



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

TEMA:

**“EFECTOS DE LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS DE LOS
EMPAQUES DE CIGARRILLOS, EN LOS JOVENES DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD

AUTORES:

**SARA ANDREA ENDARA LEONES
MARVIN MARCEL MONTERO MARTÍNEZ**

TUTOR:

MSC. JACINTO JEFFERSON FLORES CAGUA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2013

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi carrera profesional.

De igual forma, dedico este proyecto a mis padres Isabel y Kleber por ser las personas y los pilares más importantes en mi vida y demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis hermanos, Isabel, Kleber y Michael, porque siempre han estado ahí brindándome todo su apoyo en buenos y malos momentos.

A mis queridos y adorados sobrinos, Alejandro, Daniela y Zizu, personitas que amo infinitamente.

A mi compañero de fórmula, Marvin Montero, porque gracias al equipo que hemos formado, logramos llegar a la meta de este arduo camino.

Sara Endara Leones

DEDICATORIA

A mi querida y amada madre Lolita Martínez "Mami Lola", a mis queridas hermanas que son los pilares de mi vida, mis cuñados y mis angelitos mis sobrinos, a mi querida Flor María, a todos quienes en algún momento me han dado la mano o apoyo de una u otra manera, a lo largo de mi camino de aprendizaje.

A mi querida hija Maribel, la que aunque no está a mi lado siempre ha sido mi inspiración y apoyo eres la personita que me ayuda cada vez que siento que no puedo más, eres mi energía para siempre seguir adelante.

A todos mis compañeros que estuvieron conmigo en los buenos y malos momentos dentro y fuera de la universidad, a mis compañeros de trabajos y en especial a mi querida compañera Sara Endara la que me ha brindado su amistad y apoyo durante estos últimos años de estudios en los cuales hemos estrechado mas nuestro lazos de amistad durante la creación de nuestro tema de tesis para así llegar a nuestra meta final en este largo camino dentro de la universidad Laica "Vicente Rocafuerte" de Guayaquil.

A todos los profesores que formaron parte de mi crecimiento como estudiante y los que ahora forman parte de mis amistades y que dieron lo mejor de ellos aportando sus conocimientos y experiencias para poder llegar hacer unos excelentes profesionales en esta linda carrera como es la Publicidad.

Marvin Montero Martínez

AGRADECIMIENTO

Infinitamente a Dios, por haberme dado las fuerzas y el valor para culminar esta etapa tan importante de mi vida. Por los triunfos y fracasos que me han enseñado a valorarlo cada día más.

Agradezco la confianza y el apoyo brindado por parte de mis padres, que en el trayecto de mi vida me han enseñado a no rendirme ante nada y con sus sabios consejos siempre han sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

A mis hermanos, porque siempre están conmigo en todo momento, ayudándome.

A mi amigo y compañero de fórmula Marvin Montero, por haber logrado nuestro gran objetivo con mucho optimismo y perseverancia. Dejamos de lado muchas cosas, pero tenemos la grata satisfacción de haber llegado a la culminación de este proyecto.

A mi profesor Msc. Jacinto Flores, director de tesis, por su apoyo y guía, durante la elaboración de este proyecto. Por estar ahí, en cada momento que lo hemos necesitado.

A mi enamorado, por su apoyo incondicional y su paciencia en el transcurso del mismo, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con él.

Gracias totales a todas las personas que de alguna u otra manera nos han dado una mano para la realización de este proyecto.

Sara Endara Leones

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios ya que sin él no podría cumplir ninguna meta, agradezco por ser parte de mi vida, por bendecir cada paso que doy y guiar mi camino.

A mi inspiración y fuerza de superación mi Mami Lola, quien ha estado en todos los momentos incondicionalmente y ha sabido brindarme su amor y cariño, a mis amores, Michel, Gabriela, Maribel, Mariuxi y Lourdes, quienes siempre están a mi lado apoyándome y brindándome su confianza, gracias por haberme dado la felicidad de ser tío de mis lindos angelitos, ha quienes espero me tengan como ejemplo de lucha y superación.

A mi novia Flor María, quien me ha brindado su apoyo incondicional durante este proyecto y ha sabido comprender que estoy terminando una meta importante en mi vida, pero también sabe que en los próximos meses iniciaremos nuestra nueva vida juntos, te quiero mucho.

A la persona especial en mi vida Maribel la que siempre ha sido mi motivación para seguir adelante aunque no estés a mi lado, siempre te tengo presente todos los días de mi vida.

A mi tutor, Lcdo. Jacinto Flores, quien ha sido un excelente guía. Gracias por el apoyo y por todos los conocimientos impartidos.

A mis amigos quienes han estado pendientes del proceso del proyecto, mi gran amigo Arthur González, quien fue un pilar importante y me brindo su apoyo durante todo el proyecto.

Un agradecimiento especial a mi compañera y amiga, Sara Endara, por compartir este proyecto, gracias al mismo hemos pasado momentos estresantes y aprendimos a opinar y escuchar las opiniones de cada uno, ahora ya juntos cuasi unos profesionales, después de compartir las aulas de la escuela de Publicidad, los módulos de Ingles y finalmente por formar parte de este proyectos, te estimo mucho.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del siguiente proyecto es dar a conocer las consecuencias que traen consigo, el consumo de cigarrillos en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Con el siguiente proyecto queremos destacar la campaña existente por parte del Ministerio de salud pública del Ecuador, en la cual se indica que todo empaque o envoltura de cigarrillos debe llevar impreso la información sanitaria con imágenes y mensajes de alto impacto.

El siguiente estudio consta de cuatro capítulos; diagnóstico y definición del problema de investigación, fundamentación y marco teórico, universo muestral y finalmente, la presentación de la campaña de comunicación con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

En el primer capítulo, se argumenta el problema del consumo de cigarrillos, la actitud de los jóvenes. Se define la justificación y objetivo del proyecto; se presentan las hipótesis y sus variables, así como las técnicas aplicadas para el estudio en mención.

En el segundo capítulo, se detalla el marco teórico, donde abordamos los temas y consecuencias del consumo de cigarrillos y lo que se conoce de este, el marco conceptual con las definiciones; las advertencias sanitarias y sus aplicaciones.

En el tercer capítulo, el universo muestral, con su resultados, el cronograma de trabajo, presupuesto; y los resultados de una encuesta que se realizó para la respectiva verificación de hipótesis.

En el último capítulo encontramos la propuesta de la campaña de comunicación. Incluye el desarrollo de piezas publicitarias y las herramientas para el desarrollo del concepto creativo y la respectiva estrategia. El plan de medios y los costos que este amerita para una difusión efectiva. Todo esto dirigido y analizado en función a nuestro grupo objetivo.

Índice

Capítulo I

1.- Introducción	01
1.1. Tema	01
1.2. Diagnóstico	02
1.3. Definición del Problema de Investigación	03-04
1.4. Justificación	04
1.5. Objetivos: Generales y Específicos	05
1.6. Intencionalidad de la Investigación	05-06

Capítulo II

2.- Marco Teórico	07
2.1. Estado del conocimiento	07-11
2.2. Fundamentación Teórica	12-57
2.3. Hipótesis	57
2.4. Variables o Criterios de Investigación	57-58
2.5 Indicadores	59

Capítulo III

3.- Metodología	60
3.1. Universo Muestral	60
3.2. Métodos, técnicas e instrumentos	61
3.3. Aplicación de instrumentos	62-65
3.4 Procesamiento de Datos	65-78
3.5 Recursos: Instrumentales, Cronogramas, Presupuesto	79-81

Capítulo IV

4.- Informe Técnico final	82
4.1. Conclusiones	82-83
4.2. Recomendaciones	84-86
4.3. Propuesta	86-106
5.- Bibliografía	
6.- Anexos	

CAPITULO I

1. Introducción

El consumo de cigarrillo en nuestro país constituye un problema de salud pública cuya iniciación generalmente ocurre en la adolescencia, el cigarrillo es tan adictivo como la droga pura, ya que se trata de un producto psicoactivo que afecta los procesos químicos del cerebro y del sistema nervioso.

La mayoría de los adolescentes inician este hábito entre los 12 y 13 años y los factores de riesgos más importantes son: baja autoestima, falta de actividad deportiva, alta concurrencia a fiestas, tener amigos que fumen y en especial su mejor amigo, como también padres y/o familiares fumadores que viven permanentemente con ellos.

Sin duda la publicidad del cigarrillo es una herramienta de las empresas tabacaleras cuyo objetivo es convencer al público joven y adolescente, que está comprando valores, ilusiones, belleza, juventud, aventuras, etc..

La nueva campaña antitabáquica que deriva la Ley Orgánica para la Regulación y Control del Tabaco por el Ministerio de Salud, estipula la obligatoriedad de incluir en los empaquetados y etiquetados de los productos de tabaco, leyendas, pictogramas o imágenes de advertencia que muestren los efectos nocivos del consumo del tabaco; que se expendan dentro del territorio nacional. Esta campaña rige desde julio del 2011 y estipula este tipo de gráficas en las cajetillas de cigarrillos, así mismo, la norma prohíbe la publicidad en medios de comunicación, la venta a menores de edad, el consumo y expendio del producto en locales cerrados y otras especificaciones.

1.1 Tema

Efectos de las advertencias sanitarias de los empaques de cigarrillos, en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil.

1.2 Diagnóstico

El tabaquismo es reconocido en alrededor del mundo como una de las principales causas evitables de muertes prematuras y de enfermedades relacionadas con el sistema respiratorio y cardiaco. De acuerdo a algunos estudios realizados por departamentos de salud de diferentes países se ha demostrado que el humo que emiten los cigarrillos contiene más de 4.000 sustancias que contienen propiedades tóxicas, irritantes, y carcinogénicas que van produciendo un efecto acumulativo y conducen a un lento deterioro de la salud. La nicotina que contienen los cigarrillos produce adicción que obliga a los fumadores a mantener el consumo del cigarrillo y, de esta forma, suprimir o evitar los síntomas derivados del descenso de los niveles de nicotina en el organismo.

Mientras más joven se inicia en el consumo de cigarrillos, más probabilidades existen de hacerse adicto y sufrir las enfermedades asociadas al consumo de cigarrillo y a consecuencia de este mal hábito morir por las consecuencias que afectan a su salud. La evidencia científica acumulada indica que 1 de cada 2 fumadores habituales que se mantiene fumando va a morir a consecuencia del consumo del cigarrillo, perdiendo en promedio diez años de vida.

Con el objetivo de preservar la salud de los Ecuatorianos y concienciar a los consumidores de cigarrillos sobre las consecuencias y daños que conlleva el consumo del cigarrillo, el Ministerio de Salud Pública presentó la nueva ley reformada sobre las advertencias sanitarias que vienen impresas en las cajetillas de cigarrillos y empaques derivados de productos del tabaco, dentro de esta nueva ley indica que ahora se deben de adicionar pictogramas y mensajes sobre las consecuencias que produce el consumo de cigarrillos, dicha ley entró en vigencia a partir del 15 de julio del 2012.

Es por ello, que se busca analizar la efectividad de concienciación que tiene la nueva campaña del ministerio de salud sobre los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, para así saber cuál es el impacto que se producen los mensajes verbales y no verbales al momento de ver los pictogramas y mensajes impresos en las cajetillas de cigarrillos.

1.3 Definición del problema de investigación

Diversos estudios han demostrado que las personas consideran que el consumo de cigarrillos es nocivo para la salud. Pero aun así son pocos los consumidores que conocen los profundos riesgos que producen y que afectan en la salud de las personas que tiene este mal hábito. En la mayoría de los países del mundo las advertencias sanitarias incluidas en los paquetes de cigarrillos no contienen información para alertar a los consumidores sobre los riesgos que conlleva esta actividad.

Se ha comprobado que la inclusión de las advertencias sanitarias son eficaces, en particular las que incluyen pictogramas, estas imágenes, fotografías o gráficos motivan a algunos consumidores a dejar o tratar de abandonar este hábito y reduce la buena imagen que trataban de dar las tabacaleras para atrapar a nuevos consumidores, ya que como sabemos los empaques de los productos mientras más atractivos y elegantes llaman la atención de sus consumidores, pero con estas nuevas advertencias incluidas en los empaques disminuye importantemente el atractivo que tenían las cajetillas de cigarrillo y las mismas no llaman la atención de las personas que aún no son adictas al consumo de cigarrillo. Los resultados de estudios realizados después de introducir advertencias gráficas (imágenes y texto) en los paquetes de cigarrillos en el Brasil, el Canadá, Singapur y Tailandia indican sistemáticamente que los efectos son positivos.

De acuerdo a Solca se reportan al año un promedio de 84 casos de cáncer de pulmón. La mayoría de estos casos están relacionados con el consumo del cigarrillo. La inversión prevista por el Estado en la compra de medicamentos para el tratamiento del tabaquismo es de \$391.500.

Las advertencias sanitarias incluyen pictogramas y mensajes, que están en la cara principal y posterior de los empaques de cigarrillos, los pictogramas que se encuentran en ambas caras de la cajetilla ocupan el 60% del empaque, así como también consta la información sanitaria en una de las caras laterales.

Los Temas elegidos por el ministerio de salud pública para desarrollar esta campaña se encuentra enfocada en 6 temas que afectan a los consumidores que a continuación se detallan:

- Protección de los niños y niñas contra el humo de tabaco
- Protección de las mujeres embarazadas contra el tabaco
- El tabaco y la impotencia sexual
- El tabaco y el cáncer de laringe
- El tabaco y los daños a la boca y la dentadura
- El tabaco y los daños a la piel

1.4 Justificación

Este proyecto de investigación, tiene como objetivo garantizar la campaña que está desarrollando el ministerio de salud pública, sobre las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos. Se espera que los consumidores jóvenes "Activos y Pasivos" entre las edades de 15 a 24 años estén haciendo conciencia sobre las consecuencias y daños que produce el consumo del mismo.

La inclusión de las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos, es una estrategia sencilla, barata y eficaz que puede reducir considerablemente el consumo del mismo. Pero estas advertencias sólo son eficaces si se indican cuáles son los riesgos y debe de darse a conocer también a través de otros medios de comunicación.

Por esta razón se requiere hacer un análisis de la efectividad de la campaña, y verificar su nivel de captación en los consumidores jóvenes entre las edades de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, para saber cuál es el impacto que tiene y si el mensaje que se está comunicando a este grupo objetivo está llegando en un buen nivel de percepción.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general

Determinar el nivel de efectividad que tiene la aplicación de la nueva ley anti tabáquica, sobre las advertencias sanitarias que vienen impresas en los empaques de cigarrillos, basando este estudio estrictamente en jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, como estrategia de concienciación sobre los efectos del cigarrillo.

1.5.2 Objetivos específicos

Conocer el índice de consumo de cigarrillos en los jóvenes entre 15 y 24 años en la ciudad de Guayaquil.

Determinar el impacto que tiene la Ley de regulación y control de cigarrillo y sus aplicaciones, sobre las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos en los jóvenes de 15 a 24 años.

Establecer el nivel de recordación que tienen los jóvenes, con relación a los pictogramas y textos impresos en las cajetillas de cigarrillos.

Conocer si existió un cambio de actitud ante la campaña vigente.

1.6 Intencionalidad de la investigación

La intencionalidad de esta investigación es para ratificar o confirmar que la estrategia de comunicación que se está utilizando con la campaña sea efectiva. También se desea hacer conciencia en los jóvenes para así disminuir el consumo de cigarrillo en este pequeño pero importante grupo de la sociedad, para que a futuro sean adultos con una buena calidad de vida, y para que no formen parte de las estadísticas de los miles de personas que viven o han muerto por una de las enfermedades relacionadas con el consumo de cigarrillos.

Hacer conocer a los consumidores activos, que con cada aspirada del cigarrillo no solo afectan su salud, si no también perjudican y afecta a la salud de los seres que más quieren, en algunas ocasiones sin tan siquiera saber que el humo que genera su cigarrillo tiene grandes cantidades de componentes cancerígenos.

La idea de este proyecto de investigación, es informar, comunicar y concientizar a los fumadores y no fumadores jóvenes sobre los riesgos que provoca el consumo de cigarrillo en su salud, para esto queremos proponer medios alternativos para llegar a la mayor cantidad de personas y lograr que la campaña del ministerio sea más efectiva ya que por el momento solo esta información se la puede encontrar en las cajetillas de cigarrillos.

CAPITULO II

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Estado del arte o del conocimiento

Desde hace más de 50 años sabemos que el cigarrillo no solo es una droga, sino que acarrea un gran número de enfermedades a los fumadores y no fumadores, sabemos que también es culpable de un enorme número de muertes cada año. Ahora las autoridades sanitarias se han convencido del daño que hace el consumir cigarrillos, es por esto que se ha publicado la nueva ley sobre las advertencias sanitarias para así también convencer a toda la población de los estos efectos del cigarrillos, este paso ha costado mucho tiempo y esfuerzo.

2.1.2 Orígenes y evolución

El tabaco fue descubierto en Cuba, a orillas del río Caunao, en noviembre de 1492 por dos marineros de la primera expedición de Colón, llamados Rodrigo de Jerez y Luis de Torres. Los indígenas llamaban a la planta cohíba, cogiva o coviva, además le daban el nombre de tabaco a una extraña pipa, que tenía la forma de un Y, en la cual fumaban las hojas de la planta.

La expedición observó por primera vez, en las Antillas, su utilización por parte de los indios arahuacos, quienes lo fumaban o lo aspiraban en forma de polvo.

Los indios para fumar enrollaban las hojas de tabaco. Los expedicionarios observaron con asombro que los indios lo encendían por un extremo y lo metían en la boca, aspiraban el humo y expulsaban por la nariz y la boca. Por eso lo confundieron con una especie de antorcha.

Los primeros exploradores Españoles llevaron a Europa algunas muestras de las hojas del tabaco ya enrolladas y Juan Nicot, embajador francés en Portugal lo introdujo en la corte de París. De su apellido proviene el nombre del género al que pertenece el tabaco.

La boga de la pipa y del tabaco picado fue sucedida por la moda de los cigarrillos. El uso de estos se extendió en Europa a mediados del siglo XIX, cuando los oficiales regresaban de la guerra de Crimea difundieron la costumbre de fumar los “cigarros de papel” usados por los soldados turcos.

La historia del tabaco es tan antigua como lamentablemente actual. La planta cuyas hojas consumen los fumadores es oriunda de tierras americanas, y su empleo para la inhalación de humo y otros usos vienen produciéndose desde hace más de 2.000 años, pues se ha sabido que los pueblos precolombinos la empleaban con los más diversos fines. Así, ya en el siglo I A.C. los mayas atribuían a su humo la propiedad de hacer visibles los espíritus, solían utilizarlo en las grandes ceremonias religiosas (aún se utiliza en algunas partes de la amazonia ecuatoriana), aunque también en otros acontecimientos especiales, como era el caso de aquellos actos en los que se suscribían y firmaban acuerdos de paz, al término de una guerra, o en el momento de sellar alianzas de carácter bélico.

El uso del tabaco con fines medicinales era del mismo modo, muy frecuente entre los pueblos amerindios, que confiaban en sus propiedades curativas frente a dolencias tan variadas como el asma, las fiebres, las heridas producidas por la mordedura de animales, problemas digestivos o afecciones de la piel. Sus formas de uso eran muy variadas: mascado, bebido en jarabe o en zumo, como supositorios, aspirado en polvo, fumado o aplicado en paste sobre el pie o los ojos.

El nombre de tabaco fue adoptado de los nativos de la Isla de la Española, que en la actualidad son República Dominicana y Tahití, que lo empleaban para referirse al utensilio con que consumían la hoja.

Los aztecas heredaron la costumbre del pueblo maya de fumar tabaco y le dieron un uso social y recreativo, como muestra de ello se conservan pipa de tabaco con forma de loro, que destacan por el refinamiento y la belleza de sus formas.

El tabaco experimento un gran auge durante el siglo XVI, que acabo con un uso extendido de sus productos en prácticamente todos los rincones del mundo. Influyo en gran medida, en su expansión la labor de los marinos europeos, que lo llevaron por Europa y los países orientales de África, entre otros.

La aceptación fue heterogénea y discontinua, pero en lugares como en Turquía comenzó a cultivarse a mediados del siglo XVI, concretamente en Tracia, donde la variedad Mexicana nicotina rustica era la empleada.

Otra de las razones por la que el consumo de esta planta se propagó en todo el mundo específicamente, en Europa fue el convencimiento y la difusión de los más prestigiosos médicos de la época de sus supuestas virtudes terapéuticas. Específicamente, en España, el gran propagandista fue el médico Nicolás de Monades (1508-1588), quien escribió largamente acerca de las bondades de sus hojas. Entre otras propiedades, le atribuía limpiar y reanimar el cerebro, mejorar la función de los riñones y acabar con el mal aliento. Así lo explica en su obra Historia medicinal de las cosas que traen de nuestras indias occidental, donde se refiere al tabaco como a una autentica panacea para 65 dolencias diferentes.



La primera máquina para fabricar cigarrillos, apareció en 1881, y que estaba patentada bajo el nombre de Bonsáck, permitiendo la producción de 200 unidades de cigarrillos por minuto, equivalente al trabajo de 40 personas dedicada a envolverlos manualmente. En la actualidad, las maquinas liadoras llegan a fabricar hasta 14.000 cigarrillos por minuto. La llegada de la Bonsáck, que evitaba que el mismo fumador tuviera que elaborar su propio producto, permitió un salto cuantitativo en el consumo y el inicio de la producción a gran escala.

A finales del siglo XIX es, precisamente, cuando aparezcan los primeros antecedentes de la creación y expansión de las fábricas de cigarrillos, principalmente de tipo familiar, y que fueron establecidas en su mayor parte durante los periodos del gobierno del general Porfirio Díaz. En 1900, el país registraba 743 de esas fábricas, aunque no fue hasta el siglo XX cuando se inició la producción de gran escala, toda vez que se establecieron en México algunas filiales de los consorcios tabacaleras internacionales.

El consumo del tabaco, sobre todo del cigarrillo, recibió un nuevo impulso con las dos guerras mundiales, en el siglo XX. Estos fueron años decisivos para la incorporación de la mujer en el tabaquismo, una costumbre reservada hasta entonces solo para los hombres, que, paradójicamente, vino a sumarse al resto de nuevos derechos que iba adquiriendo la población femenina en su lucha por su libertad, la independencia y la igualdad entre sexos.

De esta manera, aquella costumbre minoritaria que había arrancado en el seno de la nobleza europea, paso a lo largo del siglo XX a convertirse en una práctica mayoritaria: el tabaco comenzaba a hacer estragos, sin apenas distinciones entre clases.

La primera gran preocupación se vio por la presión de un amplio sector de fumadores, que se empezaron a preocupar por los perjuicios del humo del cigarrillo en su salud, propicio la aparición en 1949, del primer cigarrillo con filtro, tal y como lo conocemos hoy el mismo que en su trayecto a sufrido algunos cambios en mejoras de filtrar el humo.

2.1.3 Día Mundial Sin tabaco

La Organización Mundial de la Salud (OMS), dio un paso muy importante en 1989, al designar que el día 31 de Mayo sea el Día Mundial Sin Tabaco, con el fin de incrementar el conocimiento general del impacto negativo del humo, y alentar así a los fumadores a abandonar el hábito. Así poco después, México daba también un paso adelante al considerar, por primera vez, las adicciones (farmacodependencia, tabaquismo y alcoholismo) como un problema de salubridad general, y, solo dos años más tarde, la secretaria de salud creaba el Consejo Nacional Contra las Adicciones (CONADIC), que tuvo su primera sede en el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias.

Allí se estableció formalmente la primera clínica de tabaquismo de México, y se abrió la puerta a la corporación con la Organización Panamericana de la Salud y el Comité Latinoamericano de Lucha contra el Tabaquismo.

Hoy en día tenemos una epidemia, esta epidemia se llama consumo de cigarrillo. Esto significa que el consumo está muy generalizado y que esto acarrea graves consecuencias hacia la salud de todas las personas que lo consumen y de los que reciben sus efectos indirectamente.



2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1 El consumo de cigarrillo en nuestros días

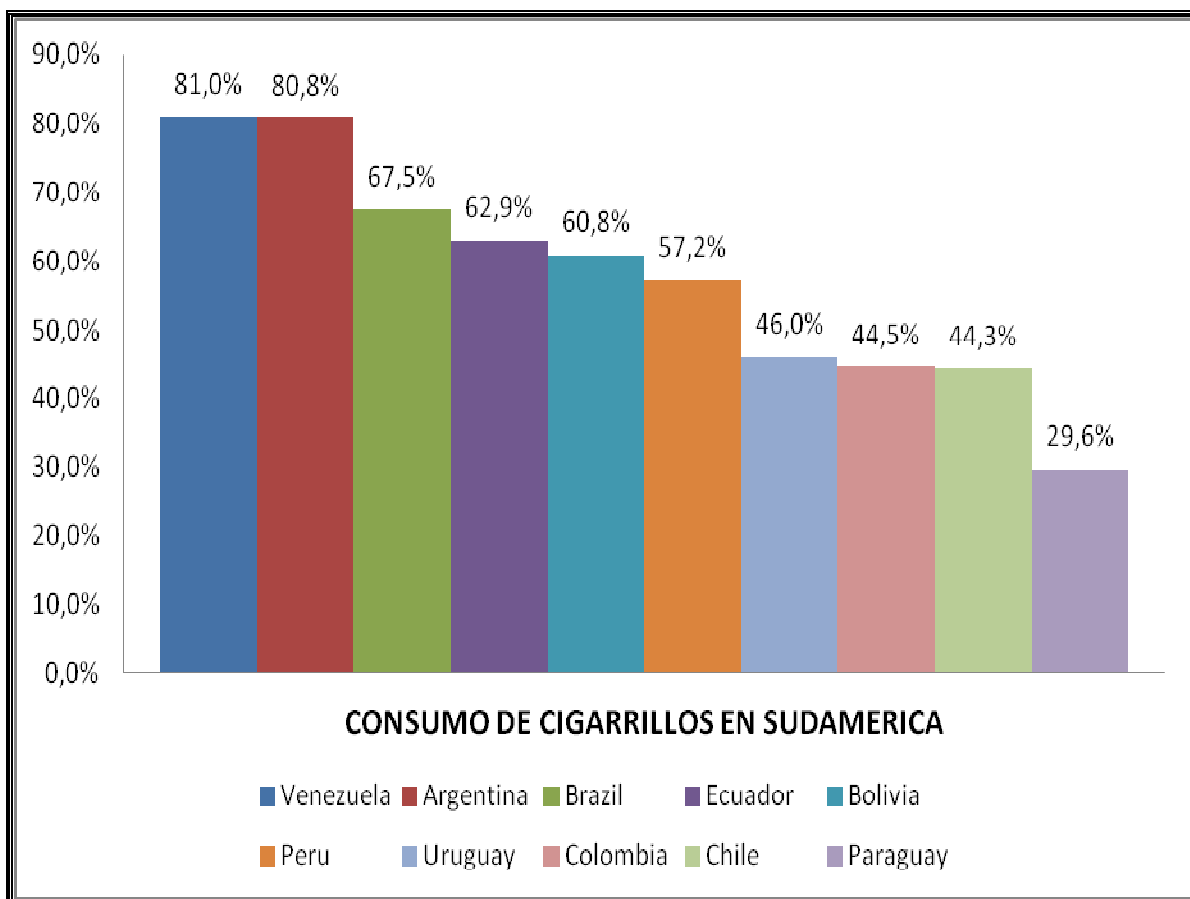
Hoy en día en el mundo existen aproximadamente 1.300 millones de fumadores, lo que viene a suponer que casi uno de cada tres adultos del planeta fuma. Solo en China, más de 300 millones de personas padecen enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco, y se estima la muerte en ese país de más de cinco millones de personas al año por tal causa o de 14.000 cada día.

En la actualidad, un 30% de la población Latinoamericana es consumidora del cigarrillo, en concreto el consumo de cigarrillos en Latinoamérica es de, un 40% de los hombres y algo más del 20% de las mujeres.

Cuba ocupa un lugar particular en el comercio internacional de tabaco, cultiva cantidades reducidas, pero de calidad tan elevada que ha conquistado varios mercados. En la provincia de Pinar del Rio se plantan, de octubre a noviembre, cientos de hectáreas de un tabaco de singular calidad.

En Sudamérica el índice de consumo es elevado ya que de acuerdo a las cifras evidenciadas en el cuadro adjunto se puede apreciar que los países de Venezuela y Argentina tienen un consumo sobre el 80% de sus habitantes, mientras que Brasil, Ecuador y Bolivia presentan índices sobre el 60% de sus habitantes, mientras que Perú tiene el 57% de consumo, dejando a los demás países con un porcentaje por debajo del 50% existiendo un gran atención en el bajo consumo de cigarrillos en Paraguay que solo tiene el 29.6%.

El Ecuador muestra cifras un poco preocupantes ya que nos encontramos en el 4to lugar dentro de las estadísticas de Sudamérica con el 62.9% de consumidores de cigarrillos, siendo los mayores consumidores los hombres con un 45.5% y las mujeres con el 17.4%.



CONSUMO DE CIGARRILLOS EN SUDAMERICA					
Ord	País	Poblacion	Hombre	Mujer	Total
1	Venezuela	24.170	41,8%	39,2%	81,0%
2	Argentina	37.032	46,8%	34,0%	80,8%
3	Brazil	170.406	38,2%	29,3%	67,5%
4	Ecuador	12.646	45,5%	17,4%	62,9%
5	Bolivia	8329	42,7%	18,1%	60,8%
6	Peru	25.662	41,5%	15,7%	57,2%
7	Uruguay	3.337	31,7%	14,3%	46,0%
8	Colombia	42.105	23,5%	21,0%	44,5%
9	Chile	15211	26,0%	18,3%	44,3%
10	Paraguay	5.496	24,1%	5,5%	29,6%

2.2.2. Los venenos presentes en el humo del cigarrillo

El consumo de tabaco es la causante de que casi cinco millones de personas mueran por enfermedades relacionadas al año. El cigarrillo es un poderoso enemigo, ampliamente estudiado y del que, sin embargo, no se conoce en su gran mayoría todos los detalles y componentes: la industria tabacalera guarda celosamente la fórmula exacta de los contenidos, en cuya elaboración se emplean numerosos productos químicos. Se han detectado más de 4.000 sustancias en el humo y, no obstante, la composición total continúa siendo un enigma.

Al encender un cigarrillo se produce la combustión de la picadura de tabaco, la del papel que lo envuelve y la de todos los elementos con que ambos han sido tratados. Este proceso, que alcanza temperaturas cercanas a los 1.000 grados centígrados, desencadena complejas reacciones químicas que alteran los componentes originales.



Desde diversos frentes de investigación, se apunta que los mismos fabricantes añaden sustancias que potencian algunas de sus propiedades, entre ellas, la adictiva, como es el caso del amoniaco. Para complicar aún más el panorama, la composición del humo que inhala el fumador es muy diferente a la del que queda en el aire, y son numerosas las sustancias nocivas que permanecen en mayor concentración dispersas en el ambiente, afectando también a las personas que se encuentran en su entorno. Con todos estos datos, se puede considerar al humo y al resto de sustancias que llegan al consumidor como unos auténticos venenos, unas peligrosas drogas toxicas.

La lista de componentes identificados en la mayoría de las marcas que se encuentran en el mercado encierra nombres tan tristemente familiares como nicotina, alquitrán o monóxido de carbono, pero también otros como cianuro, amoniaco, acetona, benceno, metanol y plomo, por citar algunos.

La nicotina, cuyo proceso de absorción se ha descrito en páginas anteriores, en un componente químico que solo se encuentra en la misma planta del tabaco, se sintetiza en sus raíces y se deposita en las hojas altas. Se trata de un alcaloide oleaginoso e incoloro. Resulta muy adictivo y altamente toxico a dosis elevadas.

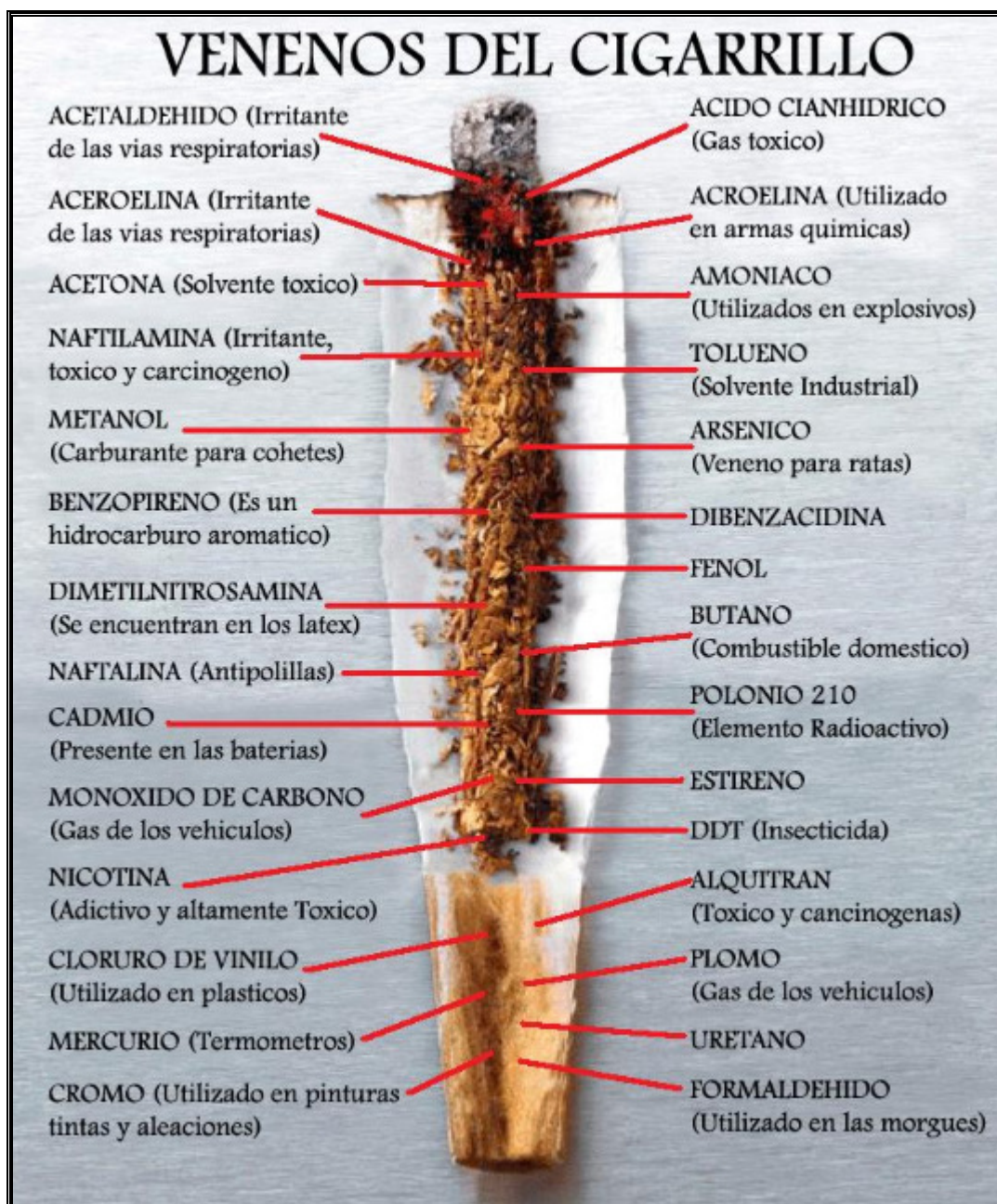
La nicotina se deja sentir en el Sistema Nervioso Central, estimulando el centro respiratorio, vasomotor y del vomito; aumenta la frecuencia cardiaca y la presión arterial, produce la constricción de los vasos sanguíneos y favorece su obstrucción. Obliga al corazón a trabajar más, acentuando sus necesidades de oxígeno y sus consecuencias pueden ser graves para el sistema cardiovascular.

Otro efecto, quizás menos conocido, es la forma en que la nicotina transforma otras sustancias ingeridas por el consumidor: productos naturales como el ácido ascórbico (vitamina C) o la cafeína, y algunos medicamentos como el diazepam o la insulina, se ven alterados cuando entran en contacto con ella.

El alquitrán, de color oscuro, fuerte aroma y sabor amargo, aparece sobre todo en el proceso de combustión del papel y representa uno de los componentes esenciales del humo, en fase de partículas. Se trata de una mezcla de elementos, algunos de los cuales se han revelado como desencadenantes de procesos cancerígenos en el organismo.

El más destacado por su peligrosidad es el benzo-a-pireno, relacionado con el cáncer de pulmón en fumadores, pero también en fumadores pasivos expuestos de forma crónica.

Los expertos coinciden en señalar el alquitrán como el principal responsable del cáncer de pulmón y de otras dolencias respiratorias. Las concentraciones de alquitrán varían considerablemente según la variedad del tabaco y su proceso de curado, aunque, en general, el tabaco rubio registra mayor cantidad que el negro.



Gracias a numerosos estudios realizados por diferentes centros de investigación, se han podido conocer con más profundidad los efectos del humo del tabaco en las personas.

2.2.3 Enfermedades relacionadas con el tabaquismo

Los daños ocasionados por el consumo del cigarrillo afectan muy especialmente al sistema respiratorio, aparato digestivo, al sistema cardiovascular y ayuda a desarrollar los diversos tipos de cáncer que existen en la actualidad.

El proceso ocurre como se explica a continuación: Las sustancias irritantes contenidas en el humo del cigarrillo afectan constantemente al sistema respiratorio, obligándole a poner en marcha los mecanismos de defensas que conllevan una reacción de tipo inflamatorio. Cuando esto sucede repetidamente, los sistemas de defensa dejan de ser efectivos y se van destruyendo, dando lugar a diversas enfermedades, la mayoría de los cuales, se inician con síntomas leves como la tos, expectoración y dificultad para respirar plenamente.



La bronquitis crónica es un proceso degenerativo, consecuencia de la exposición continuada de los bronquios a los agentes irritante. Suele manifestarse con secreción de mucosidad y cambios en la estructura pulmonar.

La tos es, sin duda, el síntoma más frecuente que tienen los fumadores, ya que con ella el organismo trabaja para expulsar el exceso de mucosidad propio del proceso inflamatorio. Se inicia con una tos seca, que pasa pronto a presentar mucosidad. Otra señal de que el sistema respiratorio empieza a funcionar mal es la disnea o dificultad para respirar, que normalmente suele aparecer junto a esfuerzos físicos como pueden ser correr, saltar o subir escaleras. La destrucción de los sistemas de defensa del aparato respiratorio da lugar a la aparición de toda una serie de afecciones incluidas en la denominación general de enfermedad pulmonar

Los componentes del cigarrillo afectan, al sistema cardiovascular, y el corazón, así mismo los vasos comienzan a funcionar de forma deficiente. La más importante de las afecciones cardiovasculares es la arteriosclerosis, por la cual las arterias pierden elasticidad y se obstruyen. Esto lleva consigo a una reducción de la sangre que llega a los tejidos e impide su correcta oxigenación. Sus causas están en la combinación que ejercen la nicotina y el monóxido de carbono, sustancias que reducen el diámetro de los vasos, haciendo subir la presión y la frecuencia cardiaca. Además, aumentan la viscosidad de la sangre y favorecen los depósitos del colesterol, que obstruyen las arterias.

Las consecuencias de estos trastornos pueden ser muy variadas. Uno de los más temibles es la falta de riego de sangre al corazón, lo que produce, el infarto de miocardio o la angina de pecho, en ambos casos, como consecuencia de la obstrucción de las arterias que lo alimentan.

El aparato respiratorio y especialmente, los pulmones se dañan por la presencia continua del humo del cigarrillo.

2.2.4 El cáncer

El tabaquismo está considerado por la comunidad médica como uno de los principales factores en el riesgo de padecer cáncer. Esto se debe a que los componentes del humo contienen una gran variedad de sustancias que estimulan o facilitan alteraciones y procesos de tipo tumoral.

Los estudios no dejan lugar a dudas: fumar puede causar cáncer de pulmón, de boca, de vejiga urinaria, de esófago y de laringe. Las estadísticas también apuntan cierta relación entre el consumo de cigarrillo y el cáncer de riñón, páncreas y útero, entre otros tipos de cáncer.

En el caso del cáncer de pulmón, la relación causal resulta más que evidente, y se estima que el 90% de los casos está directamente ligado con el consumo del cigarrillo o de otros tipos de tabacos.



Los riesgos de desarrollar este tipo de enfermedad tumoral se relacionan con el número de cigarrillos fumados y la edad de inicio del consumo, de tal manera que un solo cigarrillo al día eleva los riesgos de padecer un tumor de estas características.

Las probabilidades que tiene un fumador de desarrollar esta enfermedad son entre 12 y 22 veces más que las de alguien no expuesto al humo. La reducción de la esperanza de vida por el cáncer de pulmón en los fumadores es directamente proporcional al número de cigarrillos fumados habitualmente durante un periodo regular de entre 30 y 40 años. Hasta hace relativamente poco, el cáncer de pulmón era una enfermedad casi exclusivamente masculina, pero en las últimas décadas, con la masiva adhesión de las mujeres al tabaquismo, comienza a crecer de forma preocupante su incidencia entre la población femenina.

El cáncer del pulmón termina, en buena parte de los casos, con la muerte del paciente dentro de los años después de serle diagnosticada la enfermedad, ya que los síntomas se suelen confundir con los habituales propios del tabaquismo, tales como tos, dolor en

el pecho, dificultad para respirar o expectoración con sangre, lo que obstaculiza con frecuencia una identificación temprana de la dolencia real.

El carcinoma de laringe, por su parte, se atribuye en un 82% a la conducta del fumador, se estima que quienes son fumadores habituales, tienen un riesgo 18 veces mayor de contraer este padecimiento, que los que no consumen cigarrillos frecuentemente. El desarrollo del cáncer de laringe se produce como consecuencia de la absorción de diversas partículas presentes en el humo, que producen alteraciones celulares que derivan en la aparición del cáncer.

Del mismo modo, las mujeres fumadoras tienen mayores posibilidades de desarrollar cáncer de mama, en gran medida, cuando el inicio del hábito de fumar se ha producido a una edad temprana y ha tenido una evolución de más de 30 años. Un estudio a nivel mundial detalla que los decesos por enfermedades que tienen su origen en el tabaco, revela que el cáncer de pulmón, con un 28% de los fallecimientos, es el que tiene un mayor peso, seguida de la bronquitis crónica y el enfisema pulmonar, que en su conjunto provocan el 20% de esas muertes, y del infarto de miocardio, con un 12.6%.

La muerte por tabaquismo, o también llamada la epidemia silenciosa, es de carácter mundial y ha ido extendiéndose en los últimos años a la par que el consumo, especialmente en los países en vías de desarrollo, donde el establecimiento de límites legales, sociales y sanitarios, y las labores de prevención son mucho más deficientes.

Así, y a pesar de que con anterioridad hemos avanzado algunas de las dramáticas cifras al respecto, conviene no olvidar que, mientras que en los años 50 se producían en el mundo 500.000 muertes anuales a consecuencia de los cigarrillos y otras formas de consumir tabaco, en la década de los 90 se había alcanzado ya los 2.100.000 fallecidos solo en países desarrollados, más de 300 millones contabilizamos también los producidos en naciones en vías de desarrollo. Esto se traduce en un dato escalofriante: cada diez segundos muere por fumar una persona en el mundo.

2.2.5 Daños para los fumadores activos y pasivos

El principal mensaje a extraer acerca de los daños que ocasiona el humo de los cigarrillos es que aumenta el riesgo de morir de forma prematura, restando años de

vida; incrementa padecer de enfermedades incapacitantes, y siempre empeora la calidad de vida de los fumadores que sobreviven a estas enfermedades.

En efecto, como hemos visto, el fumador, por su condición de adicto, es ya un enfermo y, como tal, padece toda una serie de síntomas.

Una dependencia, como lo es el cigarrillo o cualquier otra droga, constituye un trastorno psiquiátrico perfectamente definido, por lo que las personas dependientes pueden ser calificadas como padecedoras de un problema de tal índole. Además de los desagradables efectos del llamado síndrome de abstinencia, los fumadores más o menos veteranos conviven con ciertas afecciones y limitaciones que reducen su calidad de vida, entre otras, la drástica disminución de la percepción de sabores y olores, la pérdida de capacidad respiratoria y la dificultad para practicar buena parte de las actividades deportivas más habituales, así como una bajada generalizada de las defensas que protegen nuestro organismo de todo tipo de enfermedades.

Está demostrado que respirar en ambientes con humo de tabaco también puede propiciar o agudizar síntomas como tos, estornudos, irritación nasal, congestión ocular, asma, infecciones de oído, dolores de cabeza y garganta, dolor abdominal en los niños.

Entre las enfermedades cardiovasculares del fumador pasivo, según resultados de algunos estudios recientes, destaca el hecho de que los no fumadores que conviven con una pareja que fuman tienen un incremento de entre el 20% o 30% de riesgo de muerte por cardiopatía isquémica, un factor que crece con el aumento del número de cigarrillos consumidos en las áreas que comparten.

Pero si hay un fumador pasivo indefenso y en grave riesgo es el niño que aún no ha nacido, el feto. El monóxido de carbono y la nicotina ingeridos por la madre fumadora activa o pasiva reduce la circulación sanguínea a la placenta, y con ello la llegada del oxígeno y de nutrientes que resultan necesarios para el crecimiento normal del bebe que se está formando. Algunos de los efectos más frecuentes son el nacimiento de niños con menor peso (entorno a unos 200 gramos menos), y una mayor proporción de prematuros.

Los efectos del tabaquismo se agravan considerablemente más si los padres continúan fumando cuando el pequeño ya ha venido al mundo, ya que los bebés expuestos al humo ambiental de los cigarrillos muestran una mayor predisposición a sufrir infecciones respiratorias, como la bronquitis o la neumonía, y otros trastornos como el asma.

Para protegerse y proteger a los demás del humo secundario es conveniente evitar fumar dentro de la casa, pedir a los invitados que salgan fueran a encender sus cigarrillos, nunca hacerlo en presencia de menores y aplicar la reducción de daños. Esto quiere decir que si alguien tiene que fumar en la casa, debería hacerlo en un lugar con buena ventilación, por ejemplo, junto a una ventana o puerta abierta. El coche, es otro sitio a evitar a la hora de fumar, ya que se convierte en una auténtica cámara de gases tóxicos. Educar a los jóvenes para proteger sus derechos como no fumadores es también de gran importancia. Así, podemos motivarles a que respondan con un rotundo “sí” cuando otros les pregunten si les molesta que ellos fumen.

Pero el tabaco afecta de otras muchas maneras al funcionamiento del cuerpo humano. Por ejemplo, al margen de que el mal aliento o el olor de la nicotina impregnado en las manos pueden resultar altamente desagradable para una posible pareja, se ha demostrado que fumar de forma continuada y durante un tiempo prolongado puede ser la principal causa que provoque la impotencia sexual.

En las mujeres con consumo de tabaco prolongado se observan que tardan más en conseguir un embarazo buscado, mientras que en los hombres se advierte que el esperma es de más baja calidad, o lo que es lo mismo, la movilidad es menor.

Los efectos perjudiciales del tabaco sobre el estado nutricional del fumador están también claramente identificados. Uno de ellos se observa en el descenso de los niveles de vitamina C. Esto sucede en un 25% de quienes consumen menos de 20 cigarrillos al día, y del 40% de quienes superan los 40 cigarrillos.

De igual manera, la inhalación del humo de los cigarrillos provoca la bajada de los niveles de otro antioxidante, el beta caroteno, y también de ácido fólico, al tiempo que perjudica la absorción del calcio, componente esencial de los huesos. Sucede que los

compuestos tóxicos presentes en el humo actúan sobre las células relacionadas con la formación de los huesos.

2.2.6 Los cigarrillos mentolados un peligro oculto

Los cigarrillos mentolados no son menos dañinos que el resto, incluso pueden resultar más peligrosos. El mentol agregado al tabaco produce una sensación de frescura en la garganta cuando se inhala el humo, que puede hacer pensar a sus consumidores que se trata de un producto menos agresivo. Además, disminuye el reflejo de la tos y la sensación de sequedad en la garganta. Las personas que utilizan los cigarrillos mentolados suelen inhalar más profundamente, manteniendo el humo durante más tiempo.

2.2.7 ¿Es más seguro fumar sin tragarse el humo?

Siempre que el humo toque las células vivas, causa daño. Aunque los fumadores piensen que al no inhalar el humo se encuentran protegidos, la realidad es que están respirando el humo igualmente y, por lo tanto, aumenta el riesgo de padecer cáncer del pulmón.

Las personas que deciden fumar puros y pipas a menudo no inhalan el humo, pero en estos casos se incrementa el riesgo de padecer cáncer del labio, la boca y la lengua, así como otros tipos de enfermedades malignas.

El fumar contribuye a la aparición de las arrugas, tanto por los efectos químicos que produce desde dentro como por la repetición de las muecas habituales a la hora del consumo del cigarrillo. Muy en contra de los estereotipos que proyectan una imagen misteriosa y seductora, el consumo del cigarrillo hace que las mujeres envejezcan prematuramente. Los surcos verticales alrededor de la boca, ajando el contorno de los labios es uno de los signos más presentes en la apariencia física del fumador o fumadora, quien también es posible que muestre una dentadura afectada por el humo, con los dientes amarillentos y las encías inflamadas.

Del mismo modo, es frecuente ver coloreados de forma permanente los dedos en contacto con el humo que el cigarrillo suelta al aire, e incluso las unas, que adquieren un desagradable color amarillo grisáceo.

Otra circunstancia digna de tenerse muy en cuenta es la manera en que la exposición al tabaco se ha asociado con el riesgo de usar otras drogas, aunque hay que señalar que la mayor parte de los fumadores nunca las ha probado.

2.2.8 Adolescencia y Tabaquismo

2.2.8.1 La búsqueda de la Identidad Adulta

¿Por qué fuman los jóvenes?

La adolescencia es la etapa en que se produce la iniciación al consumo del cigarrillo. A diferencia de la pubertad, que suele alcanzar a las niñas a los nueve años, y a los niños, a los once, puede variar notablemente en edad de inicio y duración, ya que está más relacionada con la maduración psicológica y con sus condicionantes sociales y culturales que con los años de vida. En cualquier caso, este tiempo se identifica con diferentes cambios ocurridos en el cuerpo, juntos con progresos en la psicología del individuo.

Se trata, pues, de uno de los periodos más complejos en la vida de las personas, con alteraciones físicas importantes, drásticas e inesperadas, que causan incertidumbre, desconcierto y, con frecuencia, miedo en el joven, toda vez que se supone la pérdida de la identidad infantil y la búsqueda de una nueva personalidad que habrá que ir perfilando.

La adolescencia constituye el periodo de transición entre la infancia y la edad adulta, por tanto en esos años se suceden estas transformaciones significativas tanto en el cuerpo como en el ámbito psicológico. Son años en los que las dificultades que atraviesan los jóvenes se ven unidas a las complicaciones y obstáculos que surgen inevitablemente en su comunicación con las figuras de la autoridad adulta, fundamentalmente, padres y educadores.

Los adolescentes no son niños, pero tampoco son adultos, y esta indefinición abre en ellos una crisis tan profunda como necesaria en la configuración de su personalidad y en la creación de su propia identidad.

Las características principales de esta etapa tienen su fundamento precisamente en los cambios en su cuerpo y en su estado de ánimo, que les cuesta manejar. Perciben nuevas sensaciones, propias del instinto, pero no están preparados para razonarlas ni, mucho menos, disponen del equilibrio y la madurez necesarios para afrontarlas con naturalidad y sosiego.

La rebeldía es una de las señas de identidad del adolescente, quien tiende a rechazar todo aquello que recibió en la niñez: valores, normas, modales, entre otras reglas de educación. Durante este periodo, busca nuevas amistades y adquiere una actitud crítica frente a todo, motivada por su deseo de autoafirmarse.

Del mismo modo estos años son cruciales en la formación de la personalidad, si bien se trata, a un tiempo, de una etapa marcada por la inseguridad personal. Los cambios y anhelos de crear su propio espacio, le lleva a situaciones de ansiedad e incertidumbre ante un futuro que quiere y teme a la vez. Es, incluso, habitual que el adolescente, sistemáticamente, se oponga a cuanto vea, oiga o se le pida, sobre todo si esta información o exigencia procede de un adulto. La adolescencia es una edad de transición en la que los jóvenes atraviesan por innumerables cambios y crisis de personalidad.



Y de la rebeldía y contradicción pasa a la insolencia ya que utiliza tal actitud para reafirmar su personalidad. Decir “no” y enfrentarse a todo forma parte de la lucha por la autonomía que persigue, todo esto con el fin último de liberarse del control de sus padres y educadores, propio de la niñez.

Cabe destacar, que la persecución de la independencia por parte del adolescente está cargada de contradicciones, pues este es consciente, al mismo tiempo, de su propia incapacidad para actuar con la seguridad y la decisión de antes, cuando contaba con el apoyo aceptado de sus progenitores.

Todas esas dudas e inseguridades le llevan a añorar, de una parte, la confianza perdida, mientras que por otra parte le empuja adelante un enérgico deseo de ser independiente. Ambas circunstancias son el origen de un serio conflicto en su estado de ánimo.

Fumar no solo puede representar para algunos adolescentes una señal de rebeldía y de rechazo a las normas establecidas, sino también una forma de mostrarse como adulto.

2.2.8.2 El primer cigarrillo

Por lo general, cuando las personas prueban el primer cigarrillo es normal que sientan efectos desagradables como tos, mareos, náuseas, malestar general y sequedad de la boca. Los expertos consideran este primer acercamiento al tabaco como una etapa crucial en el proceso adictivo, ya que se ha comprobado que aquellas personas más propensas a sentir algunos mareos, suelen más tarde repetir la experiencia, convirtiéndose finalmente en fumadores. En cambio, quienes suelen padecer toses, dolores o molestias de garganta y náuseas, muy probablemente no continúen experimentado este hábito, teniendo menos probabilidades de ser fumadores.

El consumo del primero o de los primeros cigarrillos va, a menudo, unido a esta forma de integración tan buscada.

En la adolescencia, el joven es extremadamente sensible a las carencias de amistad y amor. En una primera etapa, entre los 11 y los 13 años, las amistades están definidas por la camaradería y el hecho de hacer cosas en común; entre los 14 y los 16, la seguridad y la lealtad cobran toda su importancia. Y es a partir de los 17 cuando la

amistad es más sosegada, desaparece el miedo al abandono y la traición, y se valoran especialmente la personalidad y los puntos en común que se comparten con los amigos.

Durante la etapa de los 11 a los 13 años las amistades son, en gran parte, determinantes a la hora de optar por hábitos saludables o decantarse por la experimentación del consumo de sustancias tóxicas, entre ellas, y muy fundamentalmente, los cigarrillos. Así, la presión del grupo se convierte, sin duda, en una de las causas de mayor peso a la hora de fumar, por primera vez, y de continuar haciéndolo hasta, muy posiblemente, alcanzar la condición de dependiente.



De acuerdo a la cuarta encuesta nacional sobre el uso de drogas y en estudiantes de 12 a 17 años elaborado por el Observatorio Nacional de Drogas, donde se entrevistaron a 514.962 jóvenes y donde se categoriza el uso de los cigarrillos de los jóvenes de acuerdo al siguiente análisis.

Para categorizar el uso de cigarrillo, se analizó el tiempo de uso y su frecuencia durante los últimos 30 días, se estableció como límite para categorización 5 días de consumo al mes, de esta manera, se obtienen cuatro categorías de uso de cigarrillos, el uso esporádico, caracterizado por estudiantes que han fumado menos de 5 días al mes durante menos de 1 año, el uso regular caracterizado por estudiantes que han fumado menos de 5 días al mes durante más de 2 años, el uso frecuente caracterizado por estudiantes que han fumado más de 6 días al mes durante menos de 1 año, y el posible

abuso caracterizado por estudiantes que han fumado más de 5 días al mes durante más de 2 años.

	Porcentaje en la población representada (%)
uso esporádico	4,17
uso regular	1,72
uso frecuente	1,66
posible abuso	1,08

2.2.8.3 Factores que incrementan el riesgo de fumar en los jóvenes

- Asumir de manera precoz actitudes adultas
- Ser rebelde e implicarse en situaciones de riesgo
- Hacer alarde de conductas antisociales e irresponsables
- Ausentarse con frecuencia de la escuela
- Poseer bajo rendimiento académico
- No poseer ambiciones y perspectivas futuras
- Carecer de autoestima (especialmente en las chicas)
- Ser tímido o agresivo
- No saber controlar situaciones de estrés.
- Manifestar actitudes afines hacia el hábito de fumar
- Mostrar incapacidad para hacer frente a opiniones contrarias.

Los cambios físicos, que originan sensaciones de inseguridad en el joven, no siempre se realizan armónicamente ni en consonancia con su crecimiento emocional, ya que la madurez física, la pubertad, se produce con anterioridad a la psíquica. Esto da lugar al desarrollo de un ser infantil en un cuerpo adulto, el cual no se corresponde con su mente y que les hace desarrollar una fuerte falta de autoconfianza.

Con fuerza de voluntad y convicción se puede dejar de fumar, sobre todo al conocer que existen suficientes pruebas de que si los padres fuman, los hijos tendrán más probabilidades de ser fumadores.

De ahí que la angustia sea también habitual entre los adolescentes. Estos se sienten frustrados por la propia indefinición que reciben en los mensajes de sus mayores: a menudo se les exige que actúen como adultos, mientras que otras veces se les trata como a niños, con prohibiciones e imposición de límites.

La angustia, a su vez, puede manifestarse como agresividad, miedo al ridículo, alternancia de estados de melancolía y euforia e irritabilidad. Todos estos problemas forman de la evolución normal del joven en su edad adolescente. Se trata de una crisis madurativa necesaria, y su ausencia puede considerarse patológica. Es decir, por difícil e incómoda que resulte, la rebelión contra la familia es básica, ya que esta debe ser, de algún modo, negada para que el joven alcance la madurez real.

Ante este panorama, no es de extrañar que los jóvenes sienten deseos de experimentar, saltarse las normas, desafiar las leyes de los mayores y comunicar su deseo de ser adulto, copiando conductas reservadas para quienes ya lo son. Durante esta etapa, cabe recordar, el adolescente muestra una vulnerabilidad extrema, se aparta de sus tradicionales fuentes de protección (padres, familia, maestros) y se acerca a otros jóvenes en situación parecida, ya sea en la búsqueda de un líder, de una dirección válida y no limitante, o simplemente ante una necesidad que le llega como algo nuevo y perentorio: la de pertenecer a un grupo, identificarse con sus miembros y ser parte de un todo, en el que, sin embargo, tendrá igualmente el impulso de diferenciarse.

Para los jóvenes es vital sentirse parte del grupo y adoptar sus hábitos y costumbres. En este ámbito, estimulado también por la publicidad, el adolescente opta por fumar entendido como una forma de ser libre.

En efecto, el adolescente oscila entre la tendencia a ser aceptado socialmente en un determinado círculo, y la necesidad vital de mantener su individualidad, su independencia mental. El miedo al rechazo y a la soledad, a ser castigado por ser diferente, puede resultar paralizante o puede llevar a un joven a actuar contra sus

propios deseos y convicciones. En casos extremos, esta presión del grupo ha motivado dramas con finales tan trágicos como el suicidio.

2.2.8.4 Algunos medios para detectar a un joven fumador

Cuando un padre quiere saber si su hijo es fumador, solo tiene que observar el estado de su ropa, sus manos y su aliento, los cuales estarán impregnados del fuerte mal olor a humo de tabaco. Si estos indicios no son suficientes, seguro encontrara residuos de tabaco en sus bolsillos o cajetillas vacías. Primero hay que detectar si se trata solo de un primer acercamiento. Si las pruebas persisten durante un mes o más, este deberá tomar todas las medidas que estén a su alcance para evitar que su hijo se convierta en un adicto al cigarrillo.

Cuando los padres dialoguen o tomen algún tipo de medidas con sus hijos adolescentes, es muy recomendable que ambos acuerden previamente la actitud de adoptar, sin diferencias ni divisiones que puedan dar lugar a graves conflictos.

2.2.8.5 El adolescente fumador

Los expertos señalan una edad comprendida entre los 12 y 13 años para delimitar el inicio del consumo del tabaco por parte de los adolescentes, casi siempre sometidos a las influencias del grupo de amigos al que pertenece.

En la búsqueda de una identidad propia, el joven durante esta etapa frecuenta fiestas y reuniones donde el consumo de cigarrillos tiene cada vez más importancia que la práctica de un deporte o de otra actividad recreativa.



Por otra parte, existe una serie de factores de riesgo que facilitan el ingreso del adolescente en el consumo del cigarrillo, especialmente asociados al grado de permisividad latente en el seno de su familia, donde además de ser fumadores, los padres no destacan por significar un modelo para el desarrollo sano de su conducta.

La presión social puede considerarse también un factor determinante en la iniciación al tabaquismo en edades tempranas. Las invitaciones de los amigos y las actitudes positivas que propicia la publicidad sitúan al adolescente en un plano de indefensión, reforzado por las estrategias de marketing ideadas y elaboradas por publicistas expertos en tocar los puntos débiles de los jóvenes, con el fin de influir en su comportamiento y consumos.

Sus campañas van orientadas en gran medida a impactar en este segmento de población propiciando que se identifiquen con los personajes que aparecen en los anuncios o eventos promocionales: hombres y mujeres de éxito, jóvenes, sexualmente atractivos, aventureras, sofisticadas, etc., modelos susceptibles de ser imitados por los chicos, tanto en apariencia como en comportamientos, entre ellos, el hecho de fumar.

Al mismo tiempo, la publicidad busca y persigue la normalización del hábito, creando una distorsión que incrementa la desinformación y, con ello, los riesgos. La capacidad de algunos jóvenes de resistir a los mensajes publicitarios y a las invitaciones de los amigos, resulta un interesante protector contra el consumo y la futura adicción.

FACTORES DE RIESGO Y PROTECCIÓN EN RELACIÓN CON EL CONSUMO DE CIGARILLOS EN LOS JOVENES	
FACTORES DE RIESGO	FACTORES DE PROTECCIÓN
* Baja autoestima.	* Autoestima alta.
* Falta de actividad deportiva.	* Participación en deportes.
* Alta concurrencia a fiestas.	* Tener amigos que no fumen, en especial su mejor amigo.
* Tener amigos que fumen y en especial su mejor amigo.	* Tener padres o familiares que compartan el mismo techo, que no fuman.
* Padres fumadores y familiares fumadores que vivan permanentemente con ellos.	* Tener un buen conocimiento del daño que el tabaquismo provoca a la salud.

2.2.9 Prevención en Familia

La primera tarea de un padre o de una madre que quiere realmente comunicarse con su hijo o hija adolescente es asumir lo natural de sus contradictorias reacciones y de su rebeldía, adoptando una posición de tolerancia en las cuestiones menores, y firmeza y seguridad en las que considera más relevantes.

De esta forma, podrían mostrarse más flexibles a la hora de permitir ciertas extravagancias en la apariencia personal, mientras que, tal vez, se prefiera dejar claras otras normas de convivencia consideradas importantes para su seguridad y desarrollo, tales como la atención a los estudios, la hora de regreso a casa o, por ejemplo, el seguimiento de un determinado tratamiento médico.

2.2.10 Factores que pueden propiciar el abandono del hábito de fumar entre los jóvenes

- * Periodo relativamente breve como fumador
- * Creencia en la habilidad personal para el abandono del hábito
- * Comprobar las consecuencias físicas desagradables de fumar.
- * No tener un elevado nivel de estrés, lo cual posibilita concentrar los esfuerzos
- * No haber creado el estereotipo de que fumar le hace parecer más atractivo ni más seguro.
- * Entender que el hecho de ser fumador le desvaloriza ante personas que le interesan.

Para comunicarse realmente con los adolescentes es preciso que se sientan respetados y comprendidos, que se atiendan aquellas cuestiones que les interesan o preocupan, y que también en materia de dialogo se predique con el ejemplo.

De esta manera, en el caso de conflictos por rebeldía conviene evitar ponerse a su altura cuando caen en la pérdida de las formas y las faltas de respeto.

Lo más adecuado es informarles serenamente de que no se seguirá hablando hasta que su actitud sea tan respetuosa y considerada como la de sus padres, hacerles entender que las ordenes no son arbitrarias, sino razonables, y que a pesar de todo se seguirá confiando en ellos, para darles la libertad que necesitan.

Es necesario en cada caso, permitirles equivocarse y hacerles saber el orgullo como padres ante cada una de sus acciones y esfuerzos, como base de las pautas a seguir para acercarse a los hijos.

Es fundamental para una convivencia sana y tranquila respetar la intimidad del adolescente, que ahora necesita más que nunca sentirse respetado y aceptado tal cual es. Interrogarle para tener detalles de su vida no es una buena forma de conseguir su confianza y propiciar acercamientos.

En definitiva, los padres deberán desarrollar sus mejores herramientas de empatía y dialogo para cubrir las necesidades de sus hijos en la adolescencia, sin olvidar que entre ellas figuran la de tener cerca a alguien que entienda sus problemas y preocupaciones, compartir sus experiencias y deseos, poder expresar sentimientos e ideas libremente, ponerse a prueba con comportamientos nuevos, y contar con un ejemplo de conducta madura en sus propios padres.

Todas estas pautas para mejorar las habilidades comunicativas con los hijos serán de gran ayuda, en la que debe ser la primera meta de cualquier padre o madre: sentar con fuertes bases una adecuada autovaloración en los hijos, esencial para su felicidad, presente y futura, y para protegerles en cuestiones tan determinantes como las presiones del grupo, la asimilación de los mensajes publicitarios y su capacidad para enfrentar los cambios propios de su edad.

2.2.11 La publicidad y el consumo

Al alcanzar la adolescencia, el joven habrá visto una gran cantidad de publicidad relacionada con el consumo de tabaco, e inconscientemente asociara determinadas marcas a las imágenes que se promueven, con lo cual, la prevención es la mejor herramienta para evitar el consumo. Según las estadísticas, uno de cada tres jóvenes será fumador habitual antes de alcanzar los 18 años, lo cual incidirá directamente en su calidad de vida.

2.2.12 El papel de los maestros y los educadores

La implicación de la comunidad educativa como una medida preventiva en edades tempranas ha comenzado a considerarse como prioritaria en la mayoría de los países occidentales, de forma que uno tras otro han ido sumándose a la iniciativa de incluir en los programas curriculares temarios y actividades dedicados a fomentar la vida sana y la prevención del consumo de drogas.

2.2.13 El apoyo, tarea fundamental

En los programas de prevención, los padres y profesores se convierten en la pieza más importante para evitar el consumo de tabaco en los adolescentes. Por eso es aconsejable:

- * Evitar fumar delante de los jóvenes.
- * Reforzar el valor de ser un no fumador, apoyándose en ejemplos de personajes admirados por los jóvenes que no tengan ese hábito o que incluso hayan participado en campañas preventivas.
- * Ayudar a los jóvenes a conseguir estabilidad emocional y a que entiendan que atraviesan por una edad difícil, pero que cuentan con el apoyo necesario para no recurrir al consumo de tabaco como vía de escape a algunos conflictos.
- * No intervenir en exceso en los problemas cotidianos de los jóvenes para no abrumarles. Ser creíbles cuando se conversa con ellos y se les ejemplifica.
- * Dar el ejemplo es el mejor método. Llevar una vida sana, practicar deportes u otro entrenamiento motivador, que les haga ver que pueden sentirse bien afuera de otros ambientes que propician el consumo de tabaco.

2.2.14 La atención primaria y la implicación del pediatra

El tabaquismo constituye un problema general de salud pública y, como tal, debe ser tratado por el sistema sanitario desde la perspectiva de la prevención. El médico pediatra se encuentra en una posición privilegiada para intervenir en este aspecto, pues, por regla general, los jóvenes lo perciben como un experto confiable con el que, además, suele existir una relación continuada y periódica, ya que es una de sus funciones seguir y velar por el normal desarrollo de los niños hasta su edad adulta.



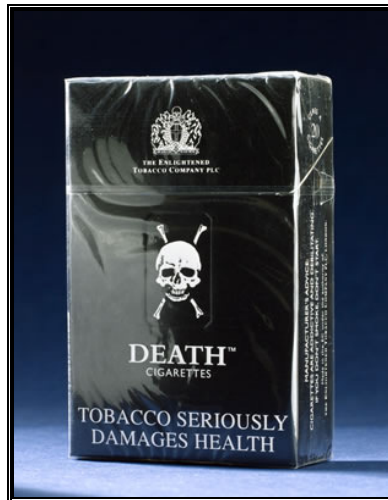
Al considerarse un grave problema sanitario, el tabaquismo necesita de una atención prioritaria en los programas de prevención, puestos en marcha por los sistemas de salud pública.

2.2.15 La cultura de la salud

Atendiendo a las cifras sobre afectados por el consumo de cigarrillo, la gravedad de los daños y lo extendido del mal, bien puede afirmarse que nuestra sociedad se encuentra enferma. Padres, profesores, niños, jóvenes, adolescentes, mayores, medios de comunicación, profesionales de las ciudades y del campo, desde todos los rincones debería fomentarse la cultura de la salud, esto es, el seguimiento de hábitos saludables que contribuyan a sentirnos mejor, cuidando nuestro cuerpo y nuestra mente; mejorando, en definitiva, nuestra calidad de vida.

La filosofía de la cultura de la salud se ha convertido en un concepto global, en ella participan la mayor parte de las entidades de un país con la puesta en marcha de una serie de prácticas y hábitos dirigidos a sentirse bien. Caminar o practicar algún ejercicio físico son parte de los fundamentos para llevar una vida sana.

La cultura sobre las afectaciones que produce el consumo de cigarrillos en la salud, se está incrementando ya que de acuerdo a la OMS se ha sumado en los tres últimos años 29 países a los 34 países que en el 2010 ya se encontraban tomando consciencia y exigiendo que en los empaques de cigarrillos, se publiquen imágenes y mensajes sanitarios, para así informar sobre los daños que pueden ocasionar este hábito, en la actualidad son 63 los países a nivel mundial que tienen esta tendencia, la OMS espera que en estos próximos años esta cantidad se incremente para así poder disminuir el consumo de cigarrillos a nivel mundial y con esto disminuir o evitar muchas enfermedades que son prevenibles.



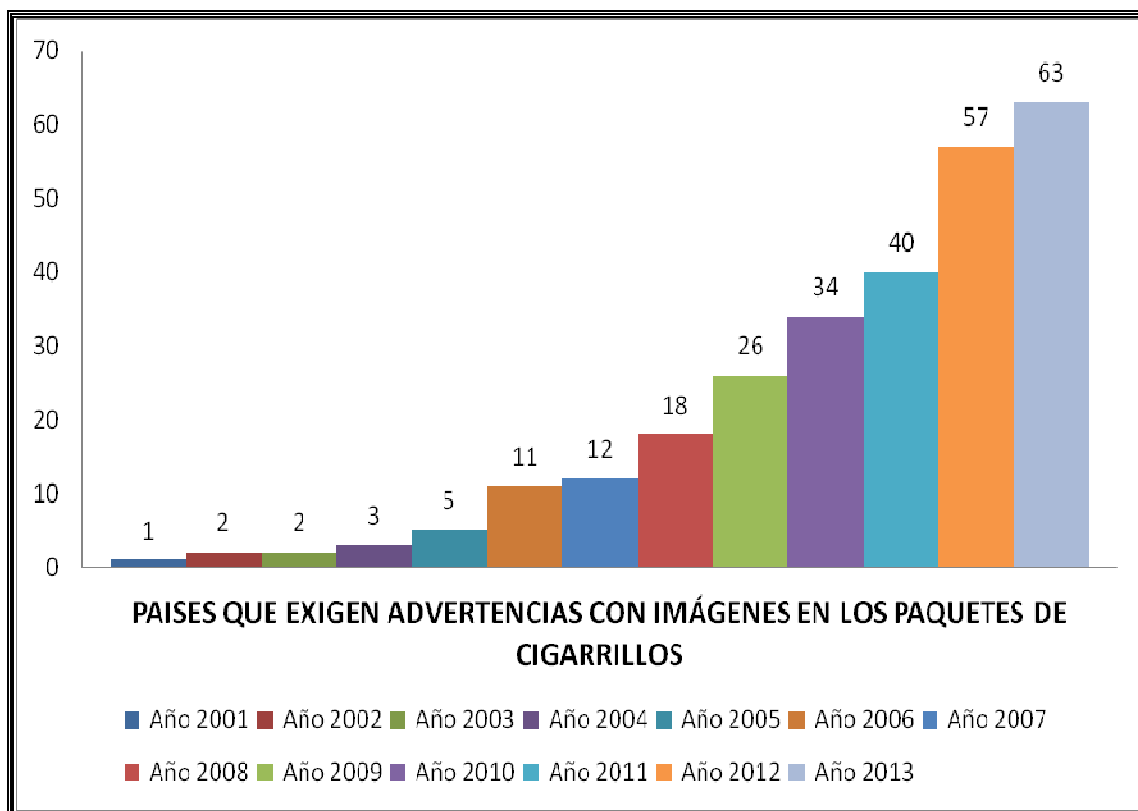
Los países que se describen a continuación son los que se encuentran en la actualidad cumpliendo y exigiendo las advertencias sanitarias con imágenes y mensajes en los empaques de cigarrillos, junto a los nombres de cada país del listado también se puede observar el año de implementación y además años de rotación de las imágenes:

Listado de los Países del mundo que de acuerdo a la OMS cuentan con las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos 2001 - 2013

1. Canadá (2001; 2012)
2. Brasil (2002; 2004; 2009)

3. Singapur (2004; 2006; 2013)
4. Tailandia (2005; 2007; 2010)
5. Venezuela (2005; 2009)
6. Jordania (2006; 2013)
7. Australia (2006; rotación de conjuntos A, B cada 12 meses; 2012, rotación de dos conjuntos cada 12 meses)
8. Uruguay (2006; 2008; 2009; 2010; 2012)
9. Panamá (2006; 2009; 2010; 2012)
10. Bélgica (2006; rotación de conjuntos 2, 3,1 cada 12 meses comenzando en 2011)
11. Chile (2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012)
12. Hong Kong (Región Administrativa Especial, China) (2007)
13. Nueva Zelanda (2008; rotación de conjuntos A, B cada 12 meses)
14. Rumania (2008)
15. Reino Unido (2008)
16. Egipto (2008; 2010; 2012)
17. Brunéi (2008; 2012)
18. Islas Cook (2008) 4
19. Irán (2009)
20. Malasia (2009)
21. Taiwán, China (2009)
22. Perú (2009; 2011)
23. Yibuti (2009)
24. República de Mauricio (2009)
25. India (2009; 2011; 2013)
26. Islas Caimán (Reino Unido) (2009)
27. Letonia (2010)
28. Pakistán (2010)
29. Suiza (2010; rotación de conjuntos 1, 2,3 cada 24 meses)
30. Liechtenstein (2010; rotación de conjuntos 1, 2,3 cada 24 meses)
31. Mongolia (2010)
32. Colombia (2010; 2011; 2012)
33. Turquía (2010)
34. México (2010; 2011; 2012)
35. Noruega (2011)

36. Malta (2011)
37. Francia (2011)
38. Guernsey (2011)
39. España (2011)
40. Bolivia (2011)
41. Jersey (2012)
42. Ucrania (2012)
43. Honduras (2012)
44. Madagascar (2012; 2013)
45. Dinamarca (2012)
- 46. Ecuador (2012)**
47. Argentina (2012)
48. Baréin (2012)
49. Kuwait (2012)
50. Omán (2012)
51. Qatar (2012)
52. Arabia Saudita (2012)
53. Emiratos Árabes Unidos (2012)
54. Estados Unidos (2012)13
55. Hungría (2012)
56. Níger (2012)
57. Sri Lanka (2013)
58. Macao (Región Administrativa Especial, China) (2013)
59. Islandia (2013)
60. Irlanda (2013)
61. Rusia (2013)
62. Kazajistán (2013)
63. Seychelles (2013)



2.2.16 Programas, leyes antitabaco

En un principio, las políticas públicas estaban orientadas a limitar levemente los espacios donde se permitía fumar, aunque más por una cuestión de seguridad que por el efecto nocivo del humo del tabaco. Así, las primeras restricciones se referían a cines, teatros y transportes, y tenían su origen sobre todo en la peligrosidad del cigarrillo como objeto encendido y susceptible de ocasionar fuego. Con el tiempo y conforme iba en aumento la sensibilidad hacia el verdadero problema de salubridad del humo, han ido sumándose otras medidas de tipo económico, de las que resulta difícil deducir si comenzaron por una cuestión recaudatoria o como medida disuasoria para los fumadores. Pero la conciencia social y política fue un aumento, y ello permitió acciones dirigidas a los más jóvenes, con la regulación de la venta a menores de edad, el control e incluso la prohibición de las campañas publicitarias de marcas de cigarrillos o la puesta en marcha de programas preventivos en las escuelas.

En cuanto a las restricciones al consumo en lugares públicos, los restaurantes, medios de transporte, así como los lugares de trabajo son algunas de las áreas que han experimentado restricciones de este tipo, ya sean parciales, con zonas reservadas y

aisladas para el humo, o bien totales, con la imposibilidad de encender un cigarrillo sin exponerse a una fuerte sanción.

Prohibir el tabaco en lugares públicos reduce el número de cigarrillos en muchos consumidores, y en otro supone un nuevo impulso en su deseo de dejar de fumar. La prohibición de fumar en los lugares públicos se ha ido extendiendo, año tras año, en gran número de países.

Las limitaciones en la venta de cigarrillo son, pues, lo más parecido que puede llevarse a cabo, y con muchas reservas, ya que, en el caso de la prohibición de la venta a menores, es bien sabido que los adolescentes no suelen tener grandes problemas para conseguir el tabaco que consumen: los compran, los consiguen de amigos de mayor edad, los toman de sus padres o sortean los dispositivos de las máquinas expendedoras.

Desde el año 2000 se están aplicando diferentes leyes y reglamentos sanitarios en Ecuador para poder disminuir el consumo de cigarrillos en los jóvenes y adultos de nuestro país, es por ello que el gobierno en conjunto con el ministerio de salud pública, difundió en el reglamento general a la ley orgánica de defensa del consumidor (Decreto N.- 1314)

Se consideró en el registro oficial N.- 116 del 10 de Julio del 2000. En el capítulo X Sobre la protección a la salud y seguridad en el Art.53

a) las cajetillas, material de empaque o envolturas de cigarrillos y de otros derivados del tabaco que se utilicen para el expendio al público, deberán llevar la siguiente advertencia general: "Advertencia: No existe un cigarrillo seguro para la salud. Ministerio de Salud Pública del Ecuador", escrita en letras helvética de 10.8 puntos impresos en uno de los laterales de la cajetilla, en forma legible, clara y usando colores de alto contraste contra un fondo blanco, agregándose además, en el mismo lateral, el mensaje siguiente "Venta prohibida a menores de edad".

Las cajetillas de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco deberán llevar además esta advertencia "Fumar Causa Cáncer", en letra impresa en el 40% del área del panel frontal de la cajetilla. La advertencia "Fumar Mata" se colocara en el 40% del área del panel posterior de la cajetilla. Las áreas para la impresión de las advertencias, correspondientes al 40%, tanto del panel frontal, como del panel posterior, estarán definidas por el ancho del panel correspondiente, medido a partir de la base de la

cajetilla. Los textos de ambas advertencias deben de quedar paralelos a la base de la cajetilla. Se imprimirán en letra helvética bold de 28 puntos para las cajetillas de 20 cigarrillos y helvética bold de 26 puntos para las cajetillas de 10 cigarrillos, en forma legible, clara y usando color contrastante contra un fondo blanco. (Pág. 8- 9)



c) En todos los materiales impresos de venta o promoción de cigarrillos y de otros productos derivados del tabaco, la advertencia general del Ministerio de Salud señalada en el literal a) deberá de constar de manera legible y será del 10% de la superficie total del material impreso. (Pág. 9)

d) No se realizara ningún tipo de publicidad de cigarrillos o producto derivados del tabaco que no indique expresamente el nombre del fabricante nacional o extranjero. (Pág. 10)

e) Queda prohibido la promoción comercial en radio y televisión de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco. (Pág. 10)

j) Queda prohibida la publicidad exterior e interior en letreros y todo tipo de vallas publicitarias, tanto fijas como movibles para cigarrillos y productos derivados del tabaco. (Pág. 10)

k) La publicidad de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco estará permitida únicamente al interior de los establecimientos donde se comercialicen tales productos, así como también en los lugares con acceso exclusivo para mayores de edad. (Pág. 10)

m) Ninguna publicidad de cigarrillos o productos derivados del tabaco deberán estar dirigida a menores de edad ni aparecer en el empaquetado o las portadas de revistas, periódicos u otras publicaciones impresas de circulación general. (Pág. 11)

Como ya hemos revisado en la ley orgánica de defensa del consumidor en el 2006 las prohibiciones y nuevas advertencias sanitarias referentes al consumo del cigarrillo, en la nueva la Ley Orgánica para la Regulación y Control de Tabaco, publicada en el Registro Oficial N.- 497 del 22 de Junio del 2011.

Las prohibiciones establecidas en la ley orgánica de defensa del 2006, fue reforzada en la nueva Ley Orgánica para la Regulación y Control de Tabaco, de acuerdo a lo indicado en este registro oficial donde se indica en el Capítulo X, Sobre la protección a la salud y seguridad en el Art.53, literal a).

Dentro de las nuevas disposiciones se deben de incluir las siguientes normativas de salud:

Capítulo II, del empaquetado, etiquetado, advertencias y presentación, Art. 18 del empaquetado y etiquetado.- en los empaquetados etiquetados externos de los productos de tabacos, que se expendan dentro del territorio nacional, deberán figurar leyendas y pictogramas o imágenes de advertencias que muestren los efectos nocivos del consumo de los mismos sujetándose a las siguientes disposiciones:

- a) Las advertencias serán elaboradas y aprobadas por la Autoridad Sanitaria Nacional;
- b) Se imprimirán en forma rotatoria y rotativamente cada año directamente en los empaques;
- c) Serán de alto impacto preventivo, claras, visibles, legibles y no deberán ser obstruidas por ningún medio;
- d) incluían pictogramas y mensajes relativos a los efectos nocivos del tabaco, deberán de ocupar el sesenta por ciento (60%) de las caras principales, y se ubicaran en las caras inferior de cada cara;

- e) La información sanitaria deberá ser impresa directamente en el empaque, ocupando el setenta por ciento (70%) de una de las caras laterales;
- f) La información sobre los componentes y emisiones del tabaco serán únicamente cualitativas;
- g) Se prohíbe el empaquetado en presentaciones menores a diez unidades. En caso de otros productos del tabaco, el empaque no deberá tener menos de diez gramos;
- h) Tanto las leyendas de advertencias como la información textual deberá constar en idioma castellano. (Pág. 5)

Por otro lado el Ministerio de Salud Pública del Ecuador publicó en Marzo del 2012, el manual de aplicación de advertencias sanitarias en envases de productos de tabaco, donde se puede apreciar exactamente lo descrito en la Ley Orgánica para la Regulación y Control de Tabaco.

De acuerdo al literal e) en el manual de aplicación indica las siguientes características de aplicación:

1	Texto
	Arial regular Espaciado: 0
2	Texto "4.000 toxicos"
	Arial bold Espaciado: 0
3	Nombre MSP
	Altas Arial bold Espaciado: 0
4	Producto Tóxico
	Altas Arial bold Espaciado: 0

Para los textos, bordes y fondos se utilizará el Color Negro Enriquecido de acuerdo a las siguientes características:

Negro enriquecido		C: 50
		M: 50
		Y: 50
		K: 100

De acuerdo a lo indicado en el literal d) se especifica lo siguiente:

Sobre la información de los mensajes, indica que todos los textos deben ir acompañados con sus respectivos pictogramas en relación al tema al cual pertenezcan.

En este manual nos indica que tenemos 6 temas descritos a continuación:

- a) Embarazo
- b) Niño afectado su respiración
- c) Daño de dentadura
- d) Cáncer de laringe
- e) Impotencia
- f) Afectación a la piel

Cada tema descrito debe de llevar su respectivo texto como se hace referencia a continuación:

1

a. Embarazo
Texto: FUMAR INTOXICA AL BEBÉ, CAUSA PARTOS PREMATUROS Y MUERTE
Pictograma A

b. Niño afectado su respiración
Texto: NO PERMITAS QUE EL HUMO DEL TABACO INTOXIQUE A TUS HIJOS
Pictograma B

c. Daño de dentadura
Texto: FUMAR DESTRUYE TU DENTADURA Y TU BOCA
Pictograma C

d. Cáncer de laringe
Texto: FUMAR TE CAUSA UNA MUERTE LENTA Y DOLOROSA
Pictograma D

e. Impotencia
Texto: FUMAR TE CAUSA IMPOTENCIA SEXUAL
Pictograma E

f. Afectación a la piel
Texto: FUMAR TE ARRUGA Y DAÑA TU PIEL
Pictograma F





1 Textos Mensajes
Altas
Arial bold
Espaciado: 0

Cada tema y texto descrito anteriormente debe de ir acompañado de su respectivo pictograma y debe de respetar las siguientes disposiciones, los pictogramas estos deben de ser impresos en alta resolución (300 dpi), no se debe de manipular o modificar los pictogramas y se deben de respetar las proporciones de tamaño del archivo original.

A continuación se muestran los pictogramas que deben de acompañar a los textos relacionados con cada tema.



Para los pictogramas se deberán de tomar en cuenta que tiene que ser impresos en cuatricromía, de acuerdo a las siguientes características:

Cian		C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0	Magenta		C: 0 M: 100 Y: 0 K: 0	Amarillo		C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0	Negro		C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
-------------	---	--------------------------------	----------------	---	--------------------------------	-----------------	--	--------------------------------	--------------	---	--------------------------------

Así también el manual indica las siguientes aplicaciones, todos los textos destinados a la advertencia sanitaria serán impresos en fondo negro enriquecido y con tipografía en color blanco.

También se debe utilizar como soporte un material poco absorbente, con el objeto de garantizar una correcta impresión de la tipografía blanca sobre fondo negro y con la precisión del registro de los cuatro colores. En caso de considerarlo necesario aplique un borde blanco a las letras blancas que se imprimen sobre negro enriquecido.



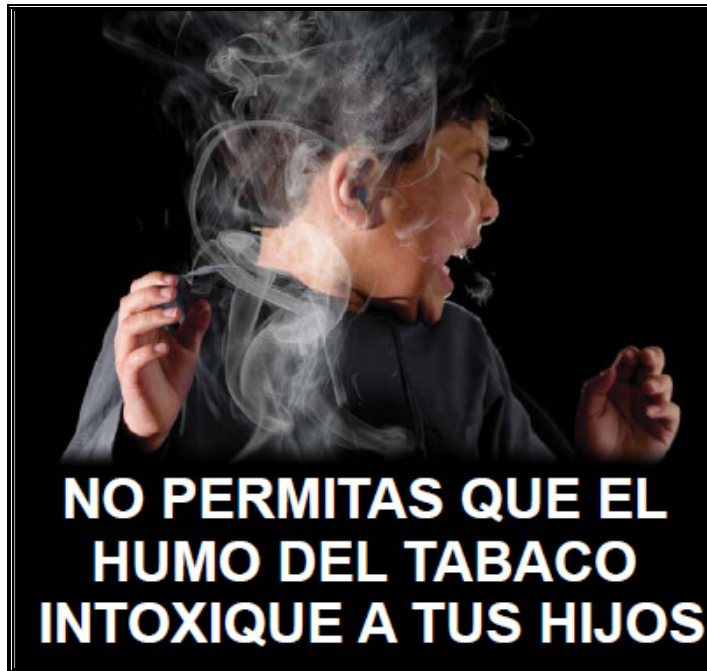
De acuerdo a la información tipográfica se indica que todos los textos deben de escribirse utilizando la familia tipográfica Arial, Se las cuales se utilizaran dos variantes de la misma familia: Regular y Bold.

En relaciona todas las normativas indicadas anteriormente deben de estar compuestas de la siguiente manera los temas asignados a cada texto y pictograma:

a) Embarazo



b) Niño afectado su respiración



c) Daño de dentadura



d) Cáncer de laringe



e) Impotencia



f) Afectación a la piel



2.2.17 Tabaquismo Pasivo

Una compleja mezcla de químicos es generada al quemarse el cigarrillo y al fumar. Como fumador pasivo, el no-fumador respira el humo o corriente "colateral" producida en el extremo encendido del cigarrillo, y la corriente "principal" es la inhalada y luego exhalada por el fumador. El riesgo de cáncer de pulmón en un no fumador, expuesto pasivamente al humo del tabaco, se incrementa entre un 20 y 30%, y el exceso de riesgo con respecto a enfermedad cardiovascular es de 23%.

Los niños están sometidos a un riesgo particular, debido al tabaquismo, por el consumo de tabaco por parte de los adultos. Los efectos adversos sobre su salud incluyen: neumonía y bronquitis, tos y sibilancias, empeoramiento del asma, enfermedades del oído medio, y posiblemente deterioro neuro-conductual y enfermedad cardiovascular en la edad adulta.

La exposición de una mujer embarazada al humo del tabaco de otra persona, puede dañar su feto. Estos efectos se mezclan con los producidos por la exposición pasiva del niño luego de nacer.



2.2.18 Cesación del tabaquismo

El daño producido por el tabaco disminuye en cuanto los fumadores abandonan, aún en aquellos que han estado fumando durante 30 o más años.

Los fumadores se movilizan a través de distintas etapas: pre contemplación, contemplación, presteza para la acción, seguidos por mantenimiento y recaída. Muchos se mueven a través de este ciclo en varias oportunidades antes de dejar, mientras otros manifiestan que el dejar les ha sido más fácil de lo que esperaban.

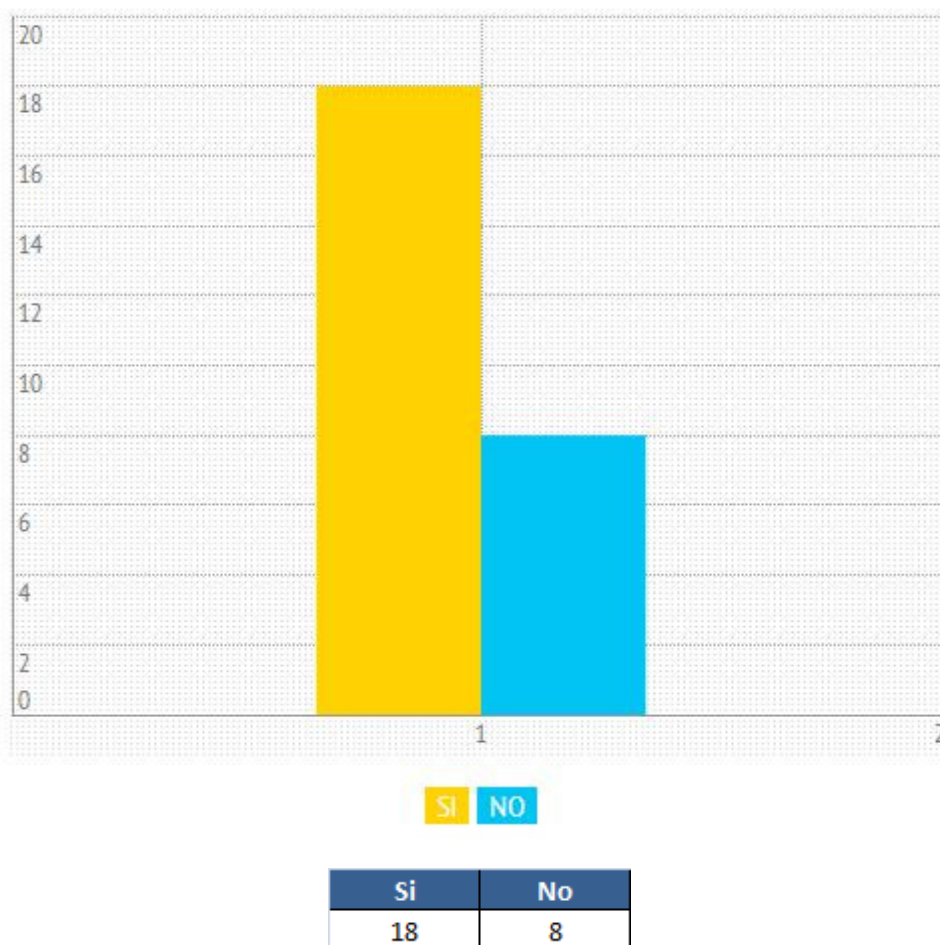
Estas etapas son influenciadas por el incremento de los costos a través de los impuestos o la reducción del contrabando, las enfermedades del fumador, la muerte de familiares o amigos por el tabaco, los medios de comunicación, los profesionales de la salud, la prohibición de la publicidad, la creación de áreas libres de humo y, a pesar de que la mayoría de los fumadores dejan por su cuenta, la disponibilidad de medios de apoyo y tratamiento.

Hay actualmente técnicas para asistir a aquellos que quieren dejar de fumar, aunque no están disponibles en todas partes del mundo: apoyo social, clínicas, líneas telefónicas de cesación, sitios de internet; entrenamiento en habilidades; terapia de sustitución nicotínica y otros tratamientos farmacéuticos.

2.2.19 Percepción de los mensajes

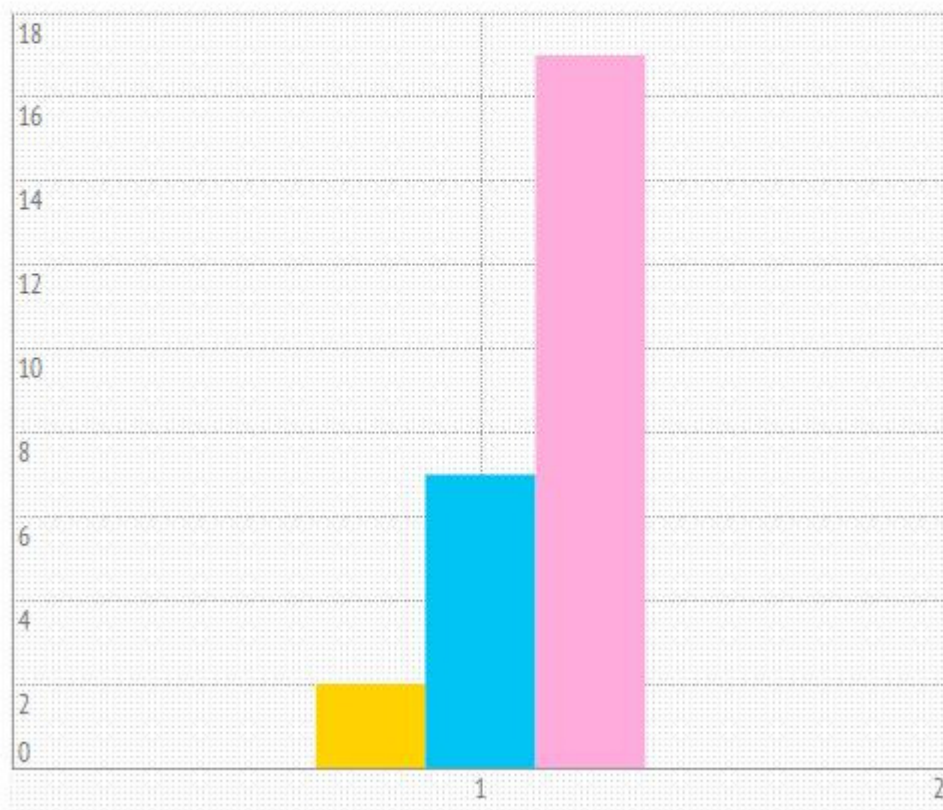
Para tener una mejor percepción de lo que piensan las personas con respecto a los pictogramas y mensajes que vienen impresos en las cajetillas de cigarrillos, hemos planteado 3 preguntas, de las cuales podremos conocer cómo ven las personas esta implementación, y lo importante que puede ser el apoyo del gobierno.

¿Ha notado algún cambio en las advertencias en los paquetes de cigarrillo en los últimos 2 años?



En esta pregunta podemos verificar, que hay una alta percepción en los cambios realizados en las cajetillas de cigarrillos por parte de los consumidores. Esta encuesta fue realizada a varios jóvenes de diversas edades y sexo.

¿Qué tan importante es que el Gobierno promueva advertencias sanitarias en los paquetes cigarrillos?

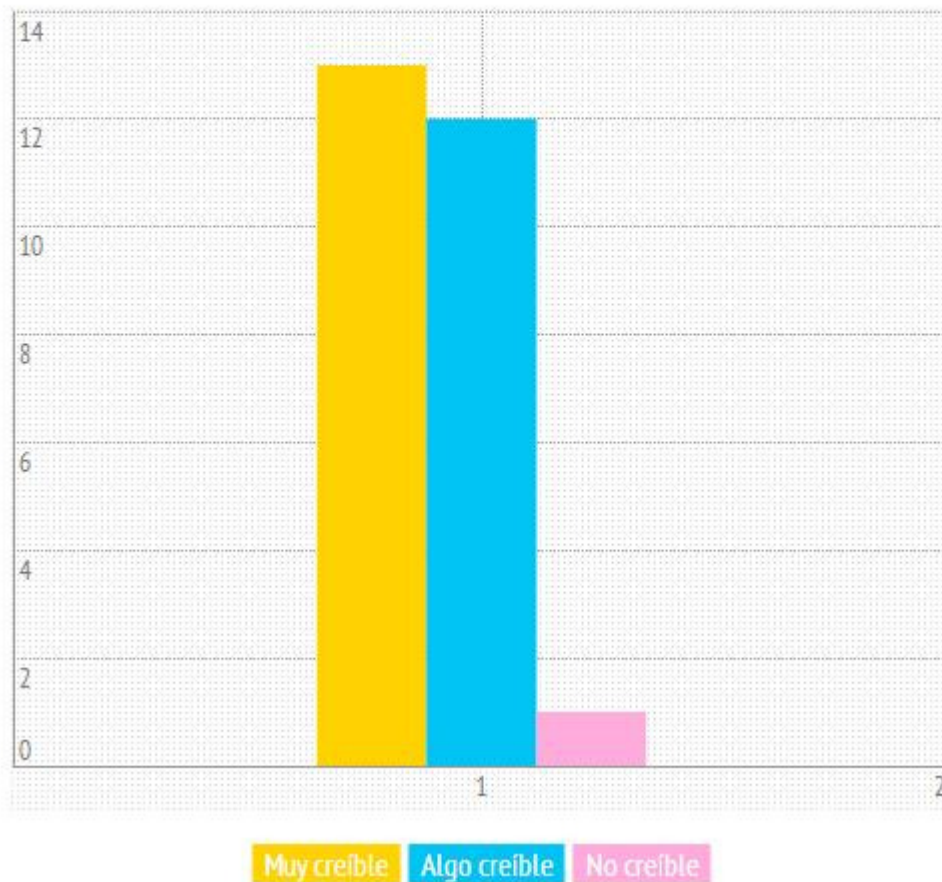


No importante Importante Muy importante

No Importante	Importante	Muy Importante
2	7	17

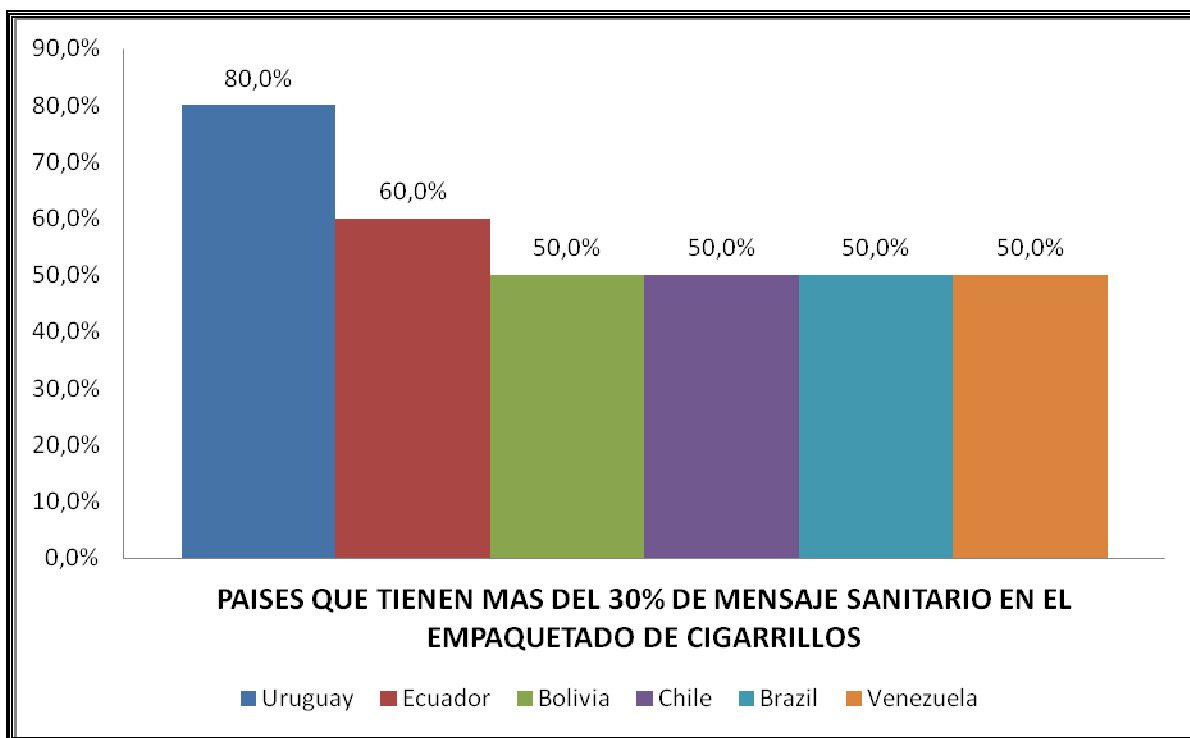
En esta pregunta observamos que el 65% de los jóvenes indica que es **“Muy importante”** que el gobierno promueva las advertencias sanitarias y solo el 8% de los encuestados nos indica que **“No es importante”**, lo que nos permite conocer que muchos de los jóvenes miran con buenos ojos las acciones tomadas por el gobierno.

¿Usted encuentra las nuevas advertencias sanitarias de los empaques de cigarrillos?



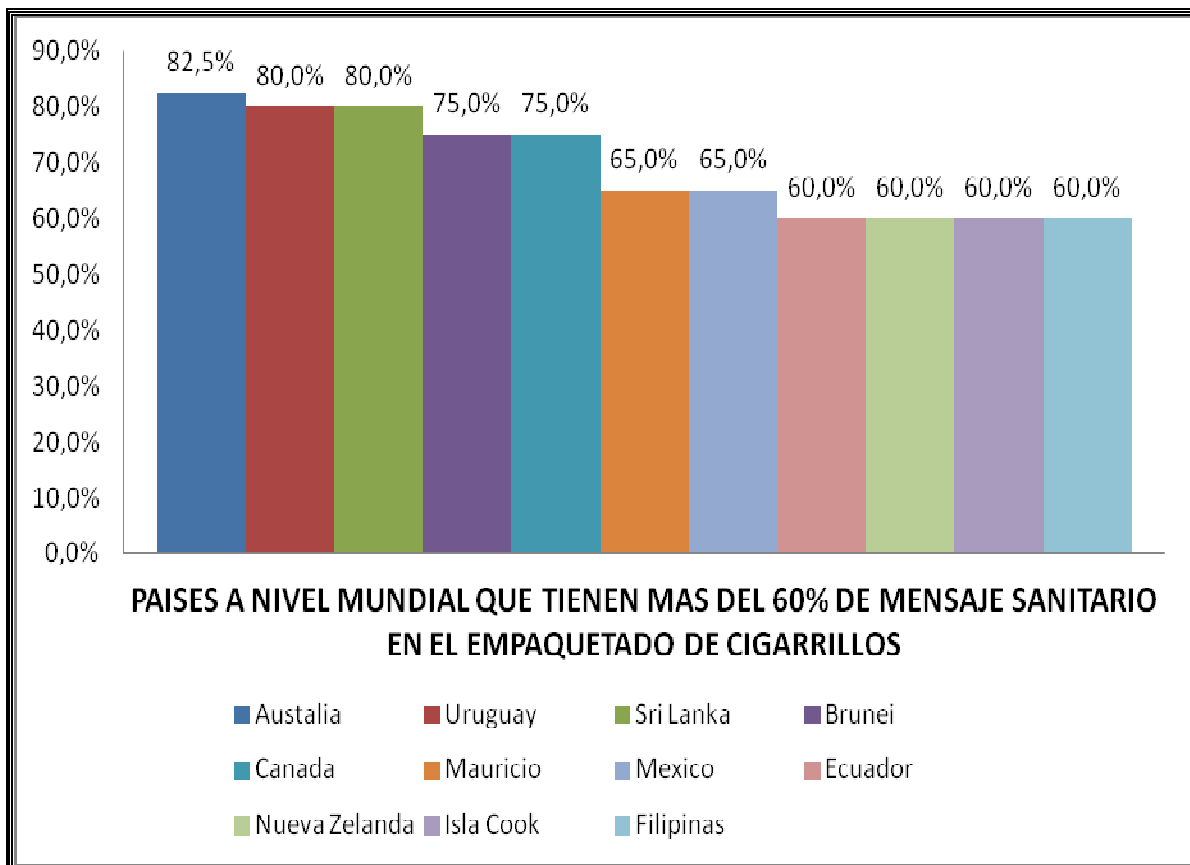
Muy Creíble	Algo Creíble	No Creíble
13	12	1

En esta pregunta observamos que tenemos una buena percepción sobre los mensajes, ya que la mayoría de los jóvenes contestaron que son **“Muy creíbles”** y esto nos permite saber que esta campaña está funcionando.



INDICE DE PAISES QUE TIENEN MAS DEL 30 %				
Ord	País	Frente	Dorso	Porcentaje Total
1	Uruguay	80%	80%	80%
2	Ecuador	60%	60%	60%
3	Bolivia	50%	50%	50%
4	Chile	50%	50%	50%
5	Brazil	0%	100%	50%
6	Venezuela	0%	100%	50%

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud los países Sudamericanos que tienen mensajes sanitarios en los empaques de cigarrillos y que ocupan por lo menos el 50% sumando las dos caras principales de los empaques, son 6 de los cuales se destacan dos que son Uruguay con el 80% y Ecuador con un 60%, mientras que Bolivia, Chile, Brasil Y Venezuela tienen un 50%, con este punto de vista vemos que el Ecuador ha ingresado con el tema de mensajes sanitarios para prevenir el consumo de cigarrillos con todas las fuerza posibles, lo que nos indica que el apoyo del gobierno es enorme y se encuentra comprometido con este tema que es controversial para algunos.



INDICE DE PAISES QUE TIENEN MAS DEL 60 % A NIVEL MUNDIAL				
Ord	Pais	Frente	Dorso	Porcentaje Total
1	Australia	75%	90%	82,5%
2	Uruguay	80%	80%	80%
3	Sri Lanka	80%	80%	80%
4	Brunei	75%	75%	75%
5	Canada	75%	75%	75%
6	Mauricio	60%	70%	65%
7	Mexico	30%	100%	65%
8	Ecuador	60%	60%	60%
9	Nueva Zelanda	30%	90%	60%
10	Isla Cook	30%	90%	60%
11	Filipinas	60%	60%	60%

Como ya es de nuestro conocimiento son 63 países a nivel mundial que exigen advertencias sanitarias con imágenes en los paquetes de cigarrillos, y de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, el Ecuador se encuentra entre los 11 principales

países que tienen un mayor porcentaje promedio total el Ecuador se encuentra compartiendo con Nueva Zelanda, Isla Cook y Filipinas con el 60% el puesto #8, siendo este un lugar muy importante ya que como hemos dicho anteriormente esto nos indica que existe el compromiso del gobierno por esta campaña a nivel mundial.

2.3. Hipótesis o anticipaciones hipotéticas

Mientras sea mayor el conocimiento de las causas y efectos que produce el consumo de cigarrillos, menores serán las consecuencias que tendrán los jóvenes.

Adicional a eso podríamos decir que los que no fuman estarán más sanos y se enfermarán menos.

2.4 Variables o criterios de la Investigación

En el cuadro de consistencia se explicará nuestros objetivos y los métodos más adecuados para desarrollar este estudio, utilizando las técnicas e instrumentos para llegar a los resultados deseados.

PROBLEMA	OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	HIPOTESIS DE INVESTIGACION	VARIABLES	INDICADORES	INDICES	METODO	TECNICA	INSTRUMENTOS	
Efectos de la aplicación de las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos, en los jóvenes de 15 a 20 años de la ciudad de Guayaquil, como estrategia de concienciación sobre los efectos del tabaco.	OD: Determinar el nivel de efectividad de la aplicación de las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos, en los jóvenes de 15 a 20 años de la ciudad de Guayaquil, como estrategia de concienciación sobre los efectos del tabaco.	Las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos, causarían un impacto mediano en la disminución del consumo de cigarrillos en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil	Las advertencias sanitarias y la disminución del consumo de cigarrillos en los jóvenes	Disminución del consumo de cigarrillos en los jóvenes	Indice de consumo de	Observacion	Entrevista	Cuestionario	
	DE: Conocer el índice de consumo de cigarrillos en los jóvenes entre 15 y 20 años en la ciudad de Guayaquil.	Muchos jóvenes entre 15 y 20 años consumen cigarrillos en la ciudad de Guayaquil	Que cantidad de jóvenes consumen cigarrillos entre los 15 y 20 años	cantidad de consumid	Indice de consumo por sexo	Observacion	Entrevista	Cuestionario	
	DE: Determinar el impacto que tiene la Ley de regulación y control del tabaco y su aplicación sobre las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos en los jóvenes de 15 a 20 años	A muchos jóvenes entre 15 y 20 años puede que les impacte el mensaje de una u otra manera.	Los impactos de las imágenes son positivos o negativos	Niveles de impactos positivos o negativos	Niveles de impactos positivos o negativos	Niveles de impactos	Observacion	Entrevista	Cuestionario
	DE: Establecer el nivel de recordación que tienen los jóvenes, con relación a las imágenes y textos impresos en las cajetillas de cigarrillos.	Las advertencias sanitarias puede estar causando niveles de recordación altos si las imágenes y textos son visualizados regularmente y esto puede conllevar a un cambio de actitud de los jóvenes.	Los niveles de recordación han cambiado la actitud de los consumidores	Niveles de recordación son altos o bajos	Niveles de recordación	Niveles de recordacion	Observacion	Entrevista	Cuestionario
	DE: Conocer si existió un cambio de actitud ante la campaña vigente.	Pueden ser que los cambios de actitud hacia las imágenes y textos de la campaña sean positivos o negativos	La actitud es positiva o negativa con respecto a la campaña	Niveles de actitudes positivas y negativas	Cambios de actitud	Cambios de actitud	Observacion	Entrevista	Cuestionario

2.5 Indicadores

Son los recursos de investigación a los que se va a referir el investigador.

La investigación cuantitativa permitirá cuantificar el nivel de aceptación que tienen las advertencias sanitarias en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil.

Adicional a eso la investigación cualitativa permitirá conocer cuál es el comportamiento de los jóvenes fumadores en la actualidad.

CAPITULO III

3. Metodología

Según su finalidad este trabajo de investigación será de tipo documental y descriptiva y según su diseño será de corte experimental, desde una perspectiva cuantitativa.

3.1 Universo Muestral

Este estudio de investigación, tiene como principal objetivo definir o determinar el impacto que tiene los mensajes y pictogramas que vienen impresas en las cajetillas y productos de cigarrillos, si están creando conciencia en los jóvenes.

Para lograr nuestro objetivo se realizaran encuestas, para lo cual se determinara una muestra sobre la cual se trabajara y sustentara todo el trabajo de nuestra investigación.

La población que se ha determinado para hacer el trabajo de investigación, pertenece al sector de la ciudad de Guayaquil, jóvenes de edad promedio 15 a 24 años.

Para lo cual aplicaremos la siguiente fórmula que nos permitirá determinar la muestra a investigar:

Formula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Simbología:

n: Total de datos de la muestra

Z: Nivel de significancia (constante igual a 2)

p: Probabilidad que ocurra el evento (50%)

q: Probabilidad que no ocurra el evento (50%)

N: Tamaño de la población

e: Error de estimación (8% = 0.08)

3.2. Métodos, técnicas e instrumentos

3.2.1 Metodología Cuantitativa

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicaremos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos hemos planteado.

3.2.2 Fuentes y técnicas para la recolección de información

Los métodos empíricos que utilizaremos en nuestra investigación se detallan a continuación.

3.2.3 La Técnica de la Lectura Científica

Es la técnica de investigación secundaria que nos permitirá recoger información de tipo bibliográfico para fundamentar la información recopilada acerca de los Efectos de la aplicación de las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos, en los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, como estrategia de concienciación sobre los efectos del tabaco.

3.2.4 La Técnica de la Encuesta

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados a los Efectos de la aplicación de las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos, en los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, como estrategia de concienciación sobre los efectos del tabaco.

3.3. Aplicación de instrumentos

Para el presente estudio se levantara la información de 156 jóvenes de 15 a 24 años de edad de la ciudad de Guayaquil, para así evaluar los conocimientos que tienen los jóvenes sobre las nuevas advertencias sanitarias que vienen en los empaques de cigarrillos.

$$\begin{aligned} M &= 417448 \\ n &= \frac{(2)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 417448}{(0.08)^2 \times (417448 - 1) + (2)^2 \times (0.5) \times (0.5)} \\ n &= \frac{417448}{2672.66} \\ n &= 156,19 \\ n &= 156 \quad \text{Margen de Error 8 \%} \end{aligned}$$

3.3.1 Diseño y formato de la encuesta

Para la encuesta se desarrolló un cuestionario de 16 preguntas, adicional de las que corresponden a datos demográficos de los entrevistados. Todo se desarrolló con preguntas objetivas para un mejor manejo de tiempo y de llenado de la encuesta, no se formularon preguntas abiertas.

Esta encuesta será desarrollada con el fin de comprobar la necesidad de un proyecto sobre la aplicación de las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos, en los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil.

Grupo Objetivo: Jóvenes entre 15 - 24 años

1.- Edad

_____ años

2.- Sexo

Masculino

Femenino

3.- Usted fuma o ha fumado cigarrillos?

Si, actualmente

No

Sí, pero ya no lo hago

4.- Que edad tenía cuando fumo su primer cigarrillo

_____ años

5.- Cuantos cigarrillos consume al día

1 – 2

3 – 4

5 – 9

Ninguno

6.- Cuantas cajetillas a la semana consume

1

2

3

Más

Ninguno

7.- Como realiza la compra?

Por unidad

Por ½ cajetilla

- Por cajetilla
- Ninguno

8.- Sabías que el consumo de cigarrillos perjudica su salud

- Si
- No

9.- Se ha fijado en el mensaje que viene impreso en las cajetillas de cigarrillos, sobre las causas que produce el consumo de cigarrillos en su salud?

- Si
- No

10.- Cuál de las siguientes imágenes recuerda más?

- Embarazo
- Daño de dentadura
- Cáncer de laringe
- Impotencia sexual
- Afectación a la piel
- Niño afecta su respiración
- Ninguna

11.- Que recuerdas más?

- Imagen
- Mensaje
- Las dos semanas
- Ninguna

12.- Cuantas veces ha visto los mensajes de advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos en las últimas semanas?

- 1 – 3
- 4 – 6
- 7 – 9
- Más
- Ninguna

13.- Las advertencias sanitarias lo han hecho reflexionar sobre las causas que produce el consumo de cigarrillos?

Si

No

14.- Ha pensado en la posibilidad de dejar de fumar?

Si

No

Tal vez

No fumo

15.- Piensa usted que las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos, son agresivas?

Si

No

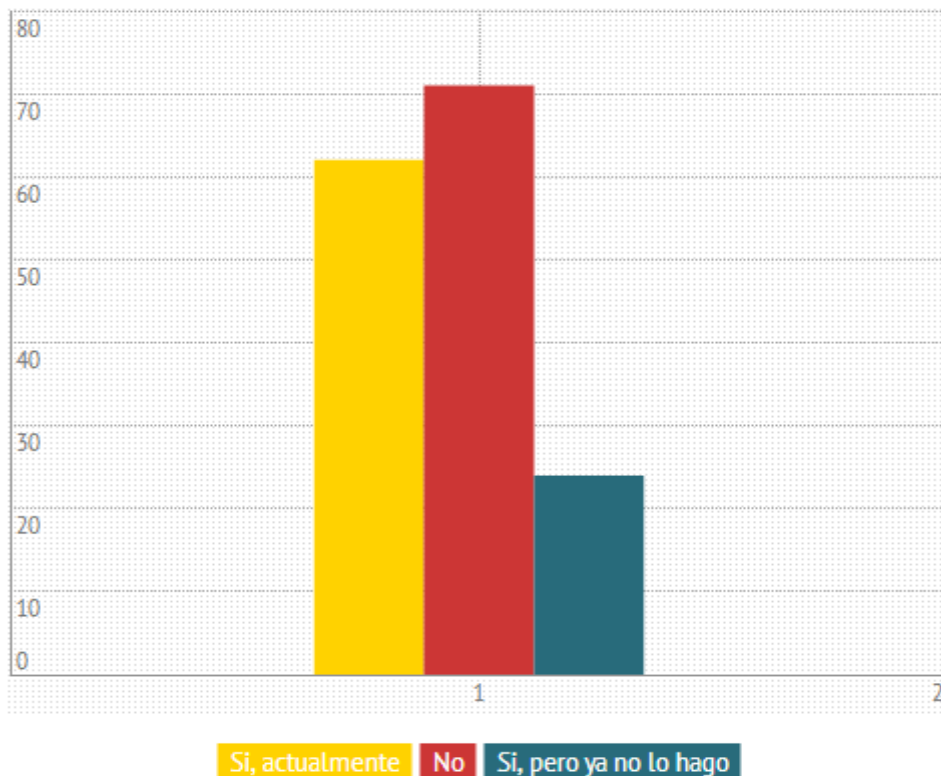
3.4. Procesamiento de datos

3.4.1 Tabulación y resultados de la encuesta

Después de las encuestas realizadas, se procedió con la tabulación de las mismas, lo cual nos ayudará a medir de una manera más óptima y precisa los datos que nos arrojó el siguiente estudio.

Pregunta # 3

¿Fuma o ha fumado cigarrillos?

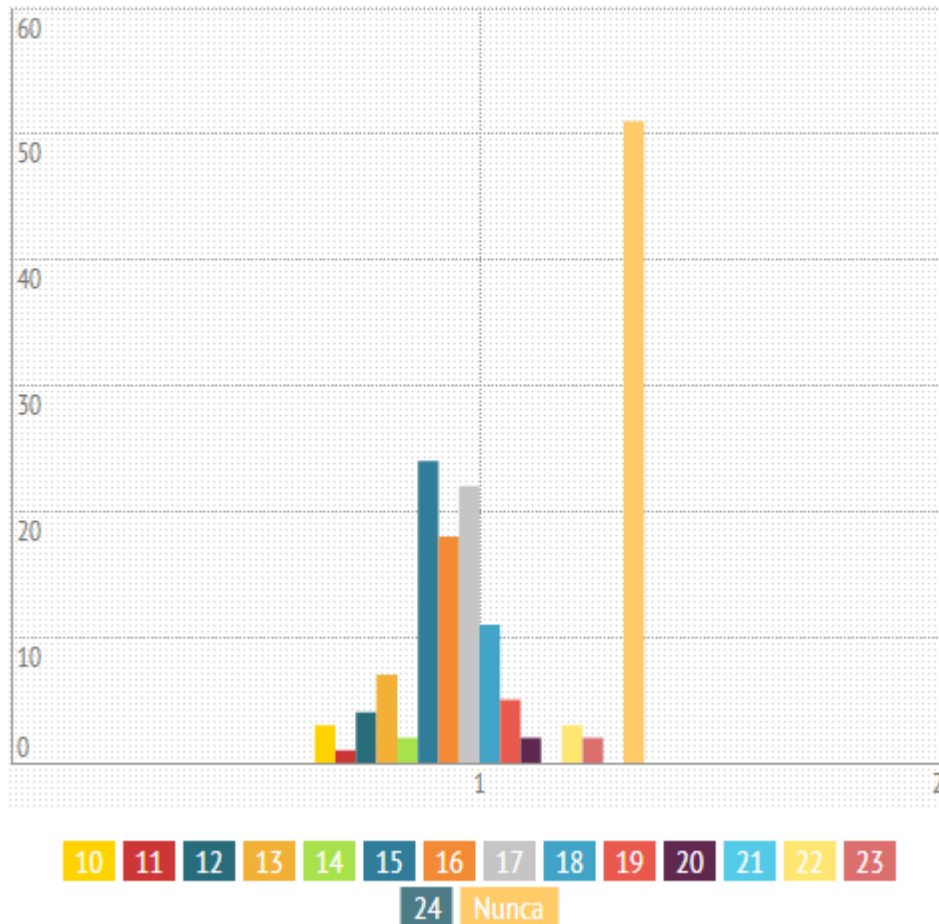


Si, actualmente	No	Si, pero ya no lo hago
62	71	24

De acuerdo a las ultimas estadisticas y resultados de la encuesta realizada a los jovenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, el porcentaje del consumo de cigarrillo es del 45% para los **No Fumadores** y del 40% para los **Fumadores Activos**, mientras tanto que en el 15% restante, se encuentran los jóvenes que en alguna ocasion fueron fumadores y que dejaron de hacerlo o que podrian volver a consumir.

Pregunta # 4

¿Qué edad tenía cuando fumo su primer cigarillo?



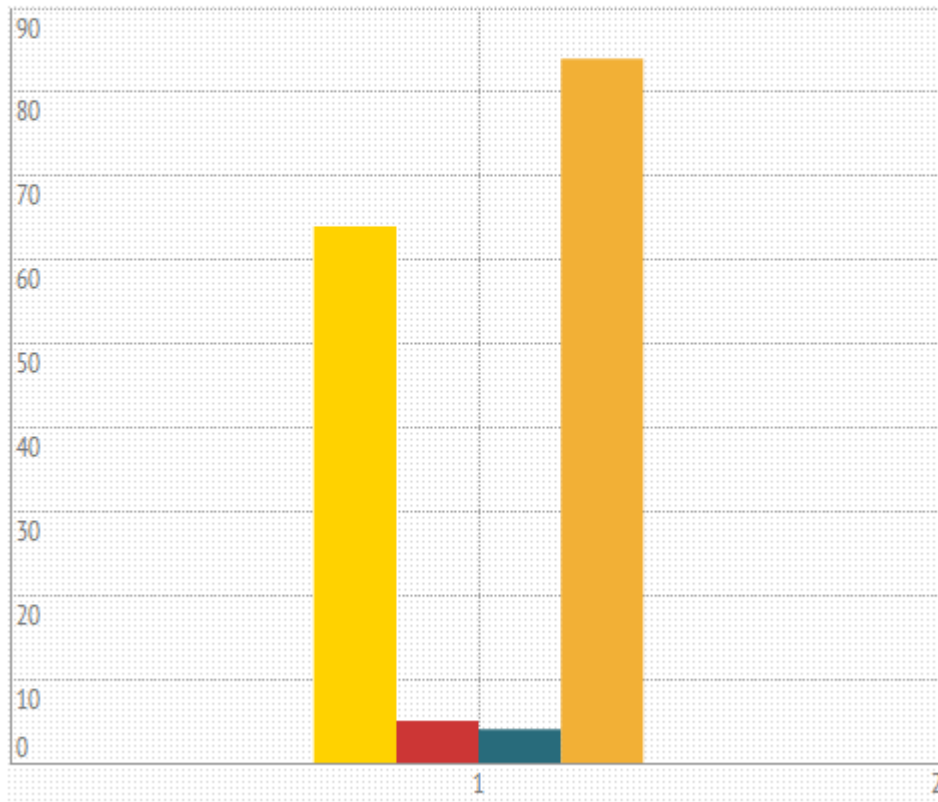
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Ninguno
3	1	4	7	2	24	18	22	11	5	2	0	3	2	0	51

De acuerdo con las encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil a jóvenes de 18 a 24 años, se concluyó que el 40% de jóvenes inician el hábito de consumo de cigarrillo entre las edades de 15 a 17 años. El 15% de los jóvenes se iniciaron a los 15 años, el 14% lo hicieron a los 17 años y el 11% a los 16 años.

Podemos decir que en las edades anteriormente mencionadas, los jóvenes son más propensos a caer en este mal hábito.

Pregunta # 5

¿Cuántos cigarrillos consume al día?



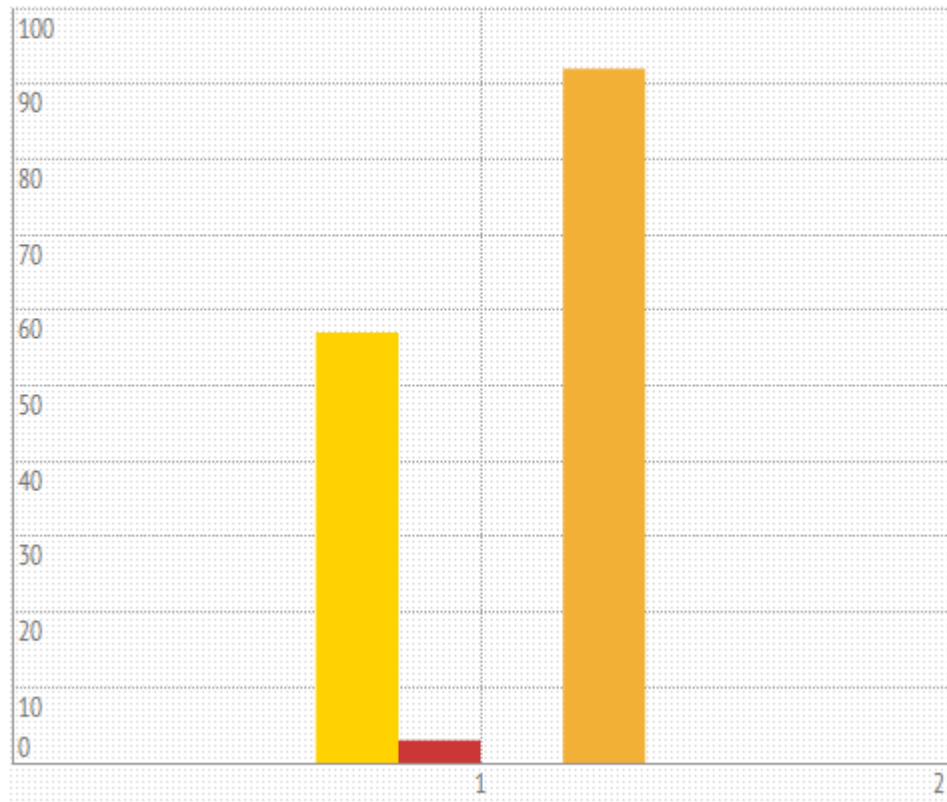
1 a 2 3 a 4 5 a 9 Ninguno

1 a 2	3 a 4	5 a 9	Ninguno
64	5	4	84

En su mayoría los jóvenes fumadores nos indica que solo consumen de 1 a 2 cigarrillos diarios, lo que representa el 53% de consumo, dejando un índice bajo para los que fuman más de 3 cigarrillos al día sumando solo un 6%.

Pregunta # 6

¿Cuántas cajetillas de cigarrillos consume a la semana?



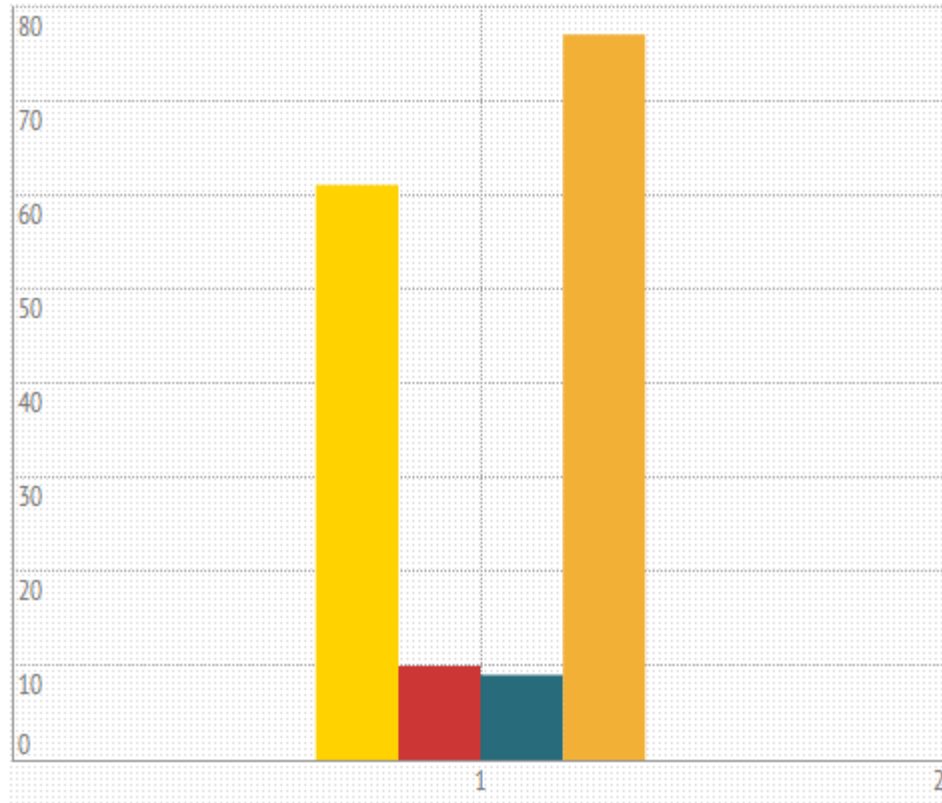
1 Cajetilla 2 Cajetilla Más de 3 Cajetillas Ninguna

1 Cajetilla	2 Cajetilla	Más de 3 cajetillas	Ninguno
57	3	0	92

El 61% nos indicaron que consumen 1 cajetilla a la semana, y solo el 2% consume 3 o mas cajetillas a la semana.

Pregunta # 7

¿Como realiza la compra?



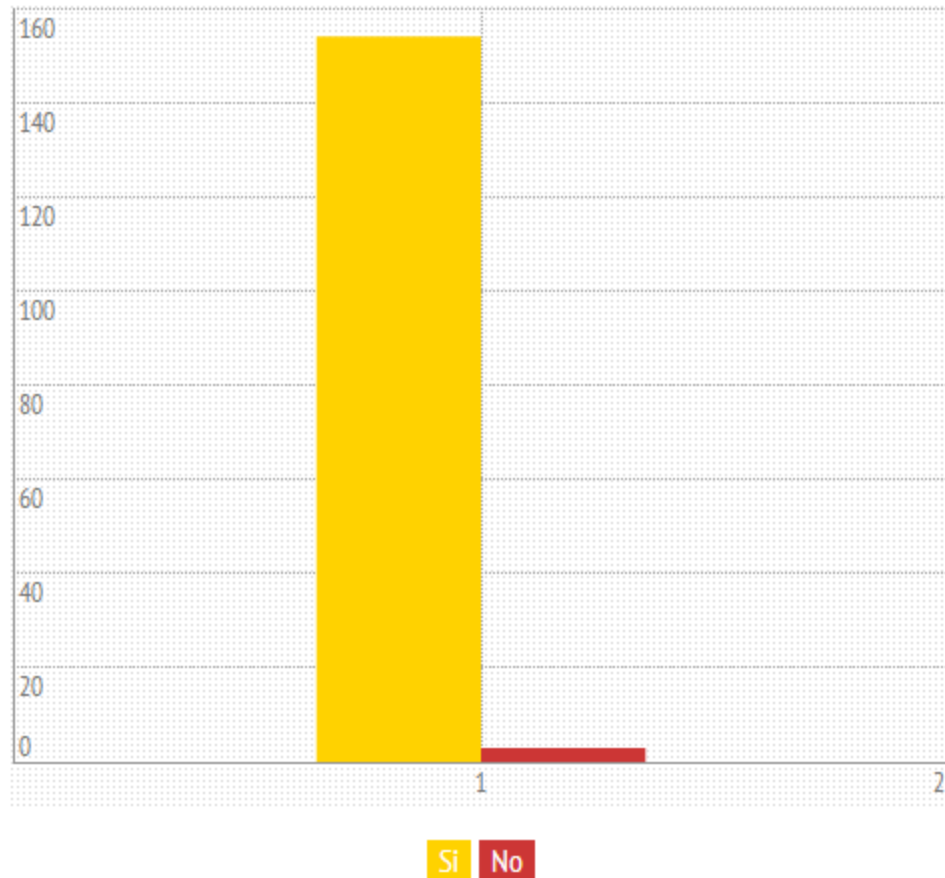
Por Unidad Por ½ Cajetilla Por Cajetilla Ninguno

Por unidad	Por ½ Cajetilla	Por cajetilla	Ninguno
61	10	9	77

Con relacion a la compra de cigarrillos y relacionando con la pregunta # 3, el 49% de consumidores realizan la compra por unidad y con el 6% realizan la compra por media cajetilla o una.

Pregunta # 8

¿Sabía que el consumo de cigarrillos perjudica su salud

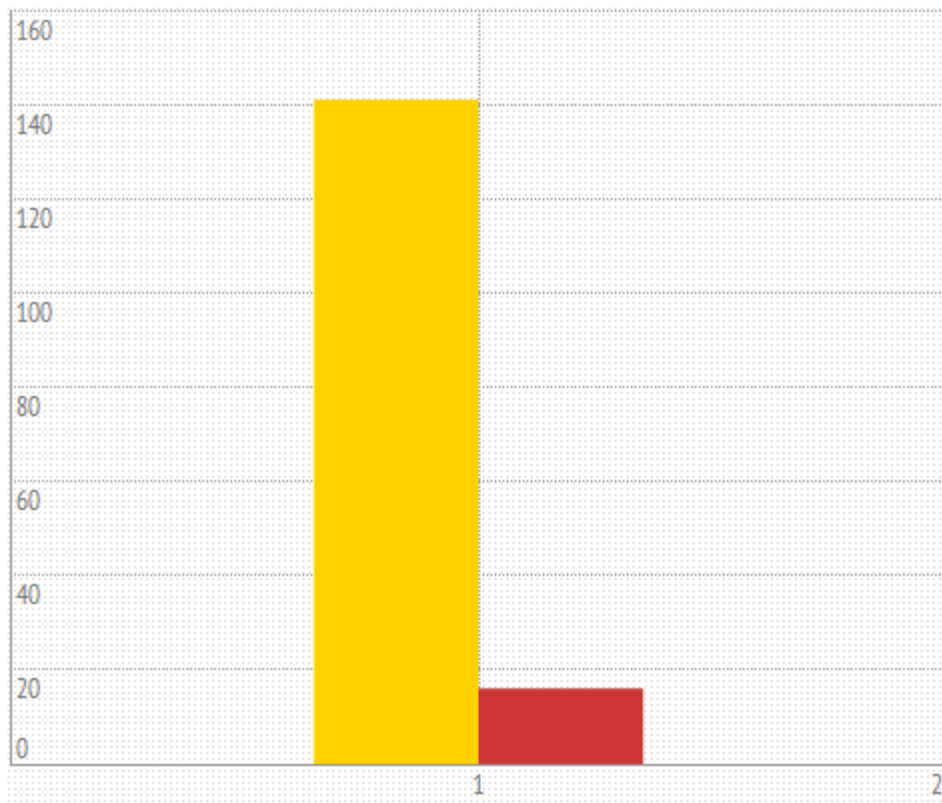


SI	NO
154	3

Para los jóvenes si es de su conocimiento, que el consumo de cigarrillo es perjudicial para su salud, las encuestas nos arrojo un resultado del 98%.

Pregunta # 9

¿Se a fijado en el mensaje que viene impreso en la cajetilla de cigarrillos, sobre las causas que produce el consumo de cigarrillo en su salud?



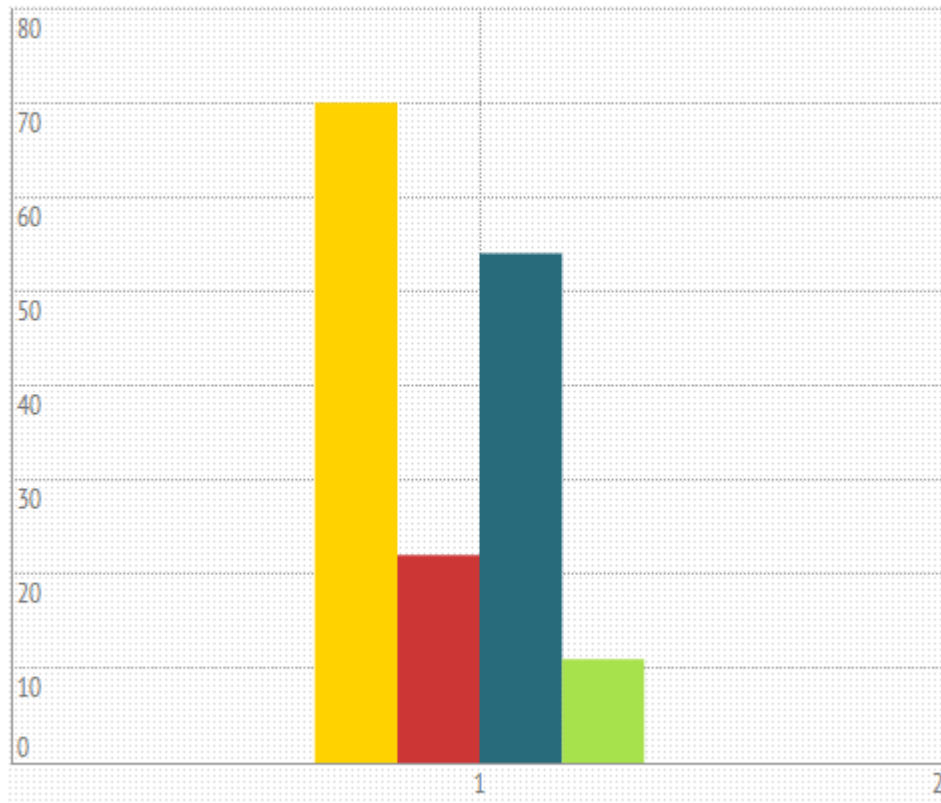
Si No

SI	NO
141	16

De acuerdo a la encuesta realizada, el 90% de los jovenes se han fijado en los mensajes que vienen impresos en las cajetillas de cigarrillos y solo el 10% no se han fijado en estos mensajes.

Pregunta # 10

¿Qué recueda más?



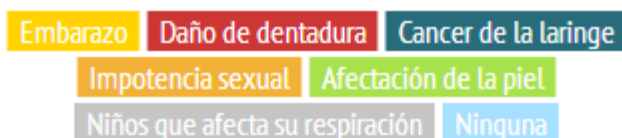
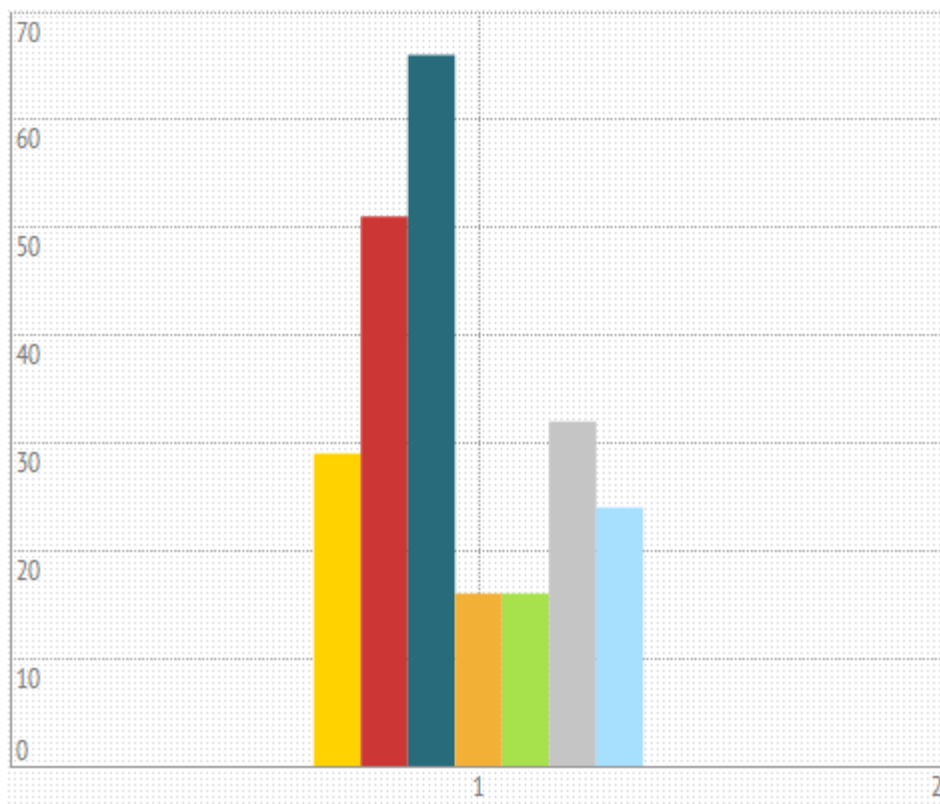
Imágenes Mensajes Las 2 anteriores Ninguna

Imágenes	Mensajes	Las 2 anteriores	Ninguno
70	22	54	11

Llegando ya al punto específico de nuestra investigación nos podemos dar cuenta que el 45% de los jóvenes tienen una mayor recordación de las imágenes que vienen impresas en los empaques de los cigarrillos y que también el 35% tienen un alto nivel de recordación sobre las imágenes y mensajes.

Pregunta # 11

¿Cuál de las siguientes imágenes recuerda más?

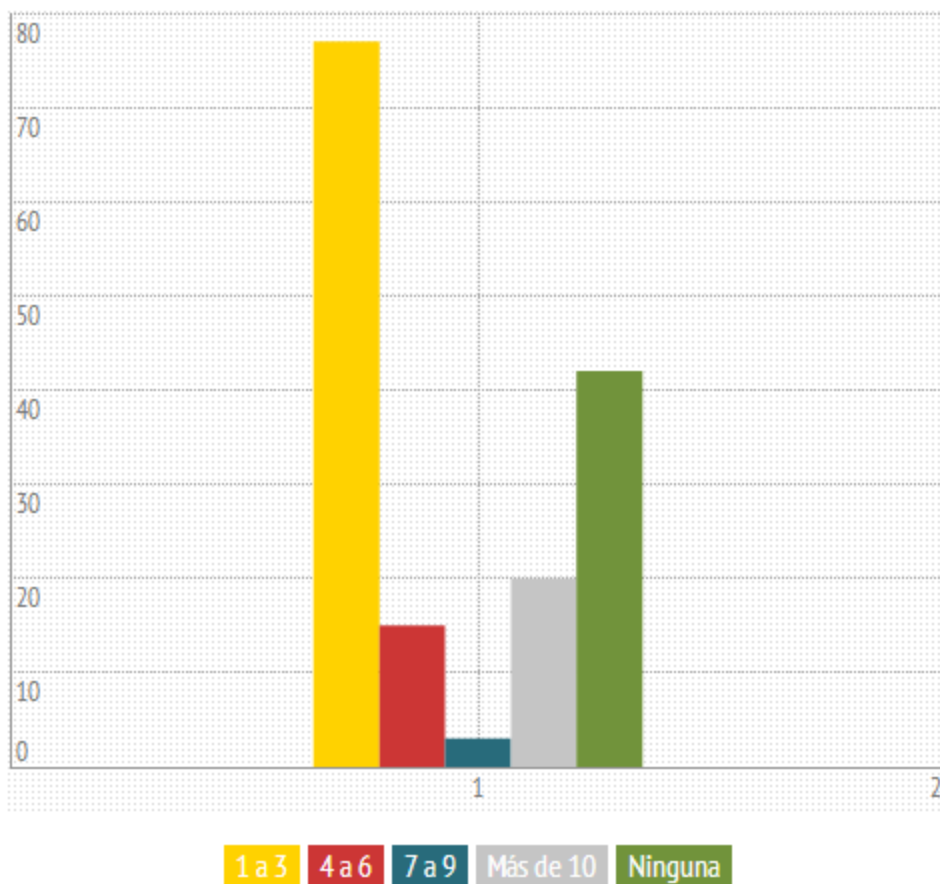


Embarazo	Daño de dentadura	Cancer de la laringe	Impotencia sexual	Afectación de la piel	Niños que afecta su respiración	Ninguna
29	51	66	16	16	32	24

Como ya revisamos en la pregunta #8 los jóvenes recuerdan más las imágenes y dentro del nivel de recordación, evidenciamos que 2 imágenes sobresalen de las 6 imágenes utilizadas en esta campaña, con el 28% tenemos la imagen relacionada con el cáncer de la laringe y con el 22% la imagen relacionada con el daño a la dentadura.

Pregunta #12

¿Cuántas veces ha visto los mensajes sobre las advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos en la última semana?

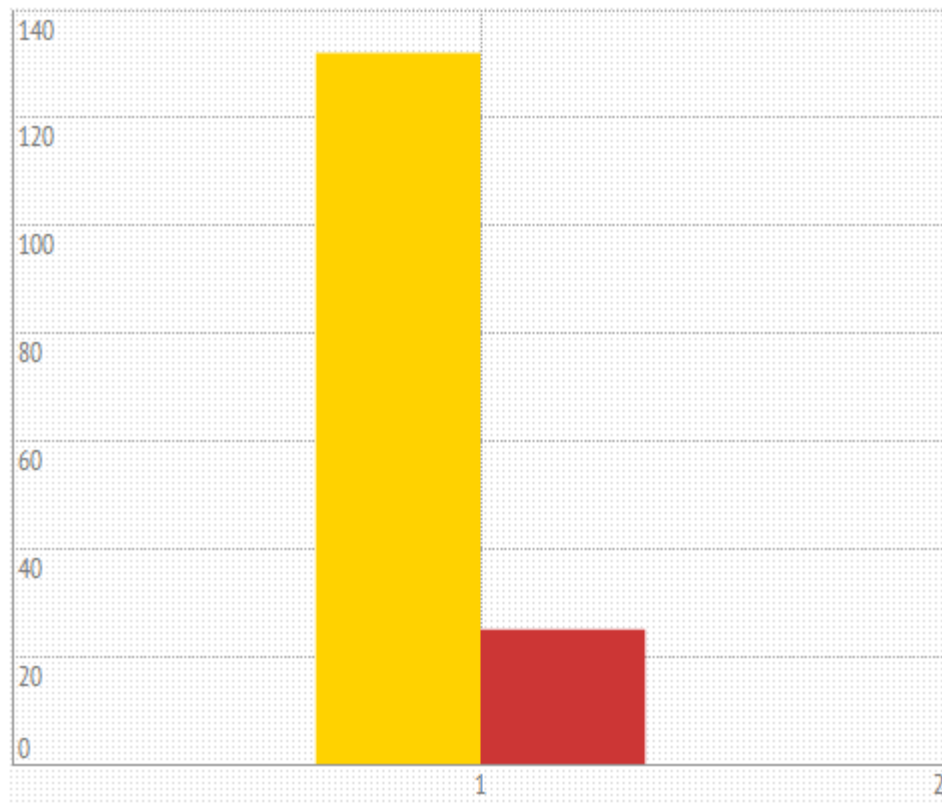


1 a 3	4 a 6	7 a 9	Más de 10	Ninguno
77	15	3	20	42

Como sabemos los jóvenes solo consumen 1 cajetilla a la semana, lo que se ve reflejado en esta pregunta, ya que el 49% de los jóvenes en la última semana solo han visto las advertencias en las cajetillas de cigarrillos de 1 a 3 veces.

Pregunta # 13

¿Las advertencias sanitarias lo han hecho reflexionar sobre la causa que produce el consumo de cigarrillo?



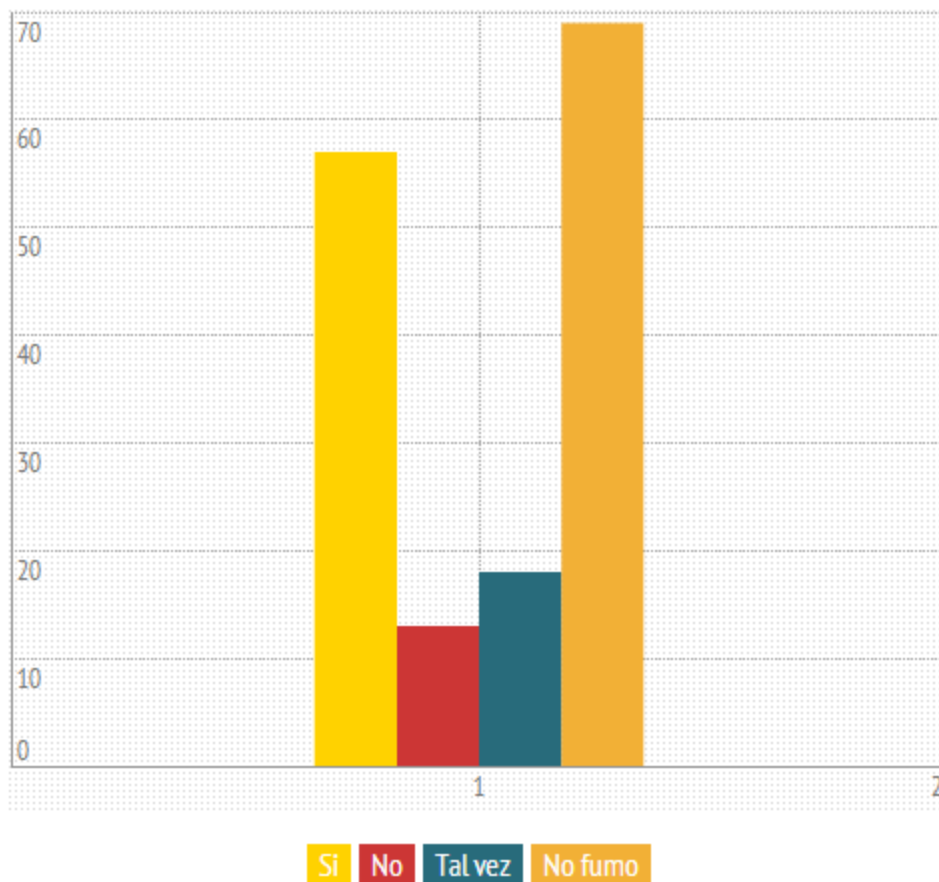
Si No

SI	NO
132	25

Las advertencias sanitarias están causando un efecto positivo en los jóvenes, ya que el 84% nos permite verificar que los mensajes están haciendo su trabajo, y solo el 16% nos indican que las advertencias no han causado ningún efecto en ellos.

Pregunta # 14

¿Ha pensado en la posibilidad de dejar de fumar?

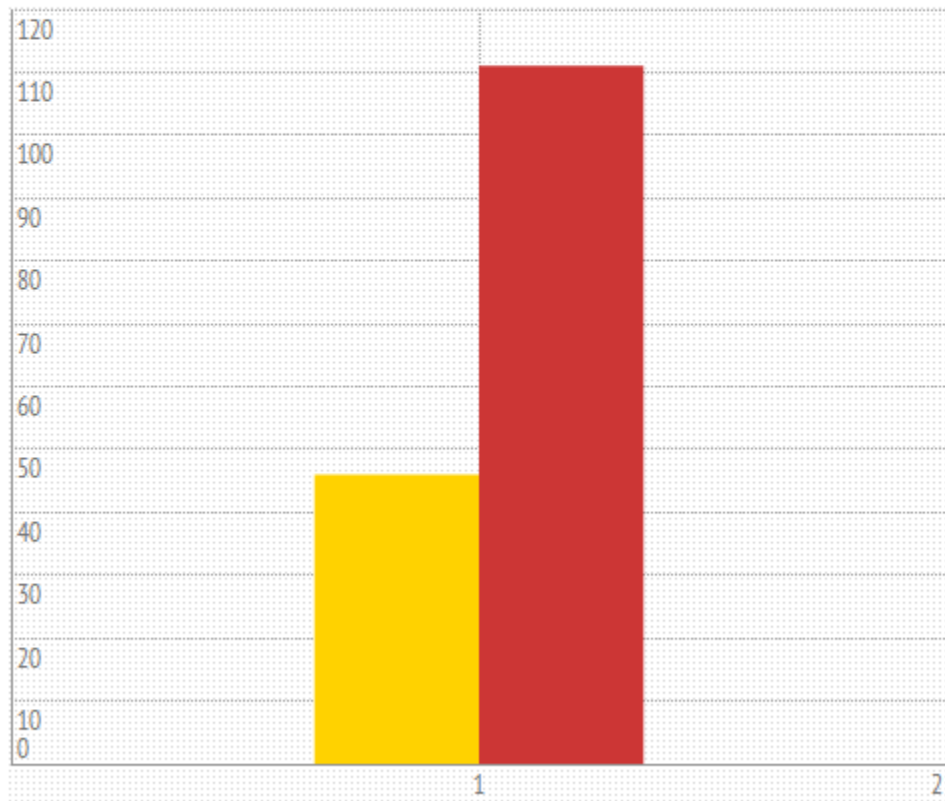


SI	NO	Tal vez	No Fumo
57	13	18	69

Con relación a los efectos positivos de acuerdo a la predisposición de los fumadores para dejar el consumo de cigarrillos, evidenciamos que por causa de las advertencias sanitarias un 65% de los jóvenes están dispuestos a dejar de fumar y el 20% tal vez dejaría de hacerlo mientras que solo el 15% no lo dejaría de hacer.

Pregunta # 15

¿Piensa usted que las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos, son agresivas?



Si No

SI	NO
46	111

Hemos podido verificar que las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos son agresivas, el 71% de jóvenes nos indicaron que las imágenes son agresivas.

3.5. Recursos

3.5.1. Materiales fungibles

Los materiales que vamos a consumir y utilizar durante toda la investigación serán.

Útiles
Plumas
Lápices
Resmas de papel Bond A4
Borrador
Resaltador
Carpetas
Sobres Manilas
Tableros
Copias

3.5.2 Materiales Permanentes

Los materiales serán utilizados durante toda la investigación.

Equipos
Internet
Computadoras
Laptop
Discos Compactos
Calculadoras
Pendrive

3.5.4 Presupuesto

Ord.	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Resma de papel bond A4	3	\$ 3,50	\$ 10,50
2	Pluma	2	\$ 2,00	\$ 4,00
3	Lápiz	2	\$ 0,98	\$ 1,96
4	Carpeta manila	6	\$ 0,14	\$ 0,84
5	Copias (hojas)	500	\$ 0,05	\$ 25,00
6	Disco Compacto	10	\$ 1,04	\$ 10,40
7	Sobre manila	6	\$ 0,10	\$ 0,60
8	Resaltador	3	\$ 0,45	\$ 1,35
9	Borrador	2	\$ 0,14	\$ 0,28
10	Cuaderno	2	\$ 1,10	\$ 2,20
11	Pen drive 16GB	2	\$ 13,50	\$ 27,00
12	Caja de clips	1	\$ 0,17	\$ 0,17
13	Caja de grapas	1	\$ 0,55	\$ 0,55
14	Líquido corrector	1	\$ 1,29	\$ 1,29
15	Libros sobre el cigarrillo	3	\$ 25,00	\$ 75,00
16	Libros de Publicidad	2	\$ 45,00	\$ 90,00
17	Revistas	5	\$ 7,06	\$ 35,30
18	Empastado	7	\$ 18,00	\$ 126,00
19	Impresiones	1000	\$ 0,10	\$ 100,00
20	Internet	6	\$ 20,00	\$ 120,00
21	Movilización	6	\$ 120,00	\$ 720,00
22	Extras	6	\$ 100,00	\$ 600,00
		TOTAL	\$ 353,11	\$ 1.917,14

CAPITULO IV

4. Informe técnico final

4.1 Conclusiones

* De acuerdo a la ultima estadística y resultados de la encuesta realizada a los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, el porcentaje del consumo para los “No Fumadores” es del 45%, fumadores “Activos” el 40%, mientras que el 15% restante es para los jóvenes que en alguna ocasión fueron fumadores y dejaron de hacerlo o que podrían volver a ser parte de esta adicción.

* Los jóvenes nos indicaron que la primera vez que consumieron o probaron su primer cigarrillo fueron entre las edades de 15 a 17 años. De acuerdo con las encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil a jóvenes de 18 a 24 años, se concluyó que el 40% de jóvenes inician el hábito de consumo a tan corta edad. De acuerdo a estos resultados el 15% de los jóvenes se iniciaron a los 15 años, el 14% a los 17 años y el 11% 16 años, esto nos da una idea, que entre las edades de 15 y 17 años los jóvenes son más propensos a caer en el hábito de fumar.

* En su mayoría los jóvenes fumadores nos indica que solo consumen de 1 a 2 cigarrillos diarios lo que representa el 53%, dejando un índice bajo para los que fuman más de 3 cigarrillos al día sumando solo un 6%. Con respecto la compra de los cigarrillos la encuesta nos indica que el 49% de consumidores realizan la compra por unidad y en con un porcentaje del 6% para cada uno de los que realizan la compra por media cajetilla o una cajetilla.

* El promedio del conocimiento que tienen las personas sobre los daños que provoca el consumo del cigarrillo es del 98%, lo que puede ser una barrera para lograr hacer cambiar a los jóvenes ya que al saber que tienen un problema en su salud no les prestan atención y siguen consumiendo cigarrillos.

* El Ecuador se encuentra entre los 5 primeros países de sudamérica que tienen el mayor índice de consumo de cigarrillo con el 60% de consumo en su población, de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud el 62.9% de su población consume cigarrillo, lo que nos ubica en el 4to lugar, así mismo podemos observar que el 45.5% de fumadores son hombres y 17.4% son mujeres. Los primeros lugares lo tienen Venezuela con el 81% y Argentina 80.8% que son porcentajes verdaderamente sorprendentes.

* El Ecuador se encuentra a nivel mundial en el 9no lugar entre los países que tienen el mayor promedio entre el dorso y el frente de los tamaño de imágenes y mensajes con las advertencias sanitarias.

A nivel de sudamérica Ecuador se encuentra en 2do lugar con el 60% de promedio, solo superado por Uruguay que cuenta con el 80% de promedio.

* La Percepción que tienen las personas con respecto a la importancia que el gobierno promueva las advertencias sanitarias en los empaques de cigarrillos es alta, ya que el 65% de las personas indica que es muy importante y solo el 8% de los encuestados nos indica que no es importante la gestión que hace el gobierno para promover las advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos, lo que nos indica que las personas miran con buenos ojos las acciones tomadas por el gobierno.

* De acuerdo a las encuestas realizadas el 45% de los jóvenes nos han indicado que tienen una mayor recordación de las imágenes que vienen impresas en los empaques de los cigarrillos y que también el 35% tienen un alto nivel de recordación sobre las imágenes y mensajes de las advertencias sanitarias de las cajetillas de cigarrillos.

* Con relación a los efectos positivos de acuerdo a la predisposición de los fumadores para dejar el consumo de cigarrillos, evidenciamos que por causa de las advertencias sanitarias un 65% de los jóvenes están dispuestos a dejar de fumar y el 20% tal vez dejaría de hacerlo mientras que solo el 15% no lo dejaría de hacer.

4.2 Recomendaciones

1.- Es interesante ver como la mitad de los jóvenes en la ciudad de Guayaquil, ya tienen conscientemente este hábito de consumo, sin embargo hay un porcentaje medio de los “No Fumadores” y un porcentaje mínimo de los fumadores ocasionales.

2.- Los jóvenes deben ser críticos y tomar conciencia de la trascendencia que sus comportamientos tendrán para el futuro en su salud. La mayoría de ellos, tratan de imitar comportamientos de padres, hermanos mayores, amigos u otros, todo esto por aparentar ser mayores, o mejores en el grupo social al que pertenecen.

La mayoría inicia el hábito de consumo en su adolescencia, y es por esta razón, tomar medidas que impidan que los jóvenes comiencen a fumar a tan corta edad.

3.- Las estadísticas indican que el promedio de consumo diario (1 a 2 cigarrillos) de los jóvenes es del 53% y del 49% de la compra por unidad, esto quiere decir que en la actualidad los jóvenes se está incorporando en esta adicción medianamente rápido.

4.- Es impresionante ver como la mayoría de los jóvenes tienen conocimiento del daño que les provoca el consumo de cigarrillos, y aun así no le dan mayor importancia a las causas o efectos que este mal hábito les pueda presentar en un futuro.

Está demostrado que las campañas que se están promoviendo en la actualidad en la ciudad de Guayaquil, no tienen la percepción deseada.

Es por ello que aquí detallamos algunas de las recomendaciones sugeridas para el desarrollo de este proyecto:

- Realizar campañas de prevención en instituciones educativas que sean atractivas a la vista de los jóvenes y que les permita tomar conciencia de este mal hábito.
- Incrementar la información, educación y concienciación de la población.
- Realizar campañas de Publicidad, con los patrocinios de las marcas de cigarrillos, dirigidas estrictamente a este grupo objetivo (medios digitales).
- Hacer menos accesible el consumo de cigarrillo en los jóvenes con el aumento de precio.

- Fomentar actividades deportivas con el patrocinio de las marcas de cigarrillos y del gobierno nacional.

5.- Son importantes las acciones que el gobierno deba tomar para prevenir el consumo de cigarrillos en los jóvenes de 18 a 24 años de edad. El mismo que debe:

- Incrementar los impuestos de los productos de cigarrillos.
- Incentivar a las marcas de cigarrillos a realizar campañas de responsabilidad social corporativas.
- Promover charlas de educación, que se inicien en las escuelas y los colegios, informando a los niños y jóvenes sobre los incalculables riesgos que para su salud tiene esta adicción.
- Respetar las leyes y normas que promueve el gobierno nacional, sobre los lugares públicos libres de humo y la venta de cigarrillos a menores de edad.

6.- Con respecto al nivel de recordación que tienen las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos, hemos podido confirmar que su porcentaje de percepción es alto, y es aquí unos de los puntos en los cuales podemos atacar. Recomendamos que:

- Las advertencias sanitarias se mantengan vigente en los empaques de cigarrillos.
- Rotación de las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos.
- Aumentar el tamaño de las imágenes y de los mensajes impresos en el frente y dorso de las cajetillas de cigarrillos.

7.- Sabemos que hay un 65% de jóvenes que están dispuestos a dejar de fumar, y cada fumador tiene derecho a recibir apoyo y ayuda para superar este mal hábito. Es por esto que recomendamos:

- Realizar campañas de publicidad, en las cuales se proporcionen tips para fumadores que deseen o deban dejar de fumar.
- Facilitar tratamientos médicos para que los jóvenes dejen esta adicción.
- Potenciar los programas preventivos para que los jóvenes no fumen.

4.3 Testimonio y Experiencia

Ricardo, 18 años.

Ricardo tenía 12 años el día que fumo su primer cigarrillo. Lo tomo de una cajetilla que su padre había olvidado en el bolsillo de una chaqueta, lo escondió en la mochila, entre los libros del colegio, y lo mostro en el patio a sus dos mejores amigos como si fuera un tesoro. Al salir de clase, se dirigieron a un parque y fumaron hasta marearse. Seis años más tarde, a punto de cumplir los 18 años, el chico recuerda aquel momento con cierta resignación; es adicto desde los 14 y ahora intenta liberarse de la dependencia, participando en un grupo de apoyo y con la ayuda de sus amigos y sus padres, también fumadores.

La historia de Ricardo no tiene nada de original, se trata de un adolescente que creció como fumador pasivo, inhalando el humo de los cigarrillos de sus padres y que, muy posiblemente, había desarrollado cierta tolerancia aun antes de haber decidido probar su primer pitillo y compartirlo con sus compañeros de clase. Además el chico con la autoestima baja, intentaba liderar a un pequeño grupo de jóvenes poco adaptados a la sociedad.

“Ahora me parece una tontería, pero es verdad que creía que resultaría, una persona más interesante fumando y haciendo cosas que solo se le permiten a los adultos”
Ricardo.

Así como Ricardo, tenemos varios casos de jóvenes con el mismo problema. Ingresan a esta adicción por curiosidad, sienten la necesidad de vivir nuevas sensaciones y quieren imitar comportamientos identificados como adultos.

4.4 Propuesta

Con la siguiente propuesta se pretende dar apoyo a la campaña que está desarrollando el Ministerio de Salud Pública, el presente proyecto es una campaña de comunicación social, la cual se va a complementar a la normativa vigente. El mismo que va a ser proyectado mediante medios alternativos y tradicionales, para que el mensaje tenga mayor impacto y mejor recordación en los jóvenes.

4.5 Objetivos Publicitarios

- Concienciar en los dos primeros meses de la campaña a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil, sobre el mal hábito y los efectos que provoca este consumo.
- Promover charlas educativas en las escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil, comunicando los riesgos y consecuencias que tiene esta adicción, durante el desarrollo de la campaña.
- Motivar a los jóvenes consumidores para dejar este mal hábito, mediante la presentación de tips o consejos, a través de mensajes publicitarios durante la campaña.
- Realizar anualmente la rotación con nuevas advertencias sanitarias para el empaque de cigarrillos.
- Dar a conocer a los “No Fumadores” la aplicación de las advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos.

4.6 Estrategia Creativa

4.6.1 Audiencia meta

El grupo objetivo que nos interesa son los jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, que se encuentran en la edad post-adolescente ya que ellos quieren hacerse psicológicamente autónomos buscando al mismo tiempo afirmar el propio “yo”. La mayor parte de ellos siguen viviendo con sus padres, mientras otros, a pesar de vivir solos, aún son dependientes. A menudo tienen la necesidad de ser apoyados por sus padres y más aún si se encuentran confrontados con la realidad.

Son varias las razones que facilitan que los jóvenes lleguen a ser fumadores:

- Por el engaño que producen las compañías tabacaleras, a través de la publicidad que va dirigida en su mayoría a los jóvenes.
- Porque una parte de la población fuma y sería impopular un control estricto o inmediato de su consumo.
- Porque una vez que la persona ha fumado durante varios años, se convierte en una persona dependiente de la nicotina, del cigarrillo, por lo que le cuesta dejar de fumar.

4.7 Que son las Advertencias Sanitarias?

Las advertencias sanitarias son una medida eficaz para alertar a los fumadores y no fumadores sobre los riesgos y daños a la salud que provoca la adicción del cigarrillo. La evidencia científica muestra que las advertencias incluidas en los empaques entre más grandes e ilustrativas son generan una mejor respuesta para que los fumadores dejen de fumar y los no fumadores no se inicien en el consumo.

El artículo 11 del Convenio Marco de la OMS para el Control del cigarrillo define una serie de criterios para todos los paquetes y envases de productos de cigarrillos:

- Serán aprobados por las autoridades nacionales competentes.
- Serán rotativos.
- Serán grandes, claros, visibles y legibles.
- Deberán ocupar el 50% o más de las superficies principales expuestas y en ningún caso menos del 30% de las superficies principales expuestas;
- Podrán consistir en imágenes o pictogramas, o incluirlos.

Según la cuarta edición del Atlas del Tabaco recientemente publicada, las advertencias sanitarias con pictogramas han sido adoptadas por una cuarta parte de los países del mundo.



4.8 Los Medios de Comunicación

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, la definición de los medios de comunicación es la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar.



Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Se distinguen de la siguiente manera:

4.8.1 Los medios masivos

Prensa

Es el medio más antiguo y satisface una necesidad primaria como es la de ser informados, si bien tiene muchos campos que cubrir como es el entretenimiento, la educación o la formación de opinión. Presenta diferencias a nivel de periodicidad (diaria, semanal, mensual), cobertura (local, nacional, etc.) o especialización (política, deportes, etc.).

Radio

El formato de sólo audio ha hecho de la radio un medio que, por lo general, se utiliza haciéndolo compatible con otras actividades (conducir, trabajos de naturaleza manual, etc.), lo que implica que la focalización de la atención sea menor respecto a otros medios, si bien puede ejercitar de manera notable la imaginación. El lenguaje utilizado (al tratarse sólo de audio) necesita ser conciso, dinámico y evocador, ya que no han de quedar espacios vacíos, siendo la música un excelente hilo conductor.

Cine

Constituye un medio que consigue un gran impacto en el espectador, lo que hace de la gran pantalla un excelente escaparate publicitario aunque con baja selectividad. Es a la vez una industria y un arte.

Televisión

Tuvo en principio un fuerte desarrollo y una gran difusión desplazando a otros medios, pues su formato audiovisual le ha dado una gran versatilidad creativa.

Internet

Es un medio innovador de gran selectividad y relativo bajo costo. La gran diferencia con todos los anteriores es su poder interactivo. La aparición de internet hace necesaria una re conceptualización de los medios anteriormente citados ya que todos ellos convergen en la red. La prensa, la radio o la televisión a través de la red pueden seguir manteniendo sus fundamentos o temáticas y continuar conservando las expectativas de sus audiencias pero la cobertura se ha ampliado hasta hacerse prácticamente universal.

4.8.2 Los medios auxiliares

Publicidad Exterior

Es un medio de bajo costo caracterizado por ser digerido a un público potencial en movimiento, que se desplaza fuera de los hogares. Se utiliza en campañas electorales o publicitarias y tiene un gran impacto visual al ser utilizada en sitios públicos de tránsito de vehículos o peatones, aunque es poco selectivo respecto a las audiencias.

Publicidad Interior

Se coloca en recintos cerrados como estadios, estaciones, taxis, etc. Tiene bajo costo y una selectividad muy geográfica.

Correo Directo

Se puede utilizar para el envío de publicidad de forma masiva en diferente formato, como cartas, postales, e-mails, etc.

4.8.3 Los medios alternativos

Telefonía Móvil

Podríamos considerar este sistema como un medio de comunicación de masas, atendiendo a su capacidad para emitir mensajes simultáneos desde un directorio y, sobre todo, contemplando las perspectivas que hacen de este medio un entorno ideal para la convergencia mediática.

Publicidad en espejos

Los espejos se han convertido en un auténtico soporte publicitario, sobre todo en aquellos lugares y locales de gran afluencia, por el aseo en donde pasan cientos de personas cada día y donde los espejos se transforman para convertirse en auténticos lienzos publicitarios bajo propuestas innovadoras y sobre todo ingeniosas y creativas.

Espejo Mágico

Este es un nuevo concepto y medio de publicidad, donde un espejo convencional se transforma en una caja de luz, proyectando un anuncio lleno de brillo y color.

4.8.4 Los Medios digitales

Los medios digitales pueden apuntar a Internet como una herramienta que incorpora todos los medios de comunicación tradicionales, esto en algún momento se dijo del cine debido a que incorporaba la fotografía, la plástica y se valía de las bellas artes, formando un medio expresivo, completo y hermoso.



Periódico Electrónico

Surgen en su fase inicial en 1993 y 1995, cuando un gran número de empresas estadounidenses, tomaron la decisión de aventurarse en la nueva plataforma de Internet y otras opciones digitales. Para muchos periodistas no les sorprende el hecho de que Estados Unidos haya sido el país en donde nace la prensa en línea, puesto que es el país que cuenta con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada. El periódico electrónico se define como un producto interactivo y multimedia.

Blogs

No es más que un espacio personal de escritura en Internet en el que su autor publica artículos o noticias (post) que pueden contener texto, imágenes e hipervínculos.

Redes sociales

Las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Microblogging

El Microblogging es una tendencia de sintetizar en 144 caracteres lo que actualmente los usuarios están haciendo. Esta tendencia es parte de la denominada Web 2.0 que promueve el uso de las redes sociales. Bravo (2007) afirma que el Microblogging es una aplicación web que permite insertar mensajes reducidos a modo de posts de un blog, con un límite de alrededor de 144 caracteres el tamaño aproximado de una página de SMS y con una elevada frecuencia de actualización.



Podcast

El podcasting consiste en el uso y creación de archivos de sonido en formato MP3 generalmente. Utiliza como modo de distribución el archivo RSS que permite una suscripción al servicio y estos pueden ser descargados de internet hacia reproductores móviles.

Video Blogs, televisión en internet

Denominados Vlog, Vídeo-blogs o Videotácoras los cuales permiten la publicación de programas de televisión a través de servicios diseñados para distribuir el material televisivo.

Cuando el usuario ingresa a estos sitios se encuentra con una especie de pantalla en la que puede visualizar el programa con un formato al tradicional programa de televisión con la diferencia de estar en Internet.

La Radio Digital

Es la nueva forma de transportar la señal radiofónica, que se conoce con las siglas anglosajonas D.A.B. (Digital Audio Broadcasting). La transmisión digital consigue un uso más eficiente del espectro radiofónico, al reducir a una sola frecuencia la cobertura nacional por cadena, lo que marca un punto y aparte en la historia de la radio.

El cine Digital

Es aquel que utiliza la tecnología digital para grabar, distribuir y proyectar películas. Generalmente, se caracteriza por la alta resolución de las imágenes, porque prescinde de algunos aspectos asociados a la proyección mecánica de las películas y por las sobresalientes posibilidades de post-producción por medios informáticos. Sin embargo el cine celuloide contiene más resolución e información en el fotograma que el cine digital, sobre todo el matizado del color es más natural y puro y la resolución mayor.

4.9 Mensaje

4.9.1 Componente verbal

Los textos deberán apelar a la reflexión, concientización y estar redactados en lenguaje coloquial. Además reforzarán la estrategia creativa y motivarán al grupo objetivo a dejar de consumir cigarrillos.

Se usara como estrategia un slogan principal y algunos slogans complementarios o de apoyo:

Slogan principal:

- ✓ **No eres tu quien lo consume, él te consume a ti.**

Slogans de apoyo:

- ✓ Cuantas pitadas te quedan de vida.
- ✓ La vida se te hace humo.
- ✓ No acortes tu vida, déjalo hoy.

4.9.2 Componente No verbal

Los anuncios deben emplear imágenes impactantes, en la que se muestre las consecuencias reales del consumo de cigarrillo y se refuerce el mensaje de las advertencias sanitarias de las cajetillas.

4.9.2.1 Colores

Los colores a utilizar durante la campaña básicamente serán utilizados los colores blancos y negros para los fondos ya que hacen resaltar los gráficos que utilizaremos, y los textos utilizaremos los colores blanco, negro y rojo.

4.9.3 Componente Técnico:

Emplearemos medios alternativos que refuercen el mensaje, para lo cual se utilizará anuncios en la metrovía con banner 2,20 x 15 cm, publicidad en los parabrisas posteriores con material de lona micro perforada de todos los vehículos de la metrovía de la Troncal 1; Sit and Watch (espejos mágicos), con los espejos se usarán gráficos pegados en los espejos de los baños de bares y centros comerciales, así también los nuevos espacios denominados espejos mágicos los mismos que trabajan con sensores de movimiento que se activan cuando no se están usando los lavamanos (ahí es cuando sale la activación) y se desactivan cuando los usuarios se acercan al lavamanos, se utilizará redes sociales, como el Facebook donde se publicarán impresiones dependiendo el grupo objetivo determinado, también se manejaran mensajes con imágenes sanitarias compartidas en el Twitter, en Youtube se subirán videos relacionados con los mensajes sanitarios, en el medio de cine se comprará espacio

para proyectar un video antes de cada película que cumpla con el grupo objetivo y en revista se publicarán en páginas enteras de lado derecho con una página transparente.

4.10 Piezas Publicitarias

Logo y Slogan principal

Hemos creado una cajetilla de cigarrillos donde se han utilizado los colores rojos representando el peligro y el negro que representaría la muerte, junto con ésta, tenemos una imagen de un pulmón negro afectado por el alto consumo de cigarrillo y junto a él, se encuentra una cajetilla, colillas de cigarrillos, también tenemos como slogan principal **“Tu no lo consumes, él te consume a ti”**, los dos estarán acompañados como figuras principales de la campaña.



Tu no lo consumes, Él te consume a ti.

Publicidad en parabrisas de metrovías

El diseño a utilizar en los parabrisas posteriores en lona micro perforada, aquí hacemos uso del slogan **Tu no lo consumes, él te consume a ti**, junto con la imagen de un pulmón negro afectado por el alto consumo de cigarrillos y junto a él, se encuentran una cajetilla y colillas de cigarrillos.



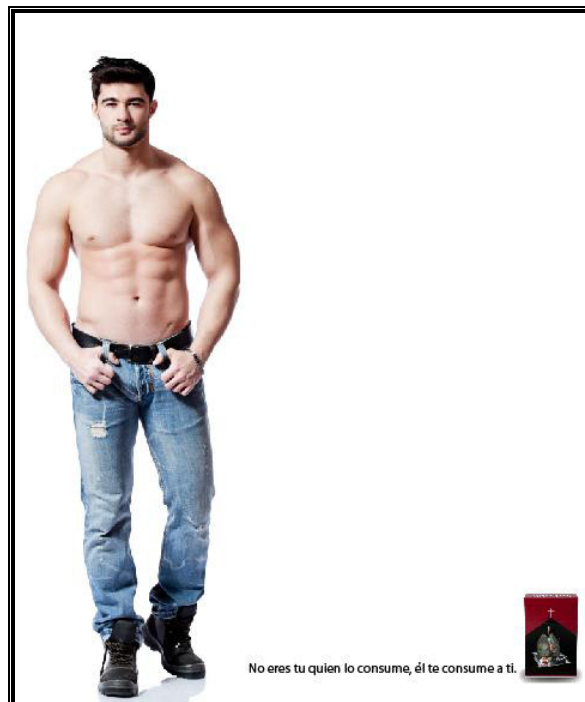
Publicidad en banner internos de la Metrovía

El diseño a utilizar en los banner de la metrovía es de 2,20 x 15 cm, se utilizará una gráfica de la mano de una persona tirada en el piso con un cigarrillo, tirando humo, el slogan a utilizar en este medio es **“La vida se te hace humo”**, el slogan va con letras rojas y fondo negro.



Publicidad en Revista

El diseño a utilizar en los medios de revista será especial ya que hemos elegido pautar en páginas enteras de lado derecho, las mismas que contarán con dos diseños, el primer impreso es en una hoja transparente, donde se ve a un joven aparentemente en buen estado de salud, mientras que en la siguiente hoja impresa en papel couché, se visualiza al mismo joven con sus órganos de los pulmones negros a causa del consumo del cigarrillo, en el costado del lado derecho en la parte inferior de la hoja se podrá visualizar el logo y el slogan de la campaña.



Publicidad en Espejos

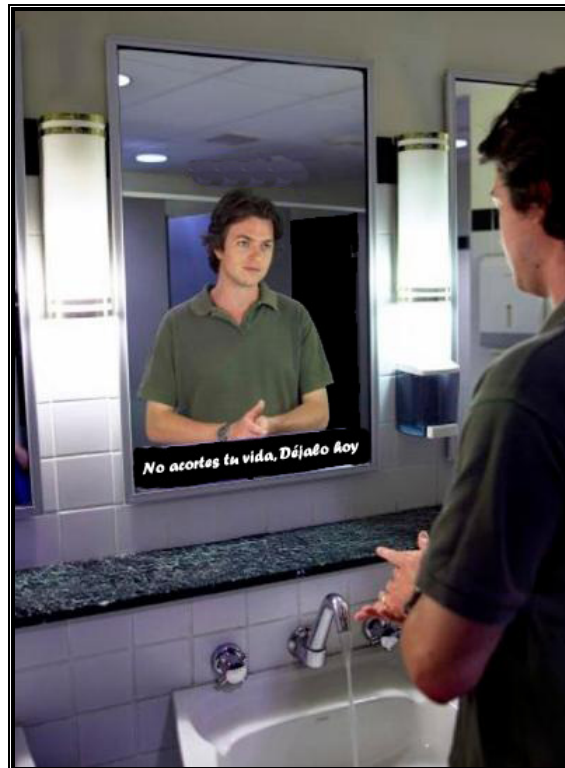
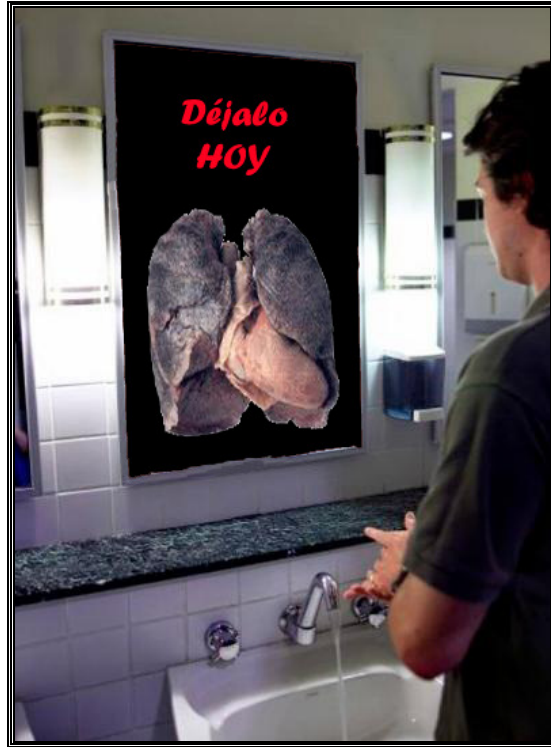
El diseño a utilizar en los medios alternativos, son los espejos que estén ubicados en baños de bares y centros comerciales, aquí se usará la imagen de una calavera con un encendedor simulando estar prendiendo un cigarrillo, los mismos que son pre impresos y pegados en los espejos, en la pared que se encuentra frente al espejo se colocara un cartel con un medidor y con el slogan de apoyo **“Cuantas pitadas te quedan de vida”**



Publicidad en Espejos Mágicos

El diseño a utilizar en los medios alternativos como son los espejos mágicos ubicados en los baños de bares y centros comerciales, son dos imágenes, en la primera activación del sensor, saldrá el slogan **“No acortes tu vida”** con un pulmón en buen estado y en la segunda activación, saldrá otro pulmón, pero éste negro a consecuencias del consumo de cigarrillos y en la continuación del slogan **“Déjalo hoy”**, como estos espejos mágicos trabajan con sensores de movimiento, estos estarán funcionando mostrando cíclicamente las dos imágenes ya que se activan cuando no se están usando

los lavamanos, cuando se estén utilizando los lavamanos se observara en la parte inferior del espejo el slogan completo “No acortes tu vida, déjalo hoy”



Publicidad en Facebook y Twitter.

El diseño que se utilizara en la red social Facebook, serán las 6 pictografías con sus respectivos mensajes enviadas aleatoriamente, el tema en este medio será **ADVERTENCIAS SANITARIAS**, con el mensaje **El consumo de cigarrillos perjudica a los que más quieres y MATA, lentamente**, a continuación se visualiza la advertencia sanitaria. En la red social Twitter se van a enviar mensajes virales a todos los contactos tratando de hacer cadenas sobre los mensajes sanitarios se creara también un **Hashtags #advertenciassanitarias**, junto con el hashtags se enviara el mensaje **El consumo de cigarrillos perjudica a los que más quieres y MATA, lentamente**, también se reforzara el mensaje enviando los pictogramas con sus respectivos mensajes cada día se enviara una imagen diferente así semanalmente se podrán ver las 6 pictografías.

The image is a screenshot of a Facebook profile page. At the top, the URL 'www.facebook.com' is visible. Below the search bar, there are options for translation: 'Would you like to translate it?' with 'Translate' and 'Nope' buttons, and an 'Options' dropdown. The profile name 'Marvin Montero' is shown with a profile picture and navigation icons for 'Inicio', a lock, and a gear. The main content area features a status update prompt '¿Qué estás pensando?' and a post by 'Pedro Bohorquez Philco' with a photo of a person in a yellow shirt and the text 'Rumbo a casa después de una mañana de 12 horas de trabajo bien ganados y quién diga que no lo tuerzo'. Below this is a comment box. To the right, there are sections for 'Personas que quizá conozcas' featuring 'Paola Valdivieso' and 'Anuncios' featuring a health warning advertisement. The advertisement has a red header 'ADVERTENCIAS SANITARIAS' and the text 'El consumo de cigarrillo, perjudica a los que más quieres y MATA, lentamente'. It includes a photo of a child and the text 'NO PERMITAS QUE EL HUMO DEL TABACO INTOXIQUE A TUS HIJOS' and a 'Me gusta esta página' button. At the bottom left, there are navigation icons for '0+', '5', '0+', and '2'.

The image is a screenshot of a Twitter post. At the top, the browser address bar shows 'https://twitter.com'. Below it, there are navigation buttons for 'Inicio', 'Conecta', 'Descubre', and 'Cuenta', along with a search bar and a 'Buscar' button. The main content area features a tweet from the account 'ADVERTENCIAS SANITARIAS' (@m_montero78). The tweet text reads: '#adventenciassanitarias, El consumo de cigarrillos perjudica a los que más quieres y MATA, lentamente. pic.twitter.com/okd5H49F4W'. Below the text is a photograph of a person's mouth, showing significant dental decay and inflammation. Overlaid on the bottom of the photo is the text 'FUMAR DESTRUYE TU DENTADURA Y TU BOCA' in large, white, bold letters. To the left of the tweet, there are statistics for the account: 741 TWEETS, 42 SIGUIENDO, and 43 SEGUIDORES. Below these are options to 'Publicar un nuevo Tweet...' and a list of users to follow, including Pamela Cortés, Erika Velez Z unico, and Tania Tinoco. At the bottom left, there are trending topics: #SoyDeEsasPersonasQue, #MarsInEcuador2013, and #TWOPIECES.

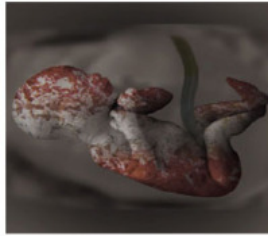
Video para formato Cine y YouTube.

El diseño del video en esencia es una secuencia de fotos relacionadas con las enfermedades que causa el consumo de cigarrillos, se utilizara un fondo de música de pánico, al final del video se dará a conocer el mensaje "No permitas que te siga consumiendo" y finaliza con el slogan FUMAR MATA.

S STORY



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.

S STORY



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: vemos una serie de enfermedades que son causadas por el exceso de tabaco y en el fondo se escucha una musica de panico.
Loc Off: musica sin Loc.



Musica: Pista de Stock
Video: hacemos un zoon out revelando la cajetilla del cigarrillo y mostramos un mensaje "no permitas que te siga consumiendo FUMAR MATA"
Loc Off: no permitas que te siga consumiendo FUMAR MATA



Musica: Pista de Stock
Video: hacemos un zoon out revelando la cajetilla del cigarrillo y mostramos un mensaje "no permitas que te siga consumiendo FUMAR MATA"
Loc Off: FUMAR MATA

5- Estrategia de Medios

La campaña está diseñada en forma estratégica, para lograr un mayor alcance y apoyo a la actual campaña que está presentando el ministerio de salud pública. Dura aproximadamente 6 meses y será focalizada con estrategias de marketing BTL complementada con actividades del marketing ATL.

4.9.1 Selección de Medios

Para la selección de medios, se utilizaron diversas herramientas que nos ayudaron a definir los soportes necesarios para la campaña.

Activaciones y Publicidad

- Activaciones Espejos de los baños de los centros comerciales
- Publicidad en Medios de Transporte
- Publicidad en Revista
- Publicidad en Cines
- Marketing viral
- Marketing Digital
- Redes Sociales: Facebook – Twitter – You tube

4.9.2 Presupuesto de Medios

SOPORTE	FORMATO	IMPRESIONES POR MES	1er MES				2do MES				3er MES				4to MES				5to MES				6to MES				TOTAL					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
Revista																																
Vistazo	Pag. Completa	1					\$ 3.180,00					\$ 3.180,00					\$ 3.180,00					\$ 3.180,00					\$ 3.180,00					\$ 12.720,00
Generacion 21	Pag. Completa	1					\$ 1.360,00					\$ 1.360,00					\$ 1.360,00					\$ 1.360,00					\$ 1.360,00					\$ 5.440,00
Estadio	Pag. Completa	1					\$ 1.280,00					\$ 1.280,00					\$ 1.280,00					\$ 1.280,00					\$ 1.280,00					\$ 5.120,00
La Onda	Pag. Completa	1					\$ 1.900,00					\$ 1.900,00					\$ 1.900,00					\$ 1.900,00					\$ 1.900,00					\$ 7.600,00
Ecuagol	Pag. Completa	1					\$ 1.500,00					\$ 1.500,00					\$ 1.500,00					\$ 1.500,00					\$ 1.500,00					\$ 6.000,00
Sambo	Pag. Completa	1					\$ 2.948,00					\$ 2.948,00					\$ 2.948,00					\$ 2.948,00					\$ 2.948,00					\$ 11.792,00
La revista	Pag. Completa	4					\$ 4.297,00					\$ 4.297,00					\$ 4.297,00					\$ 4.297,00					\$ 4.297,00					\$ 17.188,00
Redes Sociales																																
Facebook	CPC (costo por clip)	30					\$ 1.400					\$ 1.400					\$ 1.400					\$ 1.400					\$ 1.400					\$ 8.400,00
Twitter	Mensajes usuarios	30					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0,00
You Tube	Subir videos	1					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0					\$ 0,00
Cine																																
Cinemark	Publicidad en Pantalla	140																													\$ 4.297,00	
Supercines	Publicidad en Pantalla	140																													\$ 4.298,00	
Medios alternativos																																
Metrovia	Banner 2,20 x 15 cm	115																													\$ 4.025,00	
	Parabrisas	115																													\$ 33.350,00	
	Espejos	32																													\$ 7.326,00	
Sit and Watch	Espejos Magicos	32																													\$ 13.000,00	
PRESUPUESTO DE CAMPAÑA																																
																											\$ 174.391,00					

4.9.3 Mercado

De acuerdo a nuestra estrategia, la campaña va dirigida a los jóvenes de 15 a 24 años de edad de la ciudad de Guayaquil.

4.9.4 El Mensaje

4.9.4.1 Componente verbal

Los textos deberán apelar a la reflexión, concientización y estar redactados en lenguaje coloquial. Además reforzaran la estrategia creativa y motivaran al grupo objetivo a dejar de consumir cigarrillos

4.9.4.2 Componente No verbal

Los anuncios deben emplear imágenes impactantes, en la que se muestre las consecuencias reales del consumo de cigarrillo y se refuerce el mensaje de las advertencias sanitarias de las cajetillas.

4.9.5 Metodología

La estrategia que se va aplicar en esta campaña es intensiva, porque queremos conseguir que los consumidores y no consumidores de cigarrillos hagan conciencia sobre los daños y perjuicios que conlleva este mal hábito. Y a la vez reducir el consumo de los jóvenes.

4.9.6 Objetivos de Medios

Audiencia

- Llegar con nuestro mensaje al 60% de nuestro grupo objetivo (jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Guayaquil) en los tres primeros meses de la campaña.

Distribución del Mensaje

- Conseguir gran cantidad de impactos en los primeros dos meses de la campaña y lograr mayor exposición, frecuencia y continuidad a lo largo de los últimos cuatro meses.

5 Bibliografía:

Libros

Arens, William. (2002). Publicidad. (7ª Ed). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A de C.V

Becoña Iglesias, Elisardo. (2007). Qué me dices de... TABACO. Nova Galicia Edicions.

Becoña Iglesias, Elisardo (2007). Tabaco, Saber para vivir TABACO. Nova Galicia Edicions.

Programa educativo de prevención. (2009). El tabaquismo. Cultural S.A

Dr. Jaramillo, Nelson. (2004). Principios de Publicidad, La otra P. (1ª Ed). Técnicas Graficas Vernaza.

Páginas de internet consultadas

<http://www.who.int/es/>

<http://www.eluniverso.com/2012/05/31/1/1445/nuevas-advertencias-antitabaquicas-habra-cajas-cigarrillos.html>

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/la-nueva-publicidad-en-el-tabaco-solo-afectara-la-imagen-de-las-firmas-559153.html>

[http://www.smokefree.ca/warnings/warningsimages/ecuador/Manual_advertencias_sanitarias_2012\[1\].pdf](http://www.smokefree.ca/warnings/warningsimages/ecuador/Manual_advertencias_sanitarias_2012[1].pdf)

<http://www.ficmexico.org/index.php/control-tabaco/ambitos-aplicacion/advertencias-sanitarias>

http://www.consep.gob.ec/descargas/Resumen_Ejecutivo_4ta_ENCUESTA_A_ESTUDIANTES_2012_2.pdf

<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

6 Anexos:

Encuesta para el Grupo Objetivo: Jóvenes entre 15 - 24 años

Estimado encuestado te invitamos a participar en la siguiente encuesta, para conocer el consumo de cigarrillos y conocimientos de las nuevas advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos. Te garantizamos que tus respuestas serán estrictamente confidenciales por lo que te sugerimos que tu participación sea honesta y veras, de antemano agradeciendo tu colaboración.

1.- Edad

_____ Años

2.- Sexo

Masculino

Femenino

3.- Usted fuma o ha fumado cigarrillo?

Si, actualmente

No

Sí, pero ya no lo hago

4.- Que edad tenía cuando fumo su primer cigarrillo?

_____ Años

5.- Cuantos cigarrillos consume al día?

1 – 2

3 – 4

5 – 9

Ninguno

6.- Cuantas cajetillas a la semana consume?

- 1
- 2
- 3
- Más
- Ninguno

7.- Como realiza la compra?

- Por unidad
- Por ½ cajetilla
- Por cajetilla
- Ninguno

8.- Sabias que el consumo de cigarrillos perjudica su salud?

- Si
- No

9.- Se ha fijado en el mensaje que viene impreso en las cajetillas de cigarrillos, sobre las causas que produce el consumo de cigarrillos en su salud?

- Si
- No

10.-Cuál de las siguientes imágenes recuerda más?

- Embarazo
- Daño de dentadura
- Cáncer de laringe
- Impotencia sexual
- Afectación a la piel
- Niño afecta su respiración
- Ninguna

11.- Que recuerdas más?

- Imagen
- Mensaje
- Las dos semanas
- Ninguna

12.- Cuantas veces ha visto los mensajes de advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos en las últimas semanas?

1 – 3

4 – 6

7 – 9

Más

Ninguna

13.- Las advertencias sanitarias lo han hecho reflexionar sobre las causas que produce el consumo de cigarrillos?

Si

No

14.- Ha pensado en la posibilidad de dejar de fumar?

Si

No

Tal vez

No fumo

15.- Piensa usted que las imágenes impresas en las cajetillas de cigarrillos, son agresivas?

Si

No