

[English Original can be found here](#)

Preguntas Frecuentes

¿Qué es la Propuesta 31 y por qué está en la boleta para votar?

En el 2020, la Legislatura de California aprobó la ley SB 793, la cual proponía darle fin a la venta de productos tabacaleros con saborizantes dulces en California, incluyendo los cigarrillos mentolados. Cada año, 6,800 niños en California se convierten en nuevos fumadores diariosⁱ y 4 de cada 5 niños que han consumido tabaco comenzaron con un producto saborizado.ⁱⁱ Esta ley fue aprobada para proteger a los niños de caer en la adicción a productos de tabaco con sabor a dulce.

Para intentar derogar la SB 793, compañías tabacaleras que operan fuera del estado emitieron una petición y calificaron para interponer un referéndum en la boleta para votar en las elecciones estatales de California en noviembre del 2022. El voto “sí” por la Propuesta 31 confirmará esta ley que es bipartidista y contundentemente popular, y le pondrá fin a la venta de cigarrillos con saborizantes dulces, a los baratos habanos endulzados, y a los cigarrillos mentolados. El voto “no” causará la eliminación de esta ley. La implementación de la ley SB 793 sigue suspendida en espera del resultado de la Propuesta 31.

El hábito de fumar va en declive, ¿de verdad es necesario eliminar los productos de tabaco endulzado de los abarrotos en California?

El hecho es que el consumo de cigarrillos electrónicos continúa a niveles epidémicos con más de 2 millones de niños y adolescentes en secundaria y preparatoria que aún siguen usándolos. Los niños prefieren cigarrillos electrónicos con sabores dulces y usan una variedad de sabores. De acuerdo con el Sondeo Nacional de Jóvenes y Tabaco, 84.7% de jóvenes usuarios de cigarrillos electrónicos consumen cigarrillos electrónicos endulzados, un incremento del 20% desde el 2019.

Acabar con la venta de productos de nicotina endulzados y con sabor a menta es un paso necesario para mantener seguros a nuestros niños.

¿No existen ya leyes para limitar la venta de tabaco a menores?

Desafortunadamente, la experiencia nos muestra que aún teniendo leyes robustas contra el acceso a tabaco por parte de los jóvenes, ellos continúan obteniendo productos con tabaco saborizado a través de círculos como los grupos de amistades. Y con sabores a dulce como

Anuncio pagado por el Comité para Proteger a Niños de California auspiciado por Organizaciones de la Salud Sin Fines de Lucro.

Comité principalmente financiado por:

Michael R. Bloomberg

Kaiser Foundation Health Plan, Inc, y los Hospitales

American Heart Association

Detalles de Financiamiento en www.fppc.ca.gov

Manzana Amarga, Fruity Pebbles y Galleta de Azúcar, así como mentolado (el sabor original de los cigarrillos endulzados), es muy claro que las Enormes Tabacaleras están acechando a los jóvenes con estos productos.

De acuerdo con el Sondeo Nacional de Jóvenes y Tabaco, 72.6% de los usuarios de cigarrillos electrónicos menores de 18 años, estudiantes de secundaria y preparatoria, reportan que obtienen cigarrillos electrónicos de fuentes sociales — principalmente amistades.ⁱⁱⁱ Estas restricciones no tienen un impacto significativo sobre los jóvenes, quienes obtienen acceso a cigarrillos electrónicos de fuentes que pueden comprarlos legalmente.

¿Qué impacto tendrá el ponerle fin a la venta de tabaco endulzado en la economía de California?

Fumar es extremadamente costoso para los negocios y los contribuyentes de California. El uso del tabaco cuesta aproximadamente \$13.3 billones en gastos de atención médica cada año, incluyendo \$3.6 billones en gastos de Medi-Cal.^{iv} Afirmar la ley y acabar con la venta de tabaco endulzado nos ahorrará más de \$800 millones en gastos médicos cada año.^v

Acabar con la venta de tabaco endulzado le ayudará a nuestros jóvenes a evitar una adicción de por vida a fumar, y los empleadores se beneficiarán al tener una fuerza laboral más saludable y productiva. Un estudio de la Universidad del Estado de Ohio estimó que los empleadores pagan \$6,000 extra al año por cada empleado que fuma. Este estimado toma en cuenta los costos de ausencia, productividad perdida, descansos para fumar, y costos médicos.^{vi}

Concluyendo, la mayoría del dinero gastado en productos de tabaco endulzado (80.4%) es exportado de California hacia fabricantes y agricultores de tabaco que operan fuera del estado. Mantener estos ingresos en el estado resultará en \$580 millones en actividad económica y un incremento neto de más de 3,000 empleos.^{vii}

¿Qué productos están incluidos en la ley estatal de California para acabar con la venta de tabaco endulzado?

La ley estatal pone fin a la venta de la gran mayoría de los productos de tabaco saborizado en California, incluyendo los sabores endulzados. Existen actualmente algunas excepciones a ciertos productos, como cigarros premium y tabaco para pipa el cual es usado por Californianos de la tercera edad; sin embargo, decenas de ciudades y condados en California han tomado medidas aún más severas hacia las Enormes Tabacaleras.

¿Acabar con la venta de tabaco saborizado causará daños a los minoristas, como las tiendas de abarrotes?

Primero que nada, acabar con la venta de tabaco saborizado es sólo eso, una política que elimina el tabaco *endulzado* de las vitrinas y repisas. Su misión es evitar que los niños comiencen el hábito de fumar y con ello que se enfrenten a una vida entera de adicción a la

nicotina. Los productos de tabaco que *saben* a tabaco seguirán estando disponibles para que los abarroteros vendan a fumadores.

Sin embargo, el tabaco no es la razón principal por la que los clientes compran en tiendas de abarrotes. Un reporte de la industria nacional en el 2015 encontró que 49% entran para comprar algo de beber, 35% para comprar comida o botanas, y 17% por otras razones — como comprar tabaco, utilizar un cajero automático o el baño.^{viii}

Asimismo, a nivel nacional, las tiendas de conveniencia y estaciones de gasolina no generan el mismo nivel de ganancias de vender tabaco como lo hacen al vender comida. En el 2019, los productos tabacaleros representaron 34% de las ventas totales en tiendas de conveniencia, pero solamente el 17% de los dólares de ganancia bruta. En contraste, los servicios de comida representaron 25% de las ventas de dichas tiendas, y 39% de los dólares de ganancia bruta.^{ix}

¿Cómo interactúa la política de California con la prohibición de cigarrillos electrónicos por parte de la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) y su reciente anuncio sobre la prohibición del mentol?

California está una vez más liderando a la nación en frenar a las Enormes Tabacaleras en sus intentos de acechar a nuestros niños con nicotina endulzada. Esta medida es el estandarte en la protección de niños, con una política integral que acaba con la venta de tabaco endulzado, incluyendo los cigarrillos dulce con mentol (el sabor original de cigarrillos endulzados).

Necesitamos que California se mantenga al frente inmediatamente porque cada año miles de niños se enganchan con el tabaco endulzado. En el 2020, la FDA restringió algunos productos saborizados de nuestro mercado, pero dejó disponibles ampliamente los líquidos saborizados para cigarrillos electrónicos así como los cigarrillos desechables, en todo sabor imaginable. Actuar por partes no protegerá a nuestros niños.

La FDA ha indicado su intención de prohibir la venta de cigarrillos mentolados. El anuncio de la FDA fue el primer paro en lo que será un largo proceso de creación de reglas a nivel federal. La ley bipartidista en California que acaba con la venta de la mayoría de productos de tabaco saborizado estará alineada con la política federal sobre el mentol, pero sucederá mucho más rápido y ofrecerá protecciones más inmediatas para los niños y las comunidades en riesgo.

¿Cómo interactúa la política de California con las políticas locales que acaban con la venta de tabaco saborizado?

California actualmente tiene más de 100 jurisdicciones locales que han promulgado algún tipo de medida para acabar con la venta de tabaco endulzado y/o cigarrillos mentolados. La SB 793 consolida lo que en este momento es un sistema atomizado de ordenanzas municipales y a nivel condado, y las une en una norma estatal que aborda a la mayoría de los productos saborizados. Mientras que algunas jurisdicciones han elegido tener posturas aún más robustas contra las Enormes Tabacaleras, la gran mayoría de productos de tabaco endulzado en el

estado serán tratados de la misma forma. Esto creará un campo nivelado para las empresas que venden productos de tabaco.

¿No creará esto simplemente un mercado ilícito para productos saborizados?

No, y los estudios realizados en Canadá, donde se acabó la venta de cigarrillos mentolados en el 2017, lo comprueban. De acuerdo con un estudio de la Universidad de Waterloo, frenar la venta de mentoles en Canadá no condujo a un alto nivel de compras ilícitas de cigarrillos mentolados. Menos de 10 por ciento de los fumadores de mentol reportaron seguir fumando una marca de mentol después de que los productos fueron retirados de los anaqueles.^x

ⁱ Campaña por Niños Libres de Tabaco, Abril 2021, <https://www.tobaccofreekids.org/problem/toll-us/california>

ⁱⁱ Ambrose, BK, et al., "Flavored Tobacco Product Use Among US Youth Aged 12-17 Years, 2013-2014," *Journal of the American Medical Association*, publicado en línea el 26 de octubre de 2015.

ⁱⁱⁱ Liu, ST, et al., "Youth Access to Tobacco Products in the United States, 2016-2018," *Tobacco Regulatory Science*, 5(6): 491-501, 2019.

^{iv} Chaloupka, F. J. and Glantz, S.A. Potential Effects of a Ban on the Sale of Flavored Tobacco Products in California, Universidad de Illinois en Chicago, 2021.

<https://tobacconomics.org/files/research/671/ca-flavor-ban-and-revenues-3-29-21.pdf>.

^v Chaloupka, F. J. and Glantz, S.A. Potential Effects of a Ban on the Sale of Flavored Tobacco Products in California, Universidad de Illinois en Chicago, 2021.

<https://tobacconomics.org/files/research/671/ca-flavor-ban-and-revenues-3-29-21.pdf>.

^{vi} Universidad del Estado de Ohio, 2013, <https://tobaccofree.osu.edu/research/study-companies-pay.html>

^{vii} Chaloupka, F. J. and Glantz, S.A. Potential Effects of a Ban on the Sale of Flavored Tobacco Products in California, Universidad de Illinois en Chicago, 2021.

<https://tobacconomics.org/files/research/671/ca-flavor-ban-and-revenues-3-29-21.pdf>.

^{viii} Oller, S., Preliminary report from the National Association of Convenience Stores State of the Industry Summit, Diario de Noticias CSP, mayo del 2018

^{ix} "SOI 2020: Category Breakdown," Diario de Noticias CSP, 19 de mayo del 2020, <https://www.cspdailynews.com/general-merchandise/soi-2020-category-breakdown>

^x https://www.eurekalert.org/pub_releases/2021-04/uow-cbo040521.php