

# Productos emergentes: Situación en Argentina y recomendaciones

## Qué son los productos emergentes de tabaco y/o nicotina

El avance mundial de políticas efectivas de control de tabaco, que buscan disminuir el consumo de productos de tabaco, ha llevado a la industria tabacalera a innovar, diseñando nuevos productos entre los que se incluyen los cigarrillos electrónicos (vapes), los productos de tabaco calentado y las bolsas de nicotina.

Los **cigarrillos electrónicos** son el tipo más común de sistemas electrónicos de administración de nicotina (SEAN). Estos sistemas calientan un líquido para crear aerosoles que son inhalados por el usuario. Además de contener nicotina también suelen contener aditivos, sabores y diversas sustancias químicas perjudiciales para la salud de las personas<sup>1</sup>.



Los **productos de tabaco calentado (PTC)** son dispositivos que consisten en una barra de tabaco (stick) y un dispositivo de calentamiento alimentado por batería. Producen aerosoles que contienen nicotina y químicos tóxicos, generados cuando el tabaco es calentado o cuando el dispositivo es activado. Los PTC contienen nicotina y otros aditivos y, frecuentemente, son saborizados. La principal característica que los distingue de un cigarrillo tradicional es que en lugar de combustionar el tabaco, lo calientan a menor temperatura que en la combustión (300° vs. 900° aprox) generando un aerosol que es inhalado por el usuario<sup>2</sup>.



Las **bolsas de nicotina** o “nicotine pouches” son bolsas porosas que contienen en su interior saborizantes, endulzantes y nicotina, que puede derivar de la hoja del tabaco o tener un origen sintético.



Se consumen colocándolas dentro de la boca, entre el labio y la encía<sup>3</sup>. El contenido de nicotina es variable: actualmente, las presentaciones disponibles en Argentina van de 1,5 a 6 mg. por bolsa. Sin embargo, un estudio químico realizado de forma independiente a bolsas de nicotina de 20 fabricantes diferentes informó que su contenido de nicotina puede variar entre 1,79 y 47,5 mg por bolsa<sup>4</sup>.

## La situación en Argentina

### Datos epidemiológicos

En Argentina, el consumo de cigarrillos tradicionales continúa siendo elevado. De acuerdo con el último relevamiento de la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo realizado en 2018, la prevalencia del consumo de tabaco representaba el 22,2% de la población adulta<sup>5</sup>. Por otra parte, la última Encuesta Mundial sobre Tabaco en Jóvenes, relevada también en 2018, puso de manifiesto que la edad de iniciación en el consumo de productos de tabaco se encontraba entre los 12 y 15 años, que el 20,2% de los jóvenes de 13 a 15 años consumía algún producto de tabaco<sup>6</sup> y un 7% consumía cigarrillo electrónico. Con el propósito de actualizar la información sobre productos emergentes, en el año 2023 desde FIC se realizó un estudio en población adolescente de la Ciudad de Buenos Aires, donde se observó un **consumo del 9% de cigarrillo electrónico en población de 13 a 17 años**<sup>7</sup>.

En el año 2025, un estudio realizado por SEDRO-NAR<sup>8</sup> sobre una muestra de adolescentes de 13, 15 y 17 años de todo el país evidenció que un **18% consumió cigarrillos electrónicos en el último mes**. Ese mismo año, un estudio realizado por el CEDES en adolescentes de entre 12 y 17 años en cuatro provincias<sup>9</sup>, previo a la entrada masiva de este producto en el mercado, evidenció que un **3,4% de ellos declaró haber probado las bolsitas y casi un 2% las consumió en los últimos 30 días**.

## Marco normativo

Durante mayo de 2026 se dictaron la Disposición 2543/2026 y la Resolución 549/2026<sup>10</sup>, a partir de las cuales se derogan la Disposición ANMAT 3226/2011 y la Resolución del Ministerio de Salud 565/2023<sup>11</sup>, que prohibían la comercialización de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado.

Actualmente, **los cigarrillos electrónicos, los productos de tabaco calentado y las bolsas de nicotina pasan a estar regulados por la Ley Nacional de Control de Tabaco**. De esta manera, queda regulada la publicidad, promoción y patrocinio de estos productos, se extiende la prohibición de venta a personas menores de 18 años, se establece la obligatoriedad de incluir advertencias sanitarias y se imponen las mismas restricciones con relación a los ambientes libres de humo que existen para los cigarrillos tradicionales. Asimismo, la normativa sancionada establece límites para el contenido máximo de nicotina (para cigarrillos electrónicos/soluciones líquidas y bolsitas, el contenido de nicotina no debe superar los 8 mg. de nicotina), prohíbe los cigarrillos electrónicos de un solo uso y el uso de saborizantes (sólo se autoriza el mentol para las bolsitas de nicotina).

## Los productos emergentes y el daño a la salud

La Organización Mundial de la Salud señala claramente que todos los productos de tabaco son nocivos para la salud, existiendo múltiples estudios que dan cuenta del daño de estos productos en la salud cardiovascular<sup>12 13 14 15 16</sup>, respiratoria<sup>14</sup> y bucal<sup>17</sup>, entre otros posibles efectos.

Es importante señalar que todos los productos contienen nicotina, una sustancia altamente adictiva<sup>18</sup> que tiene efectos nocivos en la salud cardiovascular e impacto altamente perjudicial en población joven<sup>19 20 21</sup>.

Todos los productos emergentes representan un riesgo para la salud. Si bien se comercializan bajo la premisa de 'reducción de daño', diversas organizaciones locales e internacionales<sup>22 23</sup>, incluyendo a la Organización Mundial de la Salud<sup>24</sup> sostienen que este enfoque es erróneo. Una verdadera estrategia de reducción de daños implica la implementación de programas de salud pública diseñados y ejecutados por autoridades sanitarias, orientados a objetivos de salud específicos y aplicados sobre individuos o grupos poblacionales determinados<sup>25</sup>.

La evidencia disponible coincide en que, si bien este tipo de productos se promocionan como una herramienta de riesgo reducido, la comparación de daño de estos productos con los cigarrillos tradicionales resulta incorrecta ya que debe tenerse en cuenta que se trata de productos donde se evidencian mecanismos de daño diferentes debido a las diferencias en la composición de los productos<sup>26 27</sup>. Además, debido al menor tiempo en el mercado de estos productos resulta imposible contar con evidencia que de cuenta del real impacto en el largo plazo y donde se considere la amplitud que existe de líquidos, ingredientes y concentración de nicotina<sup>25 27</sup>.

Por otro lado, cuando se evalúa el riesgo de estos productos es relevante considerar el consumo dual: el consumo de los productos emergentes suele darse en combinación con el tabaco tradicional<sup>16</sup>. Asimismo, debe tenerse en cuenta que estos productos no son solo consumidos por fumadores: ex-fumadores y no fumadores pueden utilizarlos a partir de considerarlos una alternativa de "menor riesgo" y así re-normalizar la práctica de fumar<sup>28</sup>.

## Exposición de niños y adolescentes a los productos emergentes

Los datos disponibles también indican que el uso de productos emergentes constituye una puerta de entrada al consumo de tabaco en niños, niñas y adolescentes (NNyA), ya que muchos que no fumaban previamente, se inician en el

consumo de tabaco a través de estos dispositivos<sup>29</sup>.

Distintos estudios realizados en diferentes países dan cuenta de que las estrategias publicitarias de los productos emergentes de tabaco y nicotina (cigarrillos electrónicos, calentadores de tabaco y bolsas de nicotina) no se enfocan realmente en instalarse como alternativas para las personas que ya consumen alguna forma de tabaco, sino en conseguir nuevos consumidores, especialmente apuntando a niñas, niños y adolescentes<sup>30-33</sup>. Un reporte del año 2023 donde se analizó la audiencia de la publicidad en redes sociales de distintas marcas de nuevos productos de tabaco (bolsas de nicotina, cigarrillos electrónicos y productos de tabaco calentado) encontró que alrededor del 40% eran menores de 25 años, alcanzando a millones de ellos<sup>34</sup>. Por su parte, diversos estudios analizaron cómo estos productos se publicitan en distintos

medios (televisión, radio y plataformas digitales) resaltando sus sabores y la discreción y libertad al momento de su consumo, estrategias atractivas para los jóvenes<sup>34-36</sup>. Asimismo, el uso de sabores y un diseño moderno que es semejante a productos de tecnología los vuelven productos atractivos para esta población<sup>37-38</sup>.

Los nuevos productos de tabaco son percibidos como de bajo riesgo por adolescentes y jóvenes<sup>7</sup>, a la vez que las estrategias publicitarias los presentan como un producto glamoroso y sofisticado<sup>35</sup>. Además, la idea de que estos productos son “libres de tabaco” puede disminuir la percepción de riesgo en adolescentes, lo que, a su vez, puede aumentar su susceptibilidad al consumo. El uso de sabores y un diseño moderno que es semejante a productos de tecnología los vuelven productos atractivos para los jóvenes<sup>35-37</sup>.

## Recomendaciones

Teniendo en cuenta la evidencia de daño de estos productos y el marco normativo nacional se recomienda:

- **Aplicar efectivamente la Ley Nacional de Control de Tabaco, con especial foco en el cumplimiento de las restricciones de publicidad, promoción y patrocinio, tanto en puntos de venta como en redes sociales.**
- **Establecer mecanismos claros de fiscalización para la Disposición ANMAT 2543/26 y la Resolución del MSAL 549/26 a fin de asegurar el total cumplimiento de la norma.**
- **Establecer gravámenes impositivos que aseguren que los productos emergentes no resulten una alternativa más asequible frente a los productos tradicionales de tabaco.**

## Referencias

1. World Health Organization, Tobacco:E-cigarette [Internet]. Disponible en: <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/tobacco-e-cigarettes>
2. World Health Organization, Heated Tobacco Products: Information sheet Disponible en: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/331297/WHO-HEP-HPR-2020.2-eng.pdf?sequence=1>
3. Campaign For Tobacco Free Kids. Global Issues: Nicotine Pouches [Internet]. Disponible en: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
4. Mallock N, Schulz T, Malke S, Drejack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control*. 1 de marzo de 2024;33(2):193. doi:10.1136/tc-2022-057280
5. Instituto Nacional de Estadística y Censos – I.N.D.E.C. 4º Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. [Internet]. 1.a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INDEC y Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación; 2019 [citado 1 de julio de 2022]. Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr\\_2018\\_resultados\\_definitivos.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr_2018_resultados_definitivos.pdf)
6. Encuesta Mundial sobre Tabaco en Jóvenes: Informe final de Argentina [Internet]. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación y Organización Panamericana de la Salud; 2020 [citado 13 de octubre de 2021]. p. 51. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-09/encuesta-mundial-sobre-tabaco-en-jovenes-en-argentina-junio-2020.pdf>
7. FIC Argentina. Consumo y valoraciones sobre los productos de tabaco y nicotina en adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires, Reporte de Investigación, Abril 2024 Disponible en: [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2024/04/2404\\_encuesta-tabaco.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2024/04/2404_encuesta-tabaco.pdf)
8. SEDRONAR [Internet]. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación; 2025 Séptimo estudio nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de enseñanza secundaria. Informe de resultados. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estudio\\_nacional\\_escolares\\_2025\\_2711.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estudio_nacional_escolares_2025_2711.pdf)
9. Arnaudo B, Elicabe E, Crawford M, Mejía R. Marketing de los productos de tabaco y su impacto sobre adolescentes: resultados de Argentina 2025. [Internet]. 2025. Disponible en: <http://repositorio.cedes.org/handle/123456789/4815>
10. Disposición 2453/26 ANMAT. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/disposicion-2543-2026-425397/texto>
11. Resolución 549/26 Ministerio de Salud. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/341494/20260504>
12. Glantz SA. PMI's own in vivo clinical data on biomarkers of potential harm in Americans show that IQOS is not detectably different from conventional cigarettes. *Tob Control*. noviembre de 2018;27(Suppl 1):s9-12. doi:10.1136/tobaccocontrol-2018-054413 PubMed PMID: 30131374; PubMed Central PMCID: PMC6202159.
13. Kaur J, Goel S, Shabil M, Rana RK, Rinkoo AV, Chauhan A, et al. Health impacts of electronic nicotine delivery systems: an umbrella review of systematic reviews. *BMJ Open*. 10 de octubre de 2025;15(10):e100168. doi:10.1136/bmjopen-2025-100168 PubMed PMID: 41073111; PubMed Central PMCID: PMC12516984.
14. Bravo-Gutiérrez OA, Falfán-Valencia R, Ramírez-Venegas A, Sansores RH, Ponciano-Rodríguez G, Pérez-Rubio G. Lung Damage Caused by Heated Tobacco Products and Electronic Nicotine Delivery Systems: A Systematic Review. *Int J Environ Res Public Health*. 13 de abril de 2021;18(8). doi:10.3390/ijerph18084079 PubMed PMID: 33924379; PubMed Central PMCID: PMC8070637.

15. Znyk M, Jurewicz J, Kaleta D. Exposure to Heated Tobacco Products and Adverse Health Effects, a Systematic Review. *Int J Environ Res Public Health*. 21 de junio de 2021;18(12). doi:10.3390/ijerph18126651 PubMed PMID: 34205612; PubMed Central PMCID: PMC8296358.
16. Glantz SA, Nguyen N, Oliveira da Silva AL. Population-Based Disease Odds for E-Cigarettes and Dual Use versus Cigarettes. *NEJM Evid*. marzo de 2024;3(3):EVIDoaa2300229. doi:10.1056/EVIDoaa2300229 PubMed PMID: 38411454; PubMed Central PMCID: PMC11562742.
17. Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. *Diagnostic Pathology*. 19 de septiembre de 2024;19(1):127. doi:10.1186/s13000-024-01549-3
18. Mishra A, Chaturvedi P, Datta S, Sinukumar S, Joshi P, Garg A. Harmful effects of nicotine. *Indian J Med Paediatr Oncol*. marzo de 2015;36(1):24-31. doi:10.4103/0971-5851.151771 PubMed PMID: 25810571; PubMed Central PMCID: PMC4363846.
19. Yuan M, Cross SJ, Loughlin SE, Leslie FM. Nicotine and the adolescent brain. *J Physiol*. 15 de agosto de 2015;593(16):3397-412. doi:10.1113/JP270492 PubMed PMID: 26018031; PubMed Central PMCID: PMC4560573.
20. Hall FS, Der-Avakian A, Gould TJ, Markou A, Shoaib M, Young JW. Negative affective states and cognitive impairments in nicotine dependence. *Neurosci Biobehav Rev*. noviembre de 2015;58:168-85. doi:10.1016/j.neubiorev.2015.06.004 PubMed PMID: 26054790; PubMed Central PMCID: PMC4670824.
21. Deery C. What are the health impacts of nicotine and tobacco products on young people? *Evid Based Dent*. Diciembre de 2023;24(4):159-60. doi:10.1038/s41432-023-00945-w PubMed PMID: 37857806; PubMed Central PMCID: PMC10724058.
22. FIC Argentina. Productos emergentes y daño a la salud: Situación en Argentina y recomendaciones. Noviembre 2025. Disponible en: <https://www.ficargentina.org/investigaciones/productos-emergentes-y-dano-a-la-salud-situacion-en-argentina-y-recomendaciones/>
23. European Public Health Association. Facts and fiction on e-cigs . Disponible en: [https://db.eupha.org/repository/advocacy/EUPHA\\_facts\\_and\\_fiction\\_on\\_e-cigs.pdf](https://db.eupha.org/repository/advocacy/EUPHA_facts_and_fiction_on_e-cigs.pdf)
24. World Health Organization. WHO position on Tobacco Control and Harm Reduction. 2025.
25. Feeney S, Rossetti V, Terrien J. E-Cigarettes—a review of the evidence—harm versus harm reduction. *Tob Use Insights*. 2022;15:1179173X221087524. doi:10.1177/1179173X221087524 PubMed PMID: 35370428; PubMed Central PMCID: PMC8968985.
26. World Health Organization. WHO report on the global tobacco epidemic, 2025: warning about the dangers of tobacco [Internet]. World Health Organization; junio de 2025. Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240112063>
27. Jimenez-Ruiz CA, de Granda-Orive JI, Rábade Castedo C, Farber HJ, Ocampo A, Luhnig S, et al. Use of New Tobacco and Nicotine Products as a Harm Reduction Strategy: A Critical Review of the Evidence. *Open Respir Arch*. junio de 2026;8(2):100534. doi:10.1016/j.opresp.2025.100534 PubMed PMID: 41626032; PubMed Central PMCID: PMC12858725.
28. Pisinger C. ERS Position Paper on Heated Tobacco Products [Internet]. ERS Tobacco Control Committee. Disponible en: <https://www.ersnet.org/news-and-features/news/ers-position-paper-on-heated-tobacco-products/>
29. Stanton CA, Sharma E, Seaman EL, Kasza KA, Edwards KC, Halenar MJ, Taylor KA, Day H, Anic G, Hull LC, Bansal-Travers M, Limpert J, Gardner LD, Hammad HT, Borek N, Kimmel HL, Compton WM, Hyland A. Initiation of any tobacco and five tobacco products across 3 years among youth, young adults and adults in the USA: findings from the PATH Study Waves 1-3 (2013-2016). *Tob Control*. 2020 May;29(Suppl 3):s178-s190. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2019-055573.
30. Rutherford BN, Lim CCW, Cheng B, Sun T, Vu GT, Johnson B, Daniel Paul Ashley, Chung J, Huang S, Leung J, Stjepanović D, Connor JP, Chan GCK. Viral Vaping: A systematic review and meta analysis of e-cigarette and Tobacco-Related social media

content and its influence on youth behaviours and attitudes. *Addict Behav.* 2023 Dec;147:107828. doi: 10.1016/j.addbeh.2023.107828.

31. Struik LL, Dow-Fleisner S, Belliveau M, Thompson D, Janke R. Tactics for Drawing Youth to Vaping: Content Analysis of Electronic Cigarette Advertisements. *J Med Internet Res.* 14 de agosto de 2020;22(8):e18943. doi:10.2196/18943
32. Venrick SJ, Kelley DE, O'Brien E, Margolis KA, Navarro MA, Alexander JP, et al. U.S. digital tobacco marketing and youth: A narrative review. *Preventive Medicine Reports.* 2023;31:102094. doi:https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2022.102094
33. Smith MJ, Buckton C, Patterson C, Hilton S. User-generated content and influencer marketing involving e-cigarettes on social media: a scoping review and content analysis of YouTube and Instagram. *BMC Public Health.* 20 de marzo de 2023;23(1):530. doi:10.1186/s12889-023-15389-1
34. Campaign for Tobacco Free Kids, #SponsoredByBigTobacco Tobacco & Nicotine Marketing on Social Media. Disponible en: [https://assets.tobaccofreekids.org/content/what\\_we\\_do/industry\\_watch/social-media-marketing-tactics/2023\\_12\\_08\\_SponsoredByBigTobacco.pdf?\\_gl=1\\*1e7ix76\\*\\_gcl\\_au\\*MjQIMDUyMjI4LjE3NzgxNjkwNDA](https://assets.tobaccofreekids.org/content/what_we_do/industry_watch/social-media-marketing-tactics/2023_12_08_SponsoredByBigTobacco.pdf?_gl=1*1e7ix76*_gcl_au*MjQIMDUyMjI4LjE3NzgxNjkwNDA)
35. McKelvey K, Popova L, Kim M, Chaffee BW, Vijayaraghavan M, Ling P, et al. Heated tobacco products likely appeal to adolescents and young adults. *Tob Control.* noviembre de 2018;27(Suppl 1):s41-7. doi:10.1136/tobaccocontrol-2018-054596 PubMed PMID: 30352843; PubMed Central PMCID: PMC6252490.
36. McKelvey K, Baiocchi M, Halpern-Felsher B. PMI's heated tobacco products marketing claims of reduced risk and reduced exposure may entice youth to try and continue using these products. *Tob Control.* diciembre de 2020;29(e1):e18-24. doi:10.1136/tobaccocontrol-2019-055318 PubMed PMID: 32029537; PubMed Central PMCID: PMC7416542.
37. Hair EC, Bennett M, Sheen E, Cantrell J, Briggs J, Fenn Z, et al. Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: consumer studies in Japan and Switzerland. *Tob Control.* noviembre de 2018;27(Suppl 1):s70-3. doi:10.1136/tobaccocontrol-2018-054322 PubMed PMID: 29764957; PubMed Central PMCID: PMC6252486.