutro no incidiría en su consumo. Además, indicaron que existe comercialización de tabaco ilegal que no tiene advertencias sanitarias, por lo que algunas personas prefieren esos paquetes y resultan más baratos.

## RECOMENDACIONES DE LOS PARTICIPANTES

Los participantes recomendaron algunas características a incluir en las cajetillas de cigarrillo para fortalecer los mensajes de advertencia, como:

“...los pasos a seguir de cómo dejar de fumar”;

“...el dato de las personas que mueren al año por fumar, colocando en las cajetillas estadísticas y destacándolas en el empaquetado”;

“...porcentaje de personas adictas al cigarrillo afectadas por alguna enfermedad nociva”;

“...colocar mensajes fuertes como ‘el cigarrillo es veneno o te mata’”;

“...se debe colocar imágenes dentro de las cajetillas de animales repulsivos como cucarachas y gusanos, para que al momento de abrir las cajetillas genere repulsión”;

“...colocar más imágenes de niños que adolecen de enfermedades provocadas por el cigarrillo, siendo fumadores pasivos, y no tanto las [imágenes] de adultos, que de alguna manera tuvieron la decisión de fumar”.

Adicionalmente, los jóvenes señalaron que el incremento considerable del precio del producto puede ser una medida más efectiva que el empaquetado neutro, especialmente para que las personas piensen mejor su decisión de compra. Del mismo modo, algunos consideraron que se debería agregar a las advertencias sanitarias mensajes impactantes como: “veneno”, “no consumir”, “Si fumas te esfumas”, “no destruyas tu vida con esto”.

## DISCUSIÓN

El Art. 11 del CMCT de la OMS define las medidas sugeridas para todas las partes en torno a la regulación del empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco, restringiendo la promoción en los empaques, así como la obligatoriedad en la introducción de las advertencias sanitarias, con el propósito de describir los efectos nocivos del consumo de tabaco y que puedan incluirse otros mensajes apropiados<sup>4</sup>.

De igual forma, la regulación nacional está en línea con el mandato del CMCT de la OMS, ya que en el Art. 11 de la LPCT se establecen las medidas regulatorias que deberán contener los envases primarios y secundarios de productos de tabaco, el cual incluye la advertencia sanitaria del 50 % de las superficies principales expuestas del envase principal<sup>8</sup>.

Los resultados evidenciaron que los adolescentes alguna vez han estado expuestos de manera física a las cajetillas de cigarrillo, ya sea de forma directa o indirecta, siendo que algunos de ellos han consumido y otros porque lo han visto en los establecimientos comerciales o incluso en sus hogares. Esto lleva a reflexionar sobre la implementación de las regulaciones de venta de estos productos a menores de edad, siendo esta etapa en la vida donde muchos fumadores iniciaron el consumo de tabaco.

El empaque del tabaco es un medio de comunicación esencial para la industria tabacalera. Estas dependen del diseño del empaque para lograr el reconocimiento de la marca y promover las ventas, sobre todo como una estrategia para superar las barreras impuestas a la publicidad de tabaco en muchos países<sup>17</sup>. Los resultados

evidenciaron que los adolescentes asocian las cajetillas de cigarrillos con un contenido visual sobre imágenes y mensajes orientados a la prevención del consumo de tabaco, así como a rasgos comerciales de las marcas de los productos de tabaco. Por su parte, los jóvenes lograron identificar las advertencias sanitarias y los rasgos comerciales de las marcas que son colocadas en los productos.

Fueron los jóvenes y adultos quienes identificaron más características que los adolescentes en torno a las cajetillas de cigarrillo, lo cual se relaciona con la mayoría de edad donde una persona puede comprar productos de tabaco.

Las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillo representan un medio importante para comunicar los riesgos del consumo de tabaco<sup>6</sup>, evidenciándose que tanto en adolescentes como en jóvenes y en adultos, las advertencias sanitarias generan desagrado, asco y rechazo al fumar, principalmente por los pictogramas contenidos en las cajetillas. No obstante, los segmentos están conscientes de que las advertencias sanitarias cumplen su función de advertir a la población sobre los daños que provoca el consumo de cigarrillo, ya que ilustran de manera clara los efectos nocivos para la salud tanto de manera directa como en personas expuestas al humo de tabaco ajeno y, también, se reconoció que las advertencias sanitarias impactan en el deseo de mantenerse alejado del tabaco para aquellos quienes no fuman.

En cuanto al incremento de las advertencias sanitarias, pasando de un 50 % a un 80 %, se evidenció que la mayoría de los participantes en cada uno de los segmentos indicaron que la ampliación muestra de mejor manera los efectos de fumar. Los participantes consideraron que este incremento ayudaría en la prevención de nuevos fumadores, pero no significativamente en los fumadores actuales. En consecuencia, se evidenció que existe resistencia entre los fumadores actuales por considerar que esta medida de ampliar las advertencias sanitarias podría disminuir el consumo.

Entre los adultos fumadores, el incremento de tamaño de las advertencias sanitarias no incide en su intención de fumar, considerando esta medida indiferente. Se evidenció que la nula reacción al incremento de la advertencia sanitaria de 50 % a 80 % en las cajetillas de cigarrillo, se debe a que muchos de los adultos fumadores tienen un tiempo bastante considerable de consumir cigarrillo; por lo que las advertencias sanitarias no generan en ellos un efecto disuasivo.

En cuanto a los resultados de una implementación de empaquetado neutro o sencillo, la mayoría de participantes coincide en que las cajetillas con empaque neutro hacen más visibles las advertencias sanitarias y que los colores neutros y poco llamativos generan temor y desconfianza sobre la calidad del producto. En consecuencia, la evidencia confirma la teoría propuesta en donde los fumadores perciben cada vez más desfavorablemente los paquetes de cigarrillos que muestran menos elementos de diseño de marca y se presentan en un color marrón genérico. Así, los paquetes que muestran progresivamente menos elementos de diseño se perciben como desfavorable en término de evaluación de fumadores<sup>18</sup>.

A pesar de que el empaquetado neutro pretende reducir el atractivo de los productos de tabaco y diversos estudios han demostrado una reducción del tabaquismo activo, los resultados evidencian entre los adultos fumadores que una posibilidad para evadir la implementación del empaquetado sencillo sería el cubrir las cajetillas para no ver las imágenes. Por tanto, la medida de implementación del empaquetado neutro no pareciera influir en la decisión de reducir el consumo. Sin embargo, a nivel mundial la evidencia arroja que una vez implementado el empaquetado neutro se ha logrado considerablemente reducir el atractivo del empaque de cigarrillo, alentar el abandono del tabaco y, a su vez, disminuir la exhibición del producto. Con ello se logra reducir las percepciones erróneas de los consumidores con respecto al daño del producto en función del diseño del paquete; y a su vez, resaltando las advertencias sanitarias en el paquete legalmente requeridas<sup>15,16,19</sup>.

## CONCLUSIONES

Las advertencias sanitarias gráficas evocan sensaciones negativas. Cada uno de los segmentos tiene conciencia de los efectos del consumo de tabaco en la salud de los fumadores activos y pasivos. No obstante, los adolescentes, a pesar de estar sensibilizados por las imágenes y mensajes contenidos en las cajetillas de cigarrillo, consideran que los efectos de fumar representan un problema grave principalmente para los adultos más que para ellos mismos.

El empaquetado neutro es el que tiene mayor impacto en la población, por lo que puede proveer de más resultados positivos para disminuir la intención de consumo y evitar que más jóvenes inicien el consumo de este producto.

Las advertencias sanitarias gráficas que generan mayor impacto entre los segmentos fueron los pictogramas de niños afectados con enfermedades provocadas por la exposición al humo de cigarrillos, en comparación con las imágenes de adultos enfermos.

Se evidenció la necesidad de una mayor educación en la población joven sobre el tema, que le permita conocer los efectos nocivos del consumo y del humo de cigarrillo en la salud de las personas. Asimismo, se requiere de mayor concientización en centros escolares, ya que las tendencias indican que los jóvenes se encuentran expuestos a los productos de tabaco desde temprana edad.

Se evidenció que existe un alto apoyo de la población para el incremento de las advertencias sanitarias y que rotar las advertencias sanitarias e implementar el empaquetado neutro son medidas costo efectivas que deben implementarse en el país

## CONFLICTO DE INTERÉSES

Los investigadores declaran no tener ningún conflicto de interés..

## FINANCIACIÓN

La investigación ha sido financiada por la Unión Internacional Contra la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias (THE UNION), en el marco del proyecto “Fortalecimiento de las capacidades nacionales para la implementación del Convenio Marco de la OMS para el Control de Tabaco en El Salvador”. Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de THE UNION.

**TABLA 1**  
**Perfil de los participantes y prevalencias de consumo por segmentos poblacionales**

	Segmento Adolescentes		Segmento Jóvenes		Segmento Adultos	
	N	%	N	%	N	%
TOTAL	38	100%	41	100%	27	100%
Sexo						
Hombre	25	66%	17	41%	18	67%
Mujer	13	34%	24	59%	9	33%
Edad						
12-13 años	3	8%				
14-15 años	18	47%				
16-17 años	17	45%				
18-19 años			5	12%		
20-21 años			15	37%		
22-24 años			21	51%		
25-35 años					1	4%
36-45 años					10	37%
46-60 años					16	59%
Consumo de Tabaco						
Fumador	12	32%	22	54%	15	55%
No fumador	26	68%	19	46%	12	45%

Estudios de impacto de las advertencias sanitarias y empaquetado neutro de productos de tabaco en la población de El Salvador, Fosalud, 2018.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Drope J, Schlunger N, Cahn Z, Drope J, Hamill S, Islami F, et al. The Tobacco Atlas. sexta ed. Drope J, Schlunger N, editors. Atlanta: The American Cancer Society; 2018.
2. Organización Panamericana de la Salud. Informe sobre el control del tabaco en la Región de las Américas, 2018 Washington D.C.: OPS; 2018.
3. RTI International. Caso de Inversión a favor del Control del Tabaco en El Salvador. Primera ed. RTI Internacional, editor. San Salvador: RTI Internacional; 2018.
4. Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2005.
5. FCTC/COP3 (10). Directrices sobre el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco; 2008.
6. Hammond D. Health warning messages on tobacco products: a review. Tobacco Control. 2011; 20: p. 327-337.
7. Slade J. The Pack as advertisement. Tobacco Control. 1997; 6: p. 169-170.
8. Asamblea Legislativa de El Salvador. Decreto No. 771 Ley para el Control del Tabaco. Publicada en Diario Oficial No. 143, Tomo 392, 29 de julio de 2011; 2011.
9. Ministerio de Salud. Acuerdo No. 1732. Norma Técnica para la implementación de las Advertencias Sanitarias para el Control del Tabaco. San Salvador; 2016.

10. Fondo Solidario para la Salud. Informe de País de la Encuesta Mundial sobre tabaco en Jóvenes, GYTS, El Salvador, 2015. Informe de país. San Salvador: FOSALUD; 2017. Report No.: 978-99960-310-0-4 (E-Book).
11. Fondo Solidario para la Salud y Ministerio de Economía por medio de la Dirección General de Estadísticas y Censos. Encuesta Nacional de Alcohol y tabaco-ENAT. Encuesta Nacional. San Salvador: FOSALUD; 2014.
12. Hoek J, Gendall P, Gifford H, Pirikahu G, McCool J, Pene G, et al. Tobacco Branding, Plain Packaging, Pictorial warnings, and Symbolic Consumption. *Sage Journals*. 2012; 22(5): p. 630-639.
13. Arora M, Tewart A, Grills N, Nazar G, Sonrexa J, Gupta V, et al. Exploring perception of indians about plain packaging of tobacco products: a mixed method research. *Frontiers in Public Health*. 2013; 1(35).
14. Van Hal G, Van Roosbroeck S, Vriesacker B, Arts M, Hoeck S, Fraeyman J. Flemish adolescents perceptions of cigarette plain packaging: a qualitative study with focus group discussions. *BMJ Open*. 2012; 2.
15. Organización Mundial de la Salud. Empaquetado neutro de los productos de tabaco: pruebas empíricas, diseño y aplicación. Ginebra; 2017.
16. The Department of Health-Australia Government. Tobacco Plain Packaging-Your Guide. [Online].; 2018. Available from: <http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/tppbook#top>.
17. Campaign For Tobacco Free Kids. Etiquetas de advertencia. Aspectos esenciales. [Online].; 2011 [cited 2018]. Available from: [https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/es/WL\\_essential\\_facts\\_es.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/es/WL_essential_facts_es.pdf).
18. Wakefield M, Germain D, Durkin S. How does increasingly plainer cigarette packaging influence adults smokers' perceptions about brand image? An experimental study. *Tobacco Control*. 2008; 17: p. 416-421.
19. Stead M, Moodie C, Angus K, Bauld L, McNeill A, Hastings G, et al. Is Consumer response to Plain/Standardised tobacco packaging consistent with Framework Convention on Tobacco Control Guidelines? A Systematic Review of Quantitative studies. *PLoS ONE*. 2013; 8(10).