

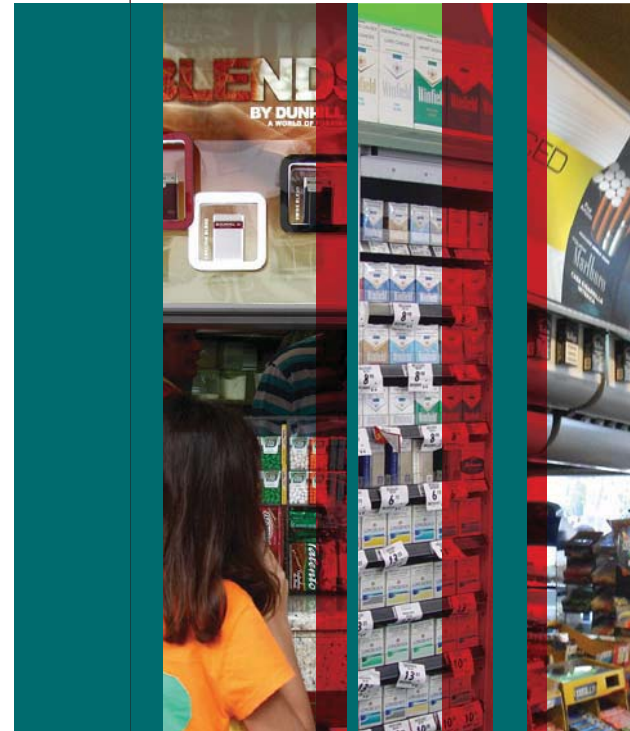
**Fundación InterAmericana del Corazón - Argentina
(FIC Argentina)**

www.ficargentina.org
Scalabrini Ortiz 2470 4º H, CP C1425DBS.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Tel/fax: +54 11 4831 2238

institucional@ficargentina.org
@ficargentina
/ficargentina
/ficargentina

**Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina
(ALIAR)**

www.aliarargentina.org
institucional@aliarargentina.org
/alianzalibredehumo



**Publicidad,
promoción
y patrocinio
de productos
de tabaco**

**POR QUÉ SE DEBE
PROHIBIR EN EL PUNTO
DE VENTA.**

¿Por qué es necesario prohibir la publicidad de cigarrillos en el punto de venta?



La exposición a las marcas y la visualización de los exhibidores de cigarrillos son un factor de peso para comenzar a fumar. En el punto de venta, la publicidad actúa como un fuerte **estímulo para niños, niñas y adolescentes**.

La industria tabacalera identifica al punto de venta como un **área central y efectiva de promoción**. Y cuando la ley prohíbe la publicidad de tabaco sólo en vías tradicionales de comunicación (prensa escrita, televisión, radio y vía pública, entre otras), la industria invierte un alto presupuesto de marketing en este espacio.

ADOLESCENTES Y CONSUMO DE TABACO EN ARGENTINA*:

- ➔ El 24,5% de las chicas y chicos de 13 a 15 años fuman
- ➔ Más de la mitad de los chicos y chicas de esa edad probaron el cigarrillo alguna vez
- ➔ De los que probaron, el 22% lo hizo antes de los 11 años
- ➔ Las chicas fuman más que los varones

La prohibición completa de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco es una de las maneras más efectivas de desnaturalizar y reducir el consumo de tabaco entre los jóvenes.

*Datos de Argentina de la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adolescentes (GATYS)

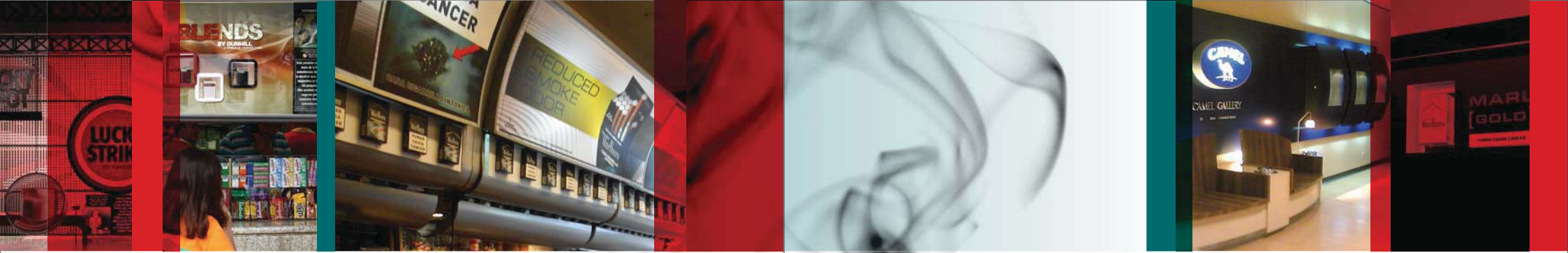
Publicidad de tabaco en Argentina

A pesar de que la **Ley Nacional N° 26.687** establece una prohibición amplia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, **excluye de la prohibición al punto de venta**.

En Argentina, la venta de cigarrillos comenzó a extenderse de los kioscos a las discotecas, pubs, restaurantes y otros locales comerciales y la industria tabacalera empezó a aprovechar estos espacios para desplegar sus acciones publicitarias.

Esta estrategia de **“expansión de los puntos de venta”** que se observa en Argentina ya ha sido utilizada en numerosos países y desvirtúa el espíritu de la ley, extendiendo la publicidad y promociones de cigarrillos a lugares frecuentados por los jóvenes.

En los países en los que la publicidad de tabaco se prohibió sólo en los medios tradicionales, el presupuesto de las tabacaleras invertido en el punto de venta creció del 30% al 80% del total.



ANUNCIOS Y EXHIBICIÓN DE MARCA

- **Anuncios publicitarios tradicionales:** carteles, afiches, dispensadores.
- **Pantallas de publicidad:** en los kioscos se ubican cerca de las golosinas y otros productos dirigidos a niños y niñas, lo que alienta la naturalización del consumo de tabaco.
- **Anuncios luminosos y objetos:** se utilizan en las discotecas y restaurantes para exhibir marcas y logos.

INCENTIVOS PARA LOS COMERCIANTES MINORISTAS

- **Incentivos** para que kiosqueros exhiban los productos y su publicidad: promociones, premios, pagos, entre otros.
- Incentivos para **favorecer la venta de marcas** o productos determinados.

EXHIBICIÓN DEL PRODUCTO

- **Desarrollo y diseño de marcas y productos** para hacerlos más atractivos y llegar a distintos públicos.
- Cuidada **exhibición de los paquetes** en los puntos de venta como acción publicitaria.
- Utilización de **grandes exhibidores y vistosos carteles** indicativos de precio.

INCENTIVOS PARA LOS CONSUMIDORES

- **Concursos, entrega de regalos y descuentos** para promover la venta de determinadas marcas.

Estrategias de publicidad y promoción de productos de tabaco en el punto de venta

El marketing del tabaco estimula el inicio y mantenimiento del consumo. Por este motivo, la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio es una de las principales medidas de salud pública para luchar contra la epidemia del tabaquismo y proteger el derecho a la salud de la población.