

Evaluación del cumplimiento de las normas que rigen el empaquetado y el etiquetado de los productos de tabaco



Índice

Glosario	3
Introducción	4
PASO 1: Conocer las normas que rigen el empaquetado y el etiquetado de los productos de tabaco en su país o jurisdicción	6
PASO 2: Definir el objetivo de la evaluación	8
PASO 3: Evaluar y garantizar los recursos	10
PASO 4: Determinar el alcance	12
PASO 5: Fijar un cronograma	14
PASO 6: Conformar la muestra	15
PASO 7: Desarrollar procedimientos y formularios para la recopilación de datos	18
PASO 8: Crear una planilla de codificación de los paquetes	25
PASO 9: Capacitar a los encargados de recopilar los datos y llevar a cabo la recopilación	28
PASO 10: Codificar los paquetes	30
PASO 11: Analizar los resultados	33
PASO 12: Divulgar los resultados	34
Apéndice A: Fuentes de información	37
Apéndice B: Ejemplo de cronograma	38
Apéndice C: Cómo elegir la muestra	39
Apéndice D: Formulario de recopilación de datos para el trabajo de campo	40
Apéndice E: Ejemplo de planilla de codificación	41
Apéndice F: Evaluación de la fiabilidad entre evaluadores	43
Referencias	44
Colaboradores	45

Glosario

Familia de marcas: Una estrategia de marketing para promocionar una familia de productos bajo una misma marca comercial o registrada global. Los productos se diferencian entre sí mediante la incorporación de un modificador (véase la definición de “variante de marca”). Algunos ejemplos de familias de marcas reconocidas son Marlboro, de Philip Morris International, y Camel, de British American Tobacco.

Variante de marca: La manifestación de una marca que se comercializa como suficientemente similar, pero también diferente, en comparación con otras variantes de la misma familia de marcas. El color y el nombre son símbolos visuales clave que diferencian una variante de otra. Las variantes se utilizan para ampliar el tipo y la disponibilidad de los productos. En algunos casos, se han publicitado variantes de marca de manera fraudulenta. Esto genera que los consumidores de productos de tabaco creen que una variante de marca en particular es menos dañina que otras de la misma familia de marcas. Algunos ejemplos de variantes dentro de la familia Marlboro son Marlboro Red, Marlboro Gold, Marlboro Lights, Marlboro Menthol y Marlboro Ice Blast, entre otros.

Producto de tabaco calentado: Dispositivo electrónico a pilas que calienta un cigarrillo (o lámina) de tabaco comprimido a una temperatura lo suficientemente alta como para producir un aerosol inhalable que contiene nicotina y otras sustancias químicas.

Productos de tabaco ilícitos: Productos de tabaco fabricados en plantas de producción legales o clandestinas que no han sido declaradas ante las autoridades fiscales, o productos de tabaco que se fabrican en una jurisdicción y se transportan ilegalmente a otra para evitar pagar los impuestos correspondientes.

Productos de tabaco inhalables: Productos de tabaco diseñados para consumirse mediante inhalación. La nicotina, los tóxicos mortales y otras sustancias químicas se liberan a través de un proceso conocido como “combustión e inhalación”. Los productos de tabaco inhalables son, entre otros, los cigarrillos, los puros, los cigarros, los purillos, los porros, los bidis, los kreteks, las pipas para puros y las pipas de agua.

Productos de tabaco sin humo: Productos de tabaco que se consumen por medios distintos a la inhalación. Se pueden mascar, aspirar o colocar entre los dientes y las encías. Los productos de tabaco sin humo son, entre otros, el tabaco para mascar, el rapé húmedo, el tabaco en polvo, el snus, la gutka, el khaini, la nuez de areca y los productos de tabaco solubles.

Tabaco para pipa de agua: Tabaco que se fuma a través de un instrumento de una o varias boquillas en el cual el humo pasa por un depósito de agua, generalmente de vidrio, antes de ser inhalado. El tabaco para pipa de agua suele tener sabor y, según el país, puede denominarse narguile, huqqah, shisha, sheesha, nargilah, narghile, arghlla o qalyan.

Introducción

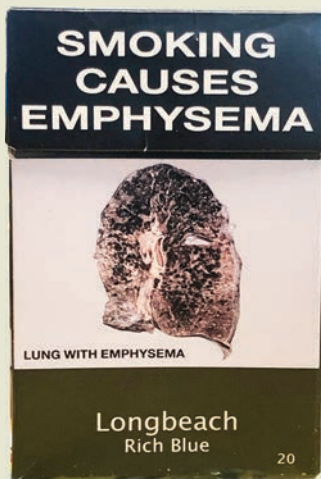
Las empresas tabacaleras usan los paquetes de los productos de tabaco como una forma de promocionar y comercializar sus productos y aumentar las ventas. Ante la ausencia de requisitos legales respecto del empaquetado y el etiquetado, la industria tabacalera produce paquetes atractivos que permiten reconocer la marca mediante colores llamativos, diseños y marcas registradas. Las empresas tabacaleras aprovechan todos los elementos que componen los paquetes de los productos de tabaco para comercializarlos, por ejemplo la película exterior, la cinta desprendible, el soporte interior, las etiquetas y lo que se coloca dentro del paquete.

El artículo 11 del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la Organización Mundial de la Salud requiere que las partes adopten e implementen políticas efectivas de empaquetado y etiquetado. En las pautas para la implementación del artículo 11 (pautas del artículo 11) se recomiendan medidas para aumentar la eficacia de los requisitos del Convenio. Entre ellas, se encuentran las siguientes:

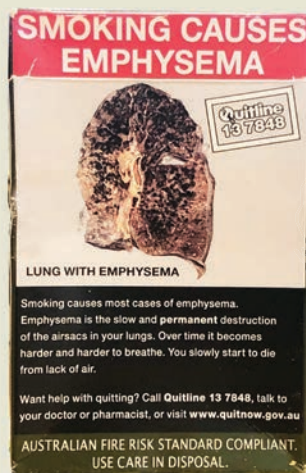
- Prohibición de empaquetados y etiquetados que sean falsos, confusos, engañosos o que puedan crear una impresión errónea sobre las características, los efectos sobre la salud, los riesgos o las emisiones de un producto de tabaco.
- Etiquetas de advertencia sanitaria grandes y alternantes impresas en las zonas destacadas del paquete, la caja y el empaquetado y etiquetado externos de los productos de tabaco.
- Información descriptiva o cualitativa sobre los componentes relevantes y las emisiones de los productos de tabaco.
- Empaquetado neutro.

Muchos países han implementado con éxito medidas de empaquetado y etiquetado de conformidad con el artículo 11 del CMCT y sus pautas. Estas políticas han tenido repercusiones cuantificables en la reducción del consumo de tabaco y de las percepciones erróneas de los consumidores. Australia, Uruguay y Nepal son ejemplos de países que han implementado medidas integrales y efectivas de empaquetado y etiquetado de conformidad con el artículo 11 del CMCT.

Australia



Frente del paquete



Dorso del paquete

Desde diciembre de 2012, Australia exige que los productos de tabaco tengan empaquetado “neutro”. Después de controlar distintas variables, el Departamento de Salud de Australia publicó una revisión posterior a la implementación según la cual, entre diciembre de 2012 y septiembre de 2015, el empaquetado neutro de los productos de tabaco en ese país, en combinación con las etiquetas de advertencia sanitaria ilustradas, fue la causa de aproximadamente una cuarta parte de la disminución total en la prevalencia del consumo de tabaco.¹

Uruguay



Frente del paquete



Dorso del paquete

El decreto n.º 514 del Ministerio de Salud Pública del Uruguay, promulgado en 2009, permite un solo diseño para el paquete (es decir, solo se permite una variante de la familia de marcas) y ha tenido un efecto positivo en las percepciones y comportamientos de los fumadores en el Uruguay. Por ejemplo, el porcentaje de fumadores que creía erróneamente que los cigarrillos “light” eran menos dañinos que los cigarrillos normales disminuyó del 29 % al 15 % después de implementar el requisito del diseño único para los paquetes.²

Nepal



Frente del paquete



Dorso del paquete

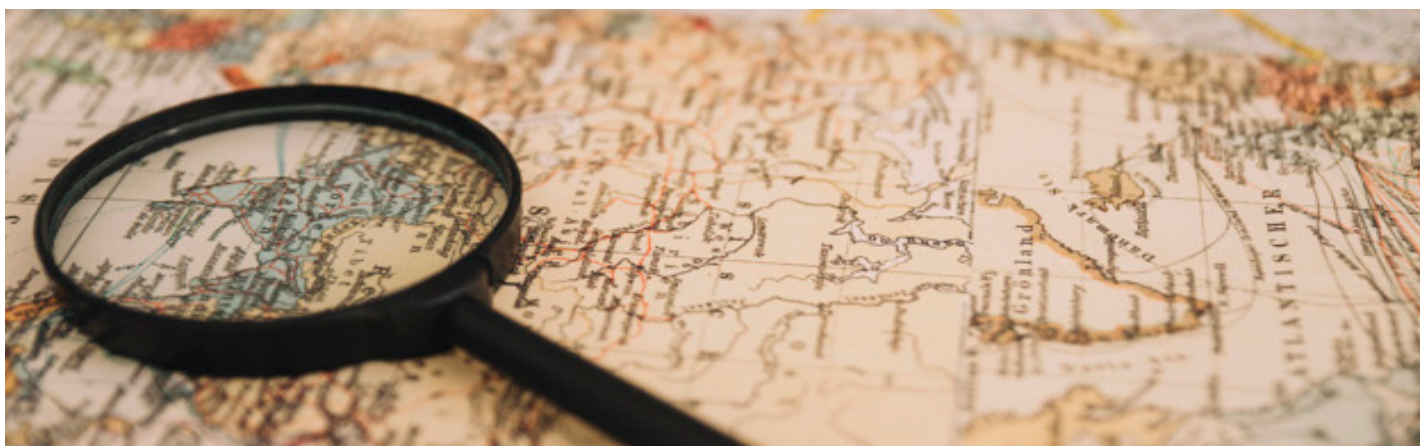
La Directiva sobre la Impresión de Mensajes de Advertencia e Imágenes en Envases, Paquetes, Cajas y Materiales de Empaquetado de Productos de Tabaco (2014) de Nepal exige una etiqueta de advertencia sanitaria 90 % ilustrada en la parte superior de ambos lados del paquete de los productos de tabaco. Estas advertencias han sido efectivas para promover el abandono del hábito de fumar. En un estudio se descubrió que, en los últimos 12 meses, el 21,8 % de los encuestados hizo un intento por dejar de fumar debido a una etiqueta de advertencia sanitaria ilustrada.³

La evaluación del cumplimiento es una forma importante de supervisar la implementación de las normas de empaquetado y etiquetado en cualquier país. La Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins (JHSPH), Campaign for Tobacco-Free Kids (CTFK) y la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias (The Union) elaboraron esta guía práctica para ayudar a los distintos grupos de la sociedad civil a evaluar si las empresas tabacaleras cumplen con los requisitos de empaquetado y etiquetado según lo especificado por las leyes y las normas del país.

En esta guía se explica paso a paso cómo evaluar el cumplimiento de las normas de empaquetado y etiquetado. Teniendo en cuenta las limitaciones prácticas que pueden enfrentar los grupos de la sociedad civil al tratar de realizar sus propias evaluaciones, se ofrecen diferentes opciones para llevarlas a cabo. La primera opción requiere la menor cantidad de recursos, mientras que las opciones posteriores se podrán utilizar si se dispone de recursos adicionales. En otras secciones, se detallarán otras disposiciones de empaquetado y etiquetado que los promotores pueden evaluar utilizando esta guía, como los componentes y la información sobre emisiones y el empaquetado neutro/normalizado. Cabe destacar que esta guía se puede adaptar para usar con diferentes tipos de productos de tabaco. La guía incluye varios apéndices con información adicional que se pueden utilizar al evaluar el cumplimiento.

Paso 1

Conocer las normas que rigen el empaquetado y el etiquetado de los productos de tabaco en su país o jurisdicción



Para decidir cuál es el tipo de estudio del cumplimiento que debe realizar, primero debe conocer las políticas de empaquetado y etiquetado de su país o jurisdicción a fin de saber cómo se aplican a los productos de tabaco. A veces, las leyes de empaquetado y etiquetado no son exhaustivas (es decir, no se aplican a todos los productos de tabaco o no abordan todas las disposiciones del artículo 11 del CMCT). Véase a continuación.

Existen recursos para que pueda encontrar la legislación y las normas más actuales. La mayoría de los organismos gubernamentales, como los ministerios de salud, ponen sus leyes y normas a disposición del público, y a menudo se puede acceder a ellas por Internet. También dispone de otros recursos por medio de organizaciones no gubernamentales, tales como la base de datos de leyes para el control del tabaco desarrollada por CTFK. Hay abogados que actualizan el sitio web, el cual proporciona documentos legislativos sobre el tabaco específicos para cada país que se pueden descargar en formato PDF, junto con un análisis detallado de las disposiciones de empaquetado y etiquetado de cada país en comparación con el CMCT de la OMS y sus pautas. También se pueden descargar resúmenes informativos. Muchos países publican análisis de sus políticas en el sitio web

(hasta febrero de 2020, hay leyes de 208 países y análisis de 123 países). Consulte el Apéndice A para obtener más información.

Las empresas tabacaleras son responsables de cumplir con las políticas de empaquetado y etiquetado de productos de tabaco correspondientes a cada país. Por lo general, se oponen a las normas integrales de empaquetado y etiquetado. Las estrategias de oposición incluyen procesos judiciales, en donde argumentan que no es posible cumplir con las normas propuestas, como aumentar el tamaño de las etiquetas de advertencia sanitaria ilustradas que aparecen en sus productos. Es importante que se realicen estudios del cumplimiento para documentar cualquier infracción o interpretación dudosa de la ley. Si una ley o norma para el control del tabaco se malinterpreta, la documentación proporciona datos probatorios importantes a los gobiernos que tienen la responsabilidad de hacer cumplir la ley.

Las políticas de empaquetado y etiquetado abarcan una serie de disposiciones diferentes. Antes de diseñar el estudio del cumplimiento, es fundamental conocer las cuatro disposiciones principales de empaquetado y etiquetado:

Etiquetas de advertencia sanitaria

Las pautas del artículo 11 del CMCT establecen que “se ha demostrado que las advertencias y mensajes sanitarios correctamente diseñados que se colocan en los paquetes de productos de tabaco son un medio rentable para aumentar la conciencia pública sobre los efectos del consumo de tabaco en la salud y son eficaces para reducir el consumo de tabaco”.⁴ Los datos científicos demuestran que la eficacia de las etiquetas de advertencia sanitaria aumenta con el tamaño. Cuanto más grande es la advertencia, más eficaz resulta. Los diferentes elementos de diseño de las etiquetas de advertencia sanitaria son el tipo (ilustración o solo texto), la cantidad (una o varias), el sistema de alternancia, la ubicación en el paquete (arriba o abajo; al frente y al dorso o a los costados), el tamaño (como porcentaje de las áreas visibles principales), el contenido del mensaje, el color, el fondo, los idiomas principales, la atribución, la información sobre la línea telefónica para dejar de fumar y la tipografía (fuente, tamaño y color).

Información sobre los componentes y las emisiones

El artículo 11 del CMCT especifica que el empaquetado y el etiquetado de los productos de tabaco “deberán contener información sobre los componentes y las emisiones relevantes definidos por las autoridades nacionales”.⁵ Esta información debe aparecer en mensajes o declaraciones cualitativas o descriptivas, y las pautas recomiendan no incluir cifras ni volúmenes de emisiones. Un ejemplo de un mensaje que se adapta a las recomendaciones de las pautas es el siguiente: “El humo de estos cigarrillos contiene benceno, una sustancia cancerígena”.

Empaquetado y etiquetado engañosos

El artículo 11 del CMCT exige que las partes prohíban todo empaquetado y etiquetado que promueva los productos de tabaco por medios “falsos, confusos, engañosos o que puedan crear una impresión errónea sobre sus características, efectos sobre la salud, peligros o emisiones”.⁵ Esto incluye cualquier término, descriptor, marca registrada, figura u otro signo que cree, directa o indirectamente, la falsa impresión de que determinados productos de tabaco son menos dañinos que otros. Algunos ejemplos son descriptores de marca como “light”, “bajo contenido de alquitrán”, “orgánico” y “natural”.

Empaquetado neutro o normalizado

Las pautas del artículo 11 del CMCT exhortan a las partes a considerar “medidas para restringir o prohibir el uso de logotipos, colores, imágenes de marca o información promocional en los paquetes que no sean el nombre de la marca o del producto en un color y estilo de fuente estándar (empaquetado neutro)”.⁴

Paso 2

Definir el objetivo de la evaluación

Las evaluaciones del cumplimiento solo se deben realizar si sirven para un fin estratégico. Es fundamental saber por qué se evalúa el cumplimiento y, en última instancia, cómo se van a utilizar los resultados.

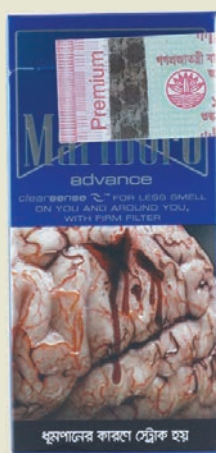
Hay muchas razones por las que sería conveniente evaluar el cumplimiento. Por lo general, las evaluaciones del cumplimiento han sido herramientas útiles para que los promotores informen a los encargados de formular políticas

y a los organismos gubernamentales sobre la necesidad de incrementar la aplicación de las normas actuales para el control del tabaco. El objetivo de estos estudios del cumplimiento es detectar el incumplimiento de la ley o las normas. Los resultados pueden usarse para encontrar brechas en la implementación, proporcionar datos probatorios que demuestren por qué deben resolverse las lagunas o disposiciones legales deficientes, y revelar aspectos de las normas que se puedan ampliar más.

Bangladés



Frente del paquete



Dorso del paquete
(sello fiscal visible)



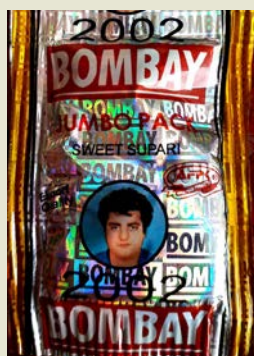
Costado
del paquete

La Ley de Control y Consumo de Productos de Tabaco y Tabaquismo de Bangladés (2013) exige que se exhiban etiquetas de advertencia sanitaria ilustradas en el paquete de cigarrillos y en el empaquetado exterior (por ejemplo, la caja), que el texto esté redactado en el idioma principal del país y que los sellos no cubran las etiquetas de advertencia sanitaria. Sin embargo, la ley no aborda la divulgación de los componentes cualitativos y las emisiones en el paquete, sino que solo define en líneas generales los descriptores engañosos prohibidos en el empaquetado y etiquetado (véase la frase “smooth taste” [“sabor suave”] resaltada en el costado del paquete).

Pakistán



Frente del paquete
de cigarrillos



Frente del paquete
de nuez de areca

La ley de Pakistán, SRO 127 (KE)/2017, exige que las etiquetas de advertencia sanitaria ilustradas cubran el 60 % del paquete. Sin embargo, esta ley solo se aplica a los productos de tabaco inhalables, como los cigarrillos y bidis industriales, y no a los productos de tabaco sin humo.

Fotografía: Dr. Ziauddin Islam



Parte inferior del paquete

La Directiva sobre la Impresión de Mensajes de Advertencia e Imágenes en Envases, Paquetes, Cajas y Materiales de Empaquetado de Productos de Tabaco (2014) de Nepal exige una etiqueta de advertencia sanitaria 90 % ilustrada en la parte superior de ambos lados del paquete y prohíbe los descriptores engañosos, como “bajo contenido de...”, “light”, “ultra”, “suaves” y “extra”. También prohíbe distorsionar, dañar, ocultar o cubrir el mensaje de advertencia y la imagen. La directiva se aplica a todos los productos de tabaco. Está prohibido incluir cifras sobre alquitrán y monóxido de carbono. Sin embargo, la ley exige que los fabricantes incluyan la cantidad de nicotina en el paquete del producto de tabaco.

Los estudios del cumplimiento no se limitan al tipo de evaluación descrita anteriormente. Otros objetivos de los estudios del cumplimiento pueden ser los siguientes:

- Evaluar el cumplimiento de la ley: La evaluación del cumplimiento puede realizarse por diferentes razones. La más habitual es evaluar si los fabricantes de productos de tabaco cumplen con lo que indica la ley. Si los paquetes tienen las advertencias sanitarias requeridas, en las evaluaciones del cumplimiento se pueden documentar discrepancias en su aspecto entre los fabricantes o la inclusión de advertencias imprevistas. En tales casos, evaluar el cumplimiento también sirve para descubrir “áreas grises” y lagunas legales. Un argumento frecuente de la industria tabacalera en contra de las políticas de empaquetado y etiquetado es que los requisitos son onerosos y que los fabricantes necesitarán más tiempo que el asignado por el gobierno para cumplirlos. En tales casos, una evaluación del cumplimiento que documente la capacidad, aunque sea parcial, de algunos fabricantes para cumplir con la ley se puede utilizar para demostrar que efectivamente es posible implementar dicha ley.
- Informar a los encargados de formular políticas y a las partes interesadas: Las evaluaciones del cumplimiento se pueden utilizar para informar a los encargados de formular políticas, a los comerciantes minoristas, a la sociedad civil o al público en general sobre la existencia de leyes de empaquetado y etiquetado, la situación en cuanto al cumplimiento y los aspectos que requieren atención o mejora.
- Crear una base de datos probatorios para acciones legales: En los países donde las empresas tabacaleras ignoran descaradamente las políticas de empaquetado y etiquetado, los estudios del cumplimiento pueden usarse para documentar infracciones de la ley. Esos datos probatorios podrían usarse para imponer multas en un tribunal de justicia o iniciar una demanda legal contra la industria por incumplir las leyes.
- Evaluación de los avances: Se pueden utilizar estudios del cumplimiento periódicos para evaluar los avances de la implementación de una ley de empaquetado y etiquetado mediante el registro de los cambios en el cumplimiento durante un período determinado.



Paso 3

Evaluar y garantizar los recursos

Para realizar el estudio del cumplimiento, debe saber qué recursos tiene a su disposición y cuáles no. Es importante contemplar cualquier oportunidad que pueda tener para obtener recursos adicionales, como un capital inicial o subsidios de gobiernos o universidades para realizar estudios científicos locales. Los recursos clave para una evaluación del cumplimiento son la mano de obra, los materiales de investigación y la ayuda económica.



Mano de obra

Al formar el equipo, contemple los siguientes roles:

- **Coordinador del proyecto:** Responsable de verificar que se lleven a cabo todas las tareas del estudio según el cronograma y las normas establecidas. El coordinador garantiza que los encargados de recopilar los datos tengan todos los materiales y la capacitación necesarios antes de la fase de recopilación. El coordinador también sirve como el referente de los encargados de recopilar los datos en caso de que tengan dificultades al realizar observaciones en el campo.
- **Encargados de recopilar los datos:** Puede ser personal pago o voluntarios seleccionados. En ambos casos, deben estar debidamente capacitados para recopilar datos en el campo.
- **Expertos técnicos y analistas de datos:** Deben consultarse para garantizar que el método de muestreo y las herramientas de recopilación de datos sean los adecuados. En algunos estudios, estos miembros del equipo analizan los datos recopilados.

Los estudios del cumplimiento son más eficaces si se trabaja con un equipo de personas que realicen la evaluación. Es importante considerar asociarse con organizaciones o instituciones cuyo personal tenga las habilidades técnicas necesarias. Al formar el equipo de investigación, considere colaborar con universidades locales o con una organización local de políticas, promoción o investigación. Al colaborar con estas organizaciones, se puede reunir a personas con distintas habilidades que ayudarán a perfeccionar la evaluación.



Materiales

Los estudios del cumplimiento son de carácter observacional. Teniendo esto en cuenta, los materiales necesarios para realizar el estudio en el campo pueden ser mínimos. Algunos materiales que tal vez deba comprar son ciertos útiles, como formularios de recopilación de datos, bolsas de plástico y etiquetas autoadhesivas o de dirección para clasificar los paquetes. Puede ahorrar dinero almacenando los datos en formato electrónico mediante plataformas en línea o móviles, cuando corresponda, en lugar de imprimir copias de los formularios de recopilación de datos.

Otros materiales que deberá tener en cuenta más adelante en el proceso de divulgación son informes, fichas informativas u otros materiales impresos. Para la fase de divulgación, quizás sea posible compartir el costo de estos materiales con colaboradores, como ONG, organizaciones de promoción o instituciones académicas.

Costos del trabajo de campo

Los costos que se deben tener en cuenta son los gastos de transporte para viajar a las zonas de muestreo, el dinero en efectivo para pagar los productos de tabaco y el costo del tiempo dedicado por el personal que hará el trabajo de campo. Sea consciente de la cantidad de horas por día que el personal puede dedicar a la recopilación de datos.

Los costos asociados con la evaluación del cumplimiento dependen del alcance, del tiempo, de los materiales y del presupuesto. Si los recursos son limitados, hay formas de lograr que los estudios del cumplimiento sean más asequibles sin sacrificar el rigor. Como se mencionó en este capítulo, las asociaciones son una excelente manera de compartir los costos. Las universidades locales pueden ser una fuente ideal de voluntarios con conocimiento técnico, ya que es posible que los estudiantes deban realizar trabajo voluntario para cumplir con sus requisitos de graduación. Además, los estudiantes suelen saber usar la tecnología utilizada para el proceso de recopilación de datos, por lo que el tiempo necesario para capacitarlos es menor.

Paso 4

Determinar el alcance



Gracias al conocimiento obtenido en el paso 1, ya sabrá cuáles son las políticas de empaquetado y etiquetado de su país o jurisdicción. Una vez que haya definido el objetivo del estudio del cumplimiento en el paso 2 y garantizado los recursos descritos en el paso 3, debe determinar el alcance de la evaluación. El alcance del estudio influirá en gran medida en el plazo para realizarlo. Debe considerar los siguientes dos factores al determinar el alcance del estudio.

Respecto de las políticas

¿En qué política busca influir con el estudio del cumplimiento? ¿Espera resaltar la necesidad de enmiendas legislativas para cerrar las lagunas legales existentes? ¿O quiere destacar la falta de aplicación o cumplimiento en una zona geográfica en particular? Una consideración primordial al determinar el alcance del estudio es volver a confirmar cómo piensa utilizar los resultados. El objetivo desarrollado en el paso 2 debe coincidir con el alcance. Si, por ejemplo, cree que un fabricante local podría estar incumpliendo la ley nacional, puede centrar el estudio y la evaluación del cumplimiento en la muestra de productos de un ámbito geográfico local.

Alcance de la información

Considere las disposiciones específicas de empaquetado y etiquetado que desea valorar en la evaluación del cumplimiento. Es importante establecer un límite razonable respecto de la exhaustividad de los datos que pretende recopilar y analizar. Por ejemplo, tal vez se proponga medir los criterios de empaquetado y etiquetado culturalmente específicos (colores, símbolos, imágenes o frases que denoten un cierto significado). Un análisis completo de estas características sería costoso y requeriría más personal o voluntarios. Por lo tanto, sería importante reducir las disposiciones que se evaluarán a un número razonable, teniendo en cuenta los recursos que precisó en el paso 3.

Al definir el alcance de la información, puede ser útil redactar objetivos SMART. Su alcance debe ser específico, medible, alcanzable, realista y temporal (SMART, por sus siglas en inglés). En la siguiente página, se brinda un ejemplo hipotético de criterios SMART.



En esta guía se recomienda contemplar las siguientes preguntas para determinar la información que busca recopilar:

- ¿Qué requisitos de las leyes o normas le interesa estudiar? Por ejemplo, ¿evaluará el tamaño de las etiquetas de advertencia sanitaria?
- ¿Qué tipo de producto de tabaco? ¿Se centra en productos inhalables o sin humo? ¿Desea estudiar el cumplimiento de un tipo de producto de tabaco o de todos los productos de tabaco (por ejemplo, cigarrillos, bidis, puros, puritos, pipas de agua, tabaco sin humo) que se comercializan en su país?
- ¿Qué marca de tabaco desea estudiar? ¿Busca estudiar un subconjunto específico de marcas de tabaco?
 - o Puede elegir la marca más popular de su país o distintas marcas según otros criterios relevantes.
 - o Otras opciones podrían ser un estudio del cumplimiento de marcas internacionales, marcas locales o marcas de primer nivel, etc., o un censo de todas las marcas del mercado (todas las marcas registradas o por muestreo).
- ¿Cómo tratará los paquetes ilícitos en sus procesos de recopilación y análisis de datos y en la divulgación de los resultados?



Fijar un cronograma

Un componente importante de la evaluación del cumplimiento es fijar un cronograma que le permita prepararse adecuadamente para todos los pasos prácticos necesarios. Una buena planificación también garantizará que pueda maximizar el uso de los resultados. Consulte el ejemplo de cronograma del Apéndice B.

Al fijar un cronograma, considere cómo le gustaría utilizar los resultados del estudio. Puede pensar si hay un momento ideal para publicar los resultados. Por ejemplo, tal vez logre una mayor repercusión entre los encargados de formular políticas si publica los resultados durante una sesión legislativa o un año después de la promulgación de una ley. Si hay una fecha en la que tiene la intención de publicar los resultados, esta debería ser la fecha de finalización que indique en el cronograma. Puede ir hacia atrás desde esa fecha para conformar la muestra, desarrollar el protocolo, obtener la aprobación de las autoridades, garantizar los recursos, capacitar al equipo de investigación y a los encargados de recopilar los datos, recopilar los datos, analizarlos, redactar los resultados, confeccionar un resumen de políticas y divulgar los hallazgos.

Debe incorporar algunas tareas importantes al cronograma. Esas tareas se pueden organizar en tres partes:

1

Antes de recopilar los datos: Esta es la fase de planificación. Ocurre antes de recopilar cualquier tipo de datos. Al calcular cuánto tiempo llevará completar esta etapa, tenga en cuenta cuánto tiempo le llevará obtener los recursos necesarios para realizar el estudio, como la financiación, el personal y la coordinación de los traslados. Del mismo modo, tenga en cuenta cuánto tiempo llevará reunir a los socios relevantes, conformar una muestra y acordar los procedimientos de recopilación de datos. Por último, deberá probar los procedimientos y herramientas de recopilación de datos antes de usarlos durante la evaluación real. Tenga en cuenta cuánto tiempo le llevará poner a punto estas herramientas.

2

Capacitación y recopilación de datos: Esta es la fase de recopilación de datos. Consiste en la capacitación del personal que recopilará los datos y en la recopilación de datos en sí misma. Algunas cuestiones importantes son saber si los encargados de recopilar los datos han hecho anteriormente trabajo de campo y si conocen la logística que requiere dicho trabajo (por ejemplo, cuánto tiempo llevará completar la recopilación de datos en una zona geográfica muy transitada). ¿Los encargados de recopilar los datos pueden trabajar varios días consecutivos o se tomarán un descanso entre los días en que recopilen datos? Si este estudio se realiza en varias jurisdicciones, ¿cuánto tiempo llevará viajar de una jurisdicción a otra? ¿Hay factores climáticos o feriados en esta época del año que puedan retrasar la recopilación de datos?

3

Después de recopilar los datos: Esta fase implica la codificación, el análisis y la divulgación de los resultados. Algunas cuestiones para tener en cuenta son la cantidad de datos que debe analizar y si tiene un equipo interno para llevar a cabo el análisis y crear documentos de divulgación, o si será necesario recurrir a un tercero para ello.

V

Paso 6

Conformar la muestra

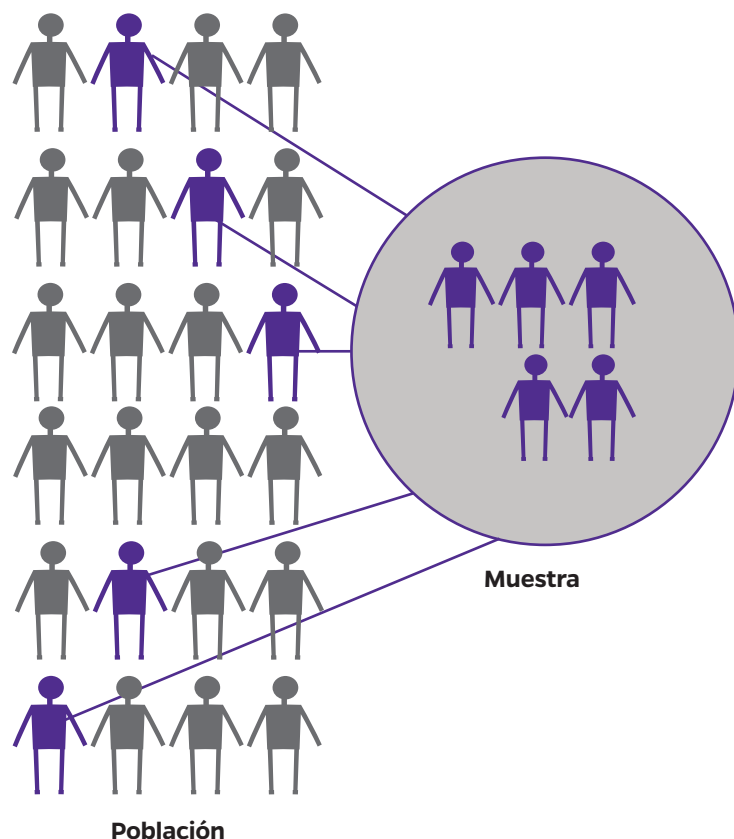
Antes de comenzar a recopilar datos, deberá conformar la muestra. En las investigaciones, una población es la totalidad de las unidades que se examinan, por ejemplo objetos o seres humanos. Una muestra es una parte de la población que se selecciona para observar y representa a todo el grupo. Una unidad de muestreo es la unidad individual que se observa.

En este caso, la población son todos los paquetes de productos de tabaco que se comercializan en la jurisdicción de estudio (específicamente, los paquetes de los tipos de productos de tabaco que seleccionó en el paso 4 para determinar el alcance del estudio). Sin embargo, sería imposible observar toda la población de paquetes de productos de tabaco. Por lo tanto, se debe seleccionar una muestra. Utilizaremos el grupo de paquetes de productos de tabaco observados (muestra) para extraer inferencias o conclusiones sobre el cumplimiento de todos los paquetes de productos de tabaco del mercado (población).

La unidad de muestreo es cada paquete del producto de tabaco. Como se supone que un paquete de una variante de marca (consulte el Glosario; por ejemplo, Marlboro Red) será idéntico a los demás de la misma variante, sería esperable que un solo paquete de un producto de tabaco por variante de marca represente el cumplimiento general de esa variante en el mercado de esa jurisdicción.

Para la evaluación se deberá elegir un subconjunto de lugares (por ejemplo, ciudades, distritos o vecindarios) y tiendas con productos de tabaco a la venta para observar o recolectar paquetes de productos de tabaco. Su elección dependerá del alcance de la evaluación y de los recursos que tenga.

En esta sección, describiremos los métodos que se utilizan habitualmente para conformar una muestra para la vigilancia de los paquetes de productos de tabaco. Además, analizaremos los aspectos que deberá tener en cuenta al elegir los métodos y le brindaremos orientación sobre los métodos que pueden ser más adecuados en función del objetivo, del alcance y de las diferentes cantidades de recursos de la evaluación.



Métodos de muestreo

Hay dos categorías generales de métodos de muestreo: 1) muestreo probabilístico y 2) muestreo no probabilístico. El muestreo probabilístico implica que las unidades de muestreo se eligen de tal manera que todas las unidades de la población tengan las mismas posibilidades de ser seleccionadas. El muestreo no probabilístico implica que las unidades de las poblaciones no tienen las mismas posibilidades de ser seleccionadas. En general, el muestreo no probabilístico se basa en el criterio subjetivo del equipo de investigación.

En las investigaciones en las que los paquetes de productos de tabaco son la unidad de muestreo, se han utilizado principalmente dos métodos de muestreo: 1) muestreo por conveniencia y 2) muestreo deliberado. Ambos son métodos de muestreo no probabilísticos. El muestreo por conveniencia se basa en elegir unidades de muestreo según la accesibilidad para el equipo de investigación. El muestreo deliberado se basa en la experiencia del investigador para elegir las unidades de muestreo según su conocimiento de la teoría y la práctica.

Muestreo por conveniencia

El muestreo por conveniencia puede ser útil si el objetivo es recopilar variantes específicas de marcas de productos de tabaco, todas las variantes de marcas de productos de tabaco incluidas en una lista de productos de tabaco registrados, o un número predeterminado de paquetes de productos de tabaco singulares, independientemente de la variante de marca. Al buscar paquetes de productos de tabaco específicos, el equipo de investigación podría dirigirse a cualquier zona o tienda de productos de tabaco que sea conveniente y observar o recolectar paquetes de productos de tabaco. En el trabajo de campo, con este método el equipo de investigación podría estudiar una o varias zonas de muestreo o tiendas de productos de tabaco cerca de su oficina, hasta que se haya observado o recolectado el número de variantes de marca previamente definido.

Muestreo deliberado

Si el objetivo es maximizar la amplitud y observar o recolectar tantas variantes de marcas de productos de tabaco como sea posible, o si no se puede obtener una lista de todas las variantes de marcas registradas en el mercado, el muestreo deliberado puede ser más adecuado. La teoría sobre la comercialización de productos de tabaco indica que la industria tabacalera se dirige a grupos de personas (por ejemplo, por edad, sexo, raza, ingresos, educación) utilizando tácticas de comercialización específicas. Según esto, diferentes productos o marcas de tabaco pueden estar a la venta en distintos lugares según el grupo demográfico que viva o trabaje en ellos. Por lo tanto, se aconseja tener en cuenta varias características al seleccionar ciudades o pueblos (si hay más de uno) y distritos o barrios. En el campo, el equipo de investigación puede visitar deliberadamente barrios de diferentes estratos socioeconómicos (ingresos altos, medios y bajos), así como una variedad de barrios en lo que respecta a la diversidad racial y étnica.

Selección de lugares en el país para recopilar datos

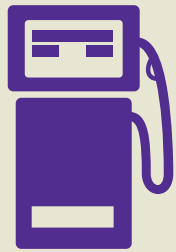
Ciudades o pueblos

Dependiendo de los recursos, el tiempo y otros factores, se pueden elegir una o más ciudades o pueblos en el país para recopilar los datos. Si solo se puede elegir un lugar, recomendamos elegir la capital o la ciudad más poblada, de ser posible. Si puede elegir más de un lugar para visitar, algunas características para tener en cuenta en un país son la ubicación geográfica, si se trata de una zona urbana/rural, la cultura, la etnia, la religión y el idioma o dialecto que se habla. Sugerimos elegir varias ciudades o pueblos para maximizar las posibilidades de observar diferentes paquetes de productos de tabaco. Si busca recopilar datos sobre las marcas de productos de tabaco que probablemente estén disponibles para la gran mayoría de la población, se recomienda elegir ciudades muy pobladas. Para lograr resultados que sean representativos del cumplimiento nacional, puede recopilar datos de ciudades o pueblos ubicados en diferentes subjurisdicciones (por ejemplo, estados, provincias).

Distritos o barrios

Al elegir distritos o barrios dentro de una ciudad o pueblo, sugerimos tener en cuenta las mismas características mencionadas anteriormente, así como la condición socioeconómica, para maximizar la amplitud. Se puede usar una medida indirecta para estimar la condición socioeconómica; las medidas indirectas de un resultado deseado se correlacionan con dicho resultado. En algunos casos, las ciudades publican datos sobre los ingresos, la educación y las ocupaciones por distrito o barrio. Sin embargo, es posible que estos datos no estén disponibles. Una medida indirecta podría ser la mediana del valor de la vivienda.

Tipos de tiendas de productos de tabaco



Estaciones de servicio



Tiendas de conveniencia



Supermercados

Elección de tiendas de productos de tabaco para recopilar los datos

Los métodos habituales para elegir tiendas a fin de recopilar datos son 1) reconocer tipos de tiendas donde los consumidores suelen comprar productos de tabaco, 2) seguir un protocolo de recorrida a pie para elegir tiendas o 3) una combinación de estos métodos.

1. Algunos ejemplos frecuentes de tipos de tiendas son las tiendas de conveniencia, las estaciones de servicio y los supermercados. Para maximizar la diversidad en cuanto a los paquetes de productos de tabaco recolectados, puede especificar de cuántas tiendas de cada categoría recopilará datos, o asegurarse de que

los encargados de recopilar los datos visiten al menos un ejemplar de cada tipo de tienda.

2. Existen diferentes variaciones de los protocolos de recorrida a pie, pero por lo general los encargados de recopilar los datos comienzan en una ubicación central en una zona de muestreo previamente definida y siguen una ruta de caminata sistemática para seleccionar las tiendas donde se recopilarán los datos. Un ejemplo de un protocolo de recorrida a pie es indicar a los encargados de recopilar los datos que se dirijan a una zona de muestreo previamente definida, seleccionen una ubicación inicial y, de espaldas a esa ubicación, recorran la zona circundante en busca de un centro de actividad comercial. Al recorrer el centro de actividad comercial hacia el extremo derecho (o izquierdo), los encargados de recopilar los datos pueden recorrer ambos lados de la calle y caminar hacia la enésima tienda de productos de tabaco que encuentren.

3. Lo ideal es combinar los dos métodos descritos anteriormente, lo cual implicará el uso de un

protocolo de recorrida a pie para buscar los tipos de tiendas ya definidos. En lugar de recopilar datos en la enésima tienda de productos de tabaco especificada por el protocolo de recorrida a pie, independientemente del tipo de tienda, los encargados de recopilar los datos los reunirían en el enésimo tipo de tienda de productos de tabaco indicado (por ejemplo, el tercer supermercado).

Consulte el Apéndice C para ver un diagrama de flujo sobre las decisiones que deben tomarse al conformar la muestra.



Desarrollar procedimientos y formularios para la recopilación de datos

Se deben desarrollar procedimientos y herramientas de recopilación de datos para orientar a los encargados de recopilar los datos sobre cómo reunir sistemáticamente los paquetes de productos de tabaco. En esta sección, describimos los procedimientos que detallan cómo los encargados de recopilar los datos pueden observar o recolectar sistemáticamente paquetes de productos de tabaco. También explicamos cuáles son las herramientas que se pueden desarrollar para utilizar durante el proceso de recolección.

Desarrollo de procedimientos

Al igual que con la estrategia de muestreo, los procedimientos de recopilación de datos dependerán del propósito de la evaluación y de los recursos disponibles. En la teoría, generalmente hay cuatro tipos de procedimientos utilizados para recopilar datos sobre paquetes de productos de tabaco:

1. Comprar los paquetes.
2. Observar los paquetes en la tienda.
3. Recolectar paquetes de la basura.
4. Una combinación de estos métodos.



Comprar paquetes de productos de tabaco en las tiendas: Esto implica seleccionar sistemáticamente paquetes singulares y comprarlos para codificarlos más adelante.

Selección sistemática de paquetes singulares

En los países que no han prohibido la exhibición de productos de tabaco en el punto de venta, los paquetes de tabaco generalmente se exhiben en las cajas registradoras de la tienda o, a veces, tienen su propio mostrador o caja registradora en las tiendas más grandes (como en algunos supermercados). Los paquetes de productos de tabaco también se pueden exhibir en una pared iluminada: un exhibidor grande con varios productos de tabaco que generalmente se coloca detrás del cajero y que suele estar decorado con logotipos de marcas de productos de tabaco, colores e información sobre precios. En casos como este, un procedimiento relativamente sencillo de implementar es indicarles

a los encargados de recopilar los datos que se coloquen de frente al exhibidor del producto y determinen los paquetes para comprar mirando las filas del exhibidor de manera sistemática (por ejemplo, de abajo hacia arriba, de izquierda a derecha) y comparando los paquetes en exhibición con lo que requiere el protocolo de compra. Puede ser útil o necesario comparar los paquetes en venta con una lista de los paquetes ya adquiridos. El uso de un archivo de fotos en un dispositivo móvil puede resultar muy útil (más información debajo). Los encargados de recopilar los datos también deben asegurarse de haber visto todos los paquetes de productos de tabaco en venta. Para eso, deben preguntarle al vendedor si están exhibidos todos los paquetes singulares que se venden.

En las jurisdicciones donde los comercios minoristas son menos formales o en comercios que no son de cadena, los paquetes de productos de tabaco pueden no exhibirse de manera tan organizada (o solo se exhiben algunas marcas, por ejemplo las más populares). En esos casos, es importante que los encargados de recopilar los datos se comuniquen con los comercios minoristas para asegurarse de ver todos los paquetes de productos de tabaco que se ofrecen para la venta.

En los países que han prohibido la exhibición de productos de tabaco, los vendedores solo pueden guardar los paquetes de productos de tabaco en depósitos donde los clientes no puedan verlos. En estos casos, los vendedores a veces pueden proporcionar una lista impresa de las variantes de marca que venden. Si bien una lista puede ser útil cuando concuerda con una lista que se está utilizando para la recopilación de datos, a menudo puede ser difícil distinguir entre diferentes variantes de marca si no tiene una lista para compararlas y depende del diseño de los paquetes para reconocerlas. En este caso, los encargados de recopilar los datos deberán interactuar con los minoristas para pedirles que les muestren los paquetes detrás del mostrador a fin de reconocer aquellos que aún no han comprado.

Al pensar en cómo los encargados de recopilar los datos reconocerán sistemáticamente paquetes singulares, considere si sería más fácil usar una lista o un archivo de fotos. Si va a comprar algunas variantes de marca específicas y tiene una lista en la mano, el proceso de compra de paquetes de productos de tabaco es muy sencillo. Por ejemplo, se podría usar una lista para marcar los paquetes que ya se han comprado. Si intenta comprar todas las variantes de marca o todos los paquetes singulares disponibles en el mercado, podría haber más de cien paquetes y quizás sea difícil reconocer rápidamente los paquetes en una lista. En este caso, puede ser útil crear una biblioteca de fotos donde se organicen las imágenes de los paquetes ya comprados para simplificar la recopilación de datos y limitar el tiempo que los encargados de recopilar los datos pasan en la tienda. Se puede crear una biblioteca de fotos de paquetes con una cámara o cualquier

dispositivo con cámara (por ejemplo, un teléfono celular o una tableta). Luego, se pueden tomar fotos de los paquetes observados o recolectados, organizar las fotos en carpetas (opcional, pero puede ser útil organizarlas en carpetas por marca) y consultarlas en las tiendas posteriores para detectar qué paquetes ya se han comprado.

La compra

A menudo, es útil enviar a los encargados de recopilar los datos en equipos de dos personas. Después de reconocer sistemáticamente los paquetes singulares, una persona puede pagar la compra mientras la otra organiza los paquetes.



A fin de facilitar el análisis, puede ser importante que los encargados de recopilar los datos registren la información que corresponde a la compra. Si los datos de interés se relacionan con la tienda (por ejemplo, el tipo de tienda, la fecha de compra, etc.), puede ser suficiente separar los paquetes comprados en diferentes bolsas o envases y registrar la información correspondiente después de la compra. Si los datos de interés corresponden al paquete (por ejemplo, el precio del paquete), colocar etiquetas en cada paquete con los datos relevantes es una forma rápida y sencilla de registrar la información en la tienda. Si el vendedor le entrega un recibo detallado, también se puede utilizar posteriormente para registrar los precios de los paquetes. Los paquetes que se compran se codificarán más adelante.

Otras cuestiones

Algo para tener en cuenta al hacer las compras es el tiempo que lleva reconocer los paquetes que aún no se han comprado y el tiempo que demora el minorista en tomar esos paquetes y registrarlos en la caja registradora. En muchos casos, este proceso puede llevar bastante tiempo. Algunos minoristas son muy amables y ayudan a los clientes que realizan compras importantes. Otros quizás estén muy ocupados atendiendo a otros clientes como para ayudar a los

encargados de recopilar los datos durante mucho tiempo. Puede ser útil que los encargados de recopilar los datos programen las visitas a las tiendas durante las horas de atención más tranquilas.

Otra cuestión para tener en cuenta es la reacción de los propietarios, gerentes o empleados de la tienda frente a los encargados de recopilar los datos. Algunos minoristas pueden sospechar o tener una reacción negativa ante ellos. Si les piden que se vayan, los encargados de recopilar los datos deben hacerlo.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
• No hay limitaciones de tiempo para la codificación: se pueden codificar los paquetes más adelante en la oficina. • No requiere tanto tiempo como observar paquetes en la tienda. • El minorista puede estar más dispuesto a ayudar si los encargados de recopilar los datos compran productos.	• Se requiere dinero para comprar los paquetes de productos de tabaco. • Puede generar una reacción negativa en el minorista. • Se requiere comunicación con el minorista (en especial si los productos de tabaco no están exhibidos).



2

Observar paquetes de productos de tabaco en la tienda: Esto implica reconocer sistemáticamente paquetes singulares y codificarlos en la tienda.

Muchas de las mismas consideraciones que se aplican a la compra de paquetes sirven para la observación, y los usuarios deben consultar las secciones “Selección sistemática de paquetes singulares” y “Otras cuestiones” para obtener más información. Las principales diferencias entre comprar y observar paquetes de productos de tabaco es la falta de división entre la recopilación y codificación de los datos y el tiempo adicional que los encargados de recopilar los datos deben pasar en la tienda.

Observación de paquetes

Los encargados de recopilar los datos deben registrar todos los paquetes que se vendan en la tienda y sean de interés para el estudio y pedirles a los minoristas que se los muestren para poder evaluarlos más a fondo dentro de la tienda. Los encargados de recopilar los datos deben mantenerse al margen de la caja registradora y de otros clientes y codificar los paquetes usando

una planilla de codificación breve. Se recomienda que los encargados de recopilar los datos también tomen fotos de los paquetes codificados para realizar controles de calidad de los datos en un momento posterior.

Si bien observar paquetes en el punto de venta tiene sus desventajas, hay algunas estrategias que los investigadores pueden tener en cuenta. El éxito de este método de investigación puede depender de las normas y prácticas sociales: en algunos lugares, los propietarios o gerentes de los comercios pueden estar más a favor de la investigación que en otros. Si se recopilan datos en una zona geográfica amplia, puede ser útil que los encargados de recopilar los datos visiten las zonas donde trabajan y viven para que puedan aprovechar sus contactos locales. También puede elegir encargados de recopilar los datos que conozcan el panorama del control del tabaco y las leyes de empaquetado y etiquetado de productos de tabaco. Además, es conveniente evitar las horas comerciales pico.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
- No se requiere dinero para comprar los paquetes de productos de tabaco. - Los datos se pueden analizar rápidamente, ya que la codificación se realiza en la tienda.	- Hay limitaciones de tiempo para la codificación, puesto que se limita la cantidad de datos que se pueden recopilar de cada paquete, y aumenta el potencial de errores de codificación debido al apuro. - Requiere pasar bastante tiempo en la tienda (más que si solo comprara paquetes). - Puede generar una reacción negativa en el minorista. - Se requiere comunicación con el minorista (en especial si los productos de tabaco no están exhibidos).

3

Recolectar paquetes de productos de tabaco de la basura: Esto implica visitar las zonas de muestreo y recolectar los paquetes que se hayan tirado a la basura o descartado.

Recolección de paquetes tirados a la basura o descartados

Para recolectar paquetes de productos de tabaco tirados a la basura se requieren procedimientos diferentes a los ya presentados. Se debe formar un equipo de encargados de recopilar datos para visitar las zonas de muestreo y recolectar todos los paquetes que se encuentren en la calle o en cubos de basura. Los encargados de recopilar los datos pueden recolectar todos los paquetes de productos de tabaco que encuentren, o bien el equipo de investigación puede especificar criterios para los paquetes que se deben recolectar. Por ejemplo, los criterios pueden tener en cuenta el daño causado al paquete del producto de tabaco o la advertencia sanitaria que figure en él. Si los encargados de recopilar los datos recolectan todos los paquetes de productos de tabaco, independientemente de los daños o las advertencias sanitarias, se pueden clasificar más adelante. Los paquetes se codifican después de recolectarlos y ordenarlos para detectar ejemplares duplicados.

Otras cuestiones

Algunas cuestiones particulares relacionadas con la recolección de paquetes de productos de tabaco de

la basura son la hora del día, el clima y el horario de recolección de residuos de cada jurisdicción. Para recolectar paquetes de productos de tabaco de la basura, es necesario estar al aire libre; por lo tanto, las horas de recopilación de datos deben limitarse a las horas del día o, si se hace sin luz diurna, se debe contemplar si hay alumbrado público. El clima también es una cuestión importante, tanto en los días de recopilación de datos como en los días previos. Por ejemplo, si llueve ese día o incluso días antes de la recopilación de datos, es muy posible que la lluvia arrastre o dañe los paquetes tirados a la basura. También puede ser muy incómodo para los encargados de recopilar los datos recolectar paquetes de la basura bajo la lluvia o en condiciones climáticas extremas, ya que pasarán la mayor parte del tiempo afuera. El cronograma de recopilación de datos también debe tener en cuenta el cronograma de recolección de residuos de cada jurisdicción. Por ejemplo, si la recolección de residuos de una zona específica se lleva a cabo todos los martes por la mañana, los encargados de recopilar los datos probablemente puedan recolectar más paquetes el lunes anterior a la recolección de residuos que los martes o miércoles.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
- No se requiere dinero para comprar los paquetes de productos de tabaco. - Los encargados de recopilar los datos no están limitados por un minorista en lo que respecta al tiempo para recolectar los paquetes. - Es un método habitualmente utilizado en la evaluación y la investigación del control del tabaco.	- La recopilación de datos depende de la hora del día, del clima y del horario de recolección de residuos definido para la jurisdicción. - Los paquetes de productos de tabaco pueden estar en mal estado o dañados. - La muestra se limita a lo que ha sido arrojado a la basura o descartado por los consumidores en espacios públicos.

4

Combinación de métodos

También se puede usar una combinación de los métodos descritos anteriormente. Por ejemplo, los paquetes recolectados con un procedimiento pueden complementar los recolectados mediante otros métodos. También se pueden usar dos procedimientos diferentes para equilibrar las ventajas y desventajas de cada uno.

Desarrollo de protocolos para el trabajo de campo y formularios de recopilación de datos

Protocolo para el trabajo de campo

Se deberá desarrollar un protocolo para el trabajo de campo a fin de orientar a los encargados de recopilar los datos. Los encargados de recopilar los datos deben consultar este protocolo durante la capacitación y en el trabajo de campo para recopilar los datos de manera unificada en los diferentes lugares de estudio o si intervienen distintas personas en el proceso.

El protocolo para el trabajo de campo debe incluir lo siguiente:

- Una breve descripción del objetivo y del alcance del estudio.
- Una descripción de los métodos de muestreo y de qué jurisdicciones y zonas de muestreo visitarán los encargados de recopilar los datos.
- Los tipos de tiendas que visitarán los encargados de recopilar los datos, una definición de cada tipo de tienda de productos de tabaco y las instrucciones del protocolo de recorrida a pie, si corresponde.
- Una lista de criterios sobre los paquetes de productos de tabaco que deben recolectarse u observarse. La lista debe incluir definiciones de diferentes tipos de productos de tabaco (por ejemplo, cigarrillos, kreteks, bidis, tabaco sin humo, etc.) y, si corresponde, imágenes de las advertencias sanitarias obligatorias que debe tener el paquete.
- Los procedimientos del estudio, así como los pasos que deben seguir los encargados de recopilar los datos antes de ingresar a la tienda y dentro de esta, y después de observar o recolectar los paquetes. Los procedimientos también deben especificar si los encargados de recopilar los datos deben decirle al minorista qué están haciendo, cuánta información deben proporcionarles y qué medidas tomar si el

minorista responde de forma negativa.

- Políticas de seguridad. Se debe indicar a los encargados de recopilar los datos que se vayan de los lugares donde no se sientan cómodos o donde su seguridad pueda verse amenazada. La seguridad es de suma importancia y debe priorizarse sobre todos los demás aspectos del estudio.
- Instrucciones sobre cómo deben organizarse y guardarse los paquetes de productos de tabaco y los formularios de recopilación de datos una vez completada la recopilación de los datos.



Formularios de recopilación de datos

Los formularios de recopilación de datos son una herramienta útil para registrar datos en el ámbito de los barrios, los distritos o las tiendas. Debe tener en cuenta el uso de formularios de recopilación de datos si busca realizar un análisis para evaluar el cumplimiento por tipo de tienda u otra característica del barrio o de la tienda, si desea regresar a los mismos lugares de recopilación de datos en un momento posterior (por ejemplo, para tomar fotos o llevar a cabo una segunda ronda de recopilación de datos), o si desea implementar mecanismos adicionales para garantizar el cumplimiento del protocolo.

El formulario de recopilación de datos puede imprimirse en papel o cargarse en un dispositivo electrónico utilizando una aplicación para teléfonos celulares o tabletas. Algunas aplicaciones permiten ingresar información en un formulario electrónico sin conexión y cargar los datos en una nube cuando se conectan a Internet. Algunos ejemplos de herramientas de recopilación de datos en línea son Qualtrics, doForms y Magpi. Consulte el Apéndice D, que incluye un ejemplo de formulario de recopilación de datos para el trabajo de campo.

	Ventajas	Desventajas
Formulario de recopilación de datos en papel	• Económico. • No requiere que los encargados de recopilar los datos usen dispositivos electrónicos.	• Menos discreto en lugares donde habitualmente se usan teléfonos y tabletas en público. • Debe registrarse manualmente en una hoja de cálculo o en una base de datos electrónica en un momento posterior, lo que puede crear demoras y más oportunidades de que se produzcan errores en el ingreso de los datos. • Posibilidad de que los formularios se pierdan o se dañen.
Formulario de recopilación de datos electrónico	• Discreto en lugares donde habitualmente se usan teléfonos y tabletas en público. • Los datos se pueden consultar fácilmente; el equipo de investigación puede hacer un seguimiento de los avances si tiene acceso a Internet, y los datos se cargan en una nube de inmediato o al final del día.	• Posibles costos asociados con los dispositivos electrónicos y las aplicaciones de encuestas. • Posibilidad de que algunos dispositivos electrónicos atraigan atención no deseada en ciertos lugares.



Crear una planilla de codificación de los paquetes

Reflexione sobre el alcance del estudio y utilice sus investigaciones previas sobre políticas y posibles lagunas legales a fin de crear una planilla de codificación que se utilizará para generar datos sobre su muestra de paquetes de productos de tabaco. Algunas variables relevantes pueden ser las siguientes:

- Requisito de etiquetas de advertencia sanitaria (¿las etiquetas de advertencia sanitaria son obligatorias en el país de compra?)
- Alternancia de las etiquetas de advertencia sanitaria (¿la etiqueta de advertencia sanitaria es de la ronda actual o de la anterior?)
- Tipo de etiqueta de advertencia sanitaria (ilustrada o solo texto)
- Contenido de la etiqueta de advertencia sanitaria
- Tipo de imágenes
- Tamaño de la etiqueta de advertencia sanitaria (como porcentaje de las áreas visibles principales o tamaño mínimo)
- Ubicación de la etiqueta de advertencia sanitaria en el paquete (frente, dorso, costados)
- Ubicación de la etiqueta de advertencia sanitaria en el área visible (parte superior del frente/dorso, parte inferior del frente/dorso)
- Idioma de la etiqueta de advertencia sanitaria
- Información sobre cómo dejar de fumar (por ejemplo, línea telefónica o sitio web para dejar de fumar)
- Ubicación del sello fiscal (¿cubre la etiqueta de advertencia sanitaria?)
- Inclusión de componentes descriptivos o cualitativos y mensajes sobre emisiones
- Inclusión de cifras sobre niveles de emisiones (por ejemplo, alquitrán, nicotina, monóxido de carbono)
- Presencia de descriptores engañosos (por ejemplo, “light”, bajo contenido de alquitrán, natural, orgánico)
- Número de unidades por paquete (por ejemplo,

en el caso de los cigarrillos o cigarritos) o cantidad en gramos por paquete (por ejemplo, en el caso del tabaco sin humo)

- Si el empaquetado es neutro o normalizado: uso de colores, logotipos o imágenes de marca; nombre del producto en fuente y color estándar; forma y material del paquete

OPCIONAL En el análisis se pueden usar variables adicionales para evaluar el cumplimiento de diferentes características del paquete y pueden ser las siguientes:

- Información sobre el fabricante
- Tamaño de la tipografía en el texto de las advertencias (por ejemplo, fuente de 12 puntos)
- Color de la tipografía y del fondo del texto de la etiqueta de advertencia sanitaria
- Proporción de imágenes y texto en la etiqueta de advertencia sanitaria
- Presencia de la frase “para su venta en [país]”
- Tipo de paquete (blando, rígido)
- Familia de marcas
- Descriptores de sabor (por ejemplo, mentol, fresa, chocolate, etc.)

Es importante que el esquema de codificación que cree sea válido. En las investigaciones, la validez se refiere a si se mide o no lo que se pretendía medir. Una forma de aumentar la validez es recurrir a investigaciones que ya existan y a planes de codificación que ya se hayan desarrollado y utilizado. Consulte el Apéndice A, que incluye enlaces a libros de códigos existentes divulgados por el proyecto del Sistema de Vigilancia de Paquetes de Productos de Tabaco y PhenX. Consulte el Apéndice E, que incluye un ejemplo de planilla de codificación.

Ejemplo de paquete y preguntas sobre codificación: Brasil



1. ¿El paquete tiene una etiqueta de advertencia sanitaria?

- ☒ Sí
☐ No

2. ¿La etiqueta de advertencia sanitaria incluye una imagen?

- ☒ Sí [combinación de texto e imagen]
☐ No [solo texto]

3. ¿Hay alguna etiqueta de advertencia sanitaria en el frente/dorso/costado del paquete?

- ☒ Frente
☒ Dorso
☒ Costado

4. ¿La etiqueta de advertencia sanitaria está ubicada en la parte superior/inferior del paquete?

- ☐ Parte superior
☒ Parte inferior

5. ¿La etiqueta de advertencia sanitaria del frente cubre el 30 % de la superficie, la del costado cubre el 100 % y la del dorso cubre el 100 %?

- ☒ Sí
☐ No

6. ¿Hay información sobre la línea para dejar de fumar en el paquete?

- ☒ Sí
☐ No

Principios clave para crear una planilla de codificación

1. Es un proceso iterativo

- Al crear la planilla de codificación, observe los paquetes existentes en el mercado y los de su muestra para ver cómo se ponen en práctica las políticas de empaquetado, y señale dificultades de codificación imprevistas.
- Una vez que haya creado la planilla de codificación, pruebe si funciona con una submuestra de la muestra. Si surgen discrepancias entre codificadores o dudas sobre la codificación, CORRIJA LA PLANILLA. Siga haciendo correcciones hasta tener una planilla de codificación que permita registrar lo necesario y pueda implementarse de manera confiable (es decir, que haya uniformidad entre los codificadores y dentro del trabajo de cada uno). No dude en modificar la planilla de codificación varias veces antes de terminarla.

2. Tenga cuidado

- Demuestre objetividad en la forma en que valora el cumplimiento de los paquetes y evalúe las políticas de manera prudente, ya que quizás tenga que justificar sus decisiones o su definición de cumplimiento frente a otros aliados u opositores del control del tabaco.
- En casos en que las políticas no sean específicas o estén redactadas de manera ambigua, lo mejor es consultar con un abogado o excluir estos requisitos de la codificación.



3. No se complique

- En función del tiempo y otros recursos disponibles, cuanto más simple sea la codificación, mejor. Por ejemplo, si los encargados de recopilar los datos codifican los paquetes en las tiendas, considere limitar la planilla de codificación a algunas preguntas clave que puedan responderse rápidamente. La codificación es casi siempre más complicada de lo que parece al principio.
- Considere usar un paquete normalizado de referencia con el que pueda comparar paquetes de muestra para evaluar el cumplimiento. Por ejemplo, si el paquete de referencia es del mismo tamaño que un paquete de muestra, el mejor método para la evaluación podría ser inspeccionarlo rápidamente a fin de evaluar si la etiqueta de advertencia sanitaria cubre el porcentaje obligatorio, en lugar de medir la advertencia y el paquete y hacer el cálculo.

4. Tome nota de las decisiones sobre la codificación

- Tome notas detalladas de las decisiones que tome sobre la codificación en caso de que le hagan preguntas más adelante o si desea enviar los resultados a una publicación más orientada a la investigación.



Paso 9

Capacitar a los encargados de recopilar los datos y llevar a cabo la recopilación

Capacitación de los encargados de recopilar los datos

Los encargados de recopilar los datos son esenciales para el estudio, y el equipo de investigación debe destinar una cantidad de tiempo adecuada a capacitarlos sobre los procedimientos de recopilación de datos. La capacitación debe incluir un análisis del objetivo del estudio, una descripción general del diseño del estudio, una descripción detallada de los procedimientos que se utilizarán para recolectar u observar paquetes de productos de tabaco y una explicación de cómo completar los formularios de recopilación de datos. Durante la capacitación, conviene usar una presentación de diapositivas con imágenes para ilustrar los procedimientos e imprimir copias del protocolo para el trabajo de campo y de los formularios de recopilación de datos, de modo que los encargados de recopilar los datos puedan seguir la presentación y tomar notas. Si se van a utilizar dispositivos electrónicos para tomar fotos o recopilar datos, la capacitación también debe incluir un tutorial sobre cómo usar los dispositivos y las aplicaciones relevantes.

Una vez que se hayan repasado los materiales de capacitación y se hayan respondido las preguntas, la capacitación se puede integrar a las actividades iniciales de recopilación de datos.

Recopilación de datos

Resulta útil que el coordinador del proyecto acompañe a los encargados de recopilar los datos mientras visitan las primeras tiendas o zonas de muestreo para responder las preguntas que surjan y asegurarse de que sigan los procedimientos de recopilación de datos, además de abordar dudas e incertidumbres que puedan presentarse durante el trabajo de campo.

Una vez que los encargados de recopilar datos estén listos para hacer su trabajo de manera independiente, deben comunicarse con el

coordinador del proyecto de manera regular para mantenerlo al tanto de los avances y abordar cualquier problema que surja durante el trabajo de campo. El coordinador del proyecto debe estar a disposición para responder preguntas y solucionar problemas durante el curso de la recopilación de datos y, si los datos se recopilan en el campo, asegurarse de que se carguen correctamente o se ingresen de manera manual en el momento oportuno.

Consideraciones especiales para la fase de recopilación de datos

Como se indicó anteriormente, la seguridad es de máxima prioridad. Cuando corresponda, las personas que estén familiarizadas con las zonas en las que se está trabajando deben ser consultadas durante las etapas de planificación, a fin de contribuir a la eficacia de la tarea recopilatoria y garantizar que las zonas de muestreo sean seguras para que los encargados de recopilar datos caminen y hagan su trabajo. Las inquietudes sobre la seguridad en una jurisdicción también pueden orientar el modo de recopilación de datos utilizado durante el trabajo de campo; por ejemplo, en algunos lugares puede ser más adecuado que los encargados de recopilar los datos usen dispositivos electrónicos discretos, como un teléfono celular, en lugar de dispositivos electrónicos grandes, como una tableta.

Si va a comprar paquetes de productos de tabaco, piense cómo los almacenará una vez que los tenga. Se aconseja guardar los paquetes de productos de tabaco en un armario al que solo pueda acceder el equipo de investigación. En el caso de que se compren paquetes de productos de tabaco, al final de cada día de trabajo los encargados de recopilar los datos deben regresar a la oficina del proyecto o a una ubicación designada (como una habitación de hotel, si se realiza la recolección de datos de forma remota) para guardar los paquetes de tabaco en un lugar seguro.

Asigne a los paquetes una identificación exclusiva

Después de recopilar los datos y antes de la codificación, a cada paquete de tabaco se le debe asignar un número o nombre de identificación exclusivo. Esta identificación exclusiva puede ser arbitraria o asignarse a cada paquete en función de criterios importantes sobre su aspecto. La identificación exclusiva se debe ingresar durante la codificación y utilizar como referencia para identificar paquetes a lo largo del proceso de investigación. Algunos investigadores consideran útil almacenar cada paquete de productos de tabaco en una bolsa de plástico individual y colocarles una etiqueta autoadhesiva con la identificación exclusiva impresa.

Ejemplo de identificación exclusiva

La estructura de la identificación exclusiva para este paquete de cigarrillos de ejemplo incluye la abreviatura del país, la abreviatura de la ciudad, el número de zona y el número del paquete de cigarrillos. La abreviatura del país, la abreviatura de la ciudad y los números de zona deben asignarse de antemano. Los paquetes se pueden numerar a medida que se identifican.

--- / --- / --- / ---
País Ciudad N.º de zona N.º de paquete

Paquete comprado en EE. UU., distrito de Columbia, zona n.º 1, paquete n.º 1
EE. UU. / D.C. / 01 / 001

*El sistema de identificación exclusiva se puede crear para reconocer fácilmente cualquier información que sea más relevante para usted. Sin embargo, no recomendamos crear identificaciones exclusivas más largas que la del ejemplo, ya que puede resultar confuso y engorroso etiquetar los paquetes.



Paso 10

Codificar los paquetes

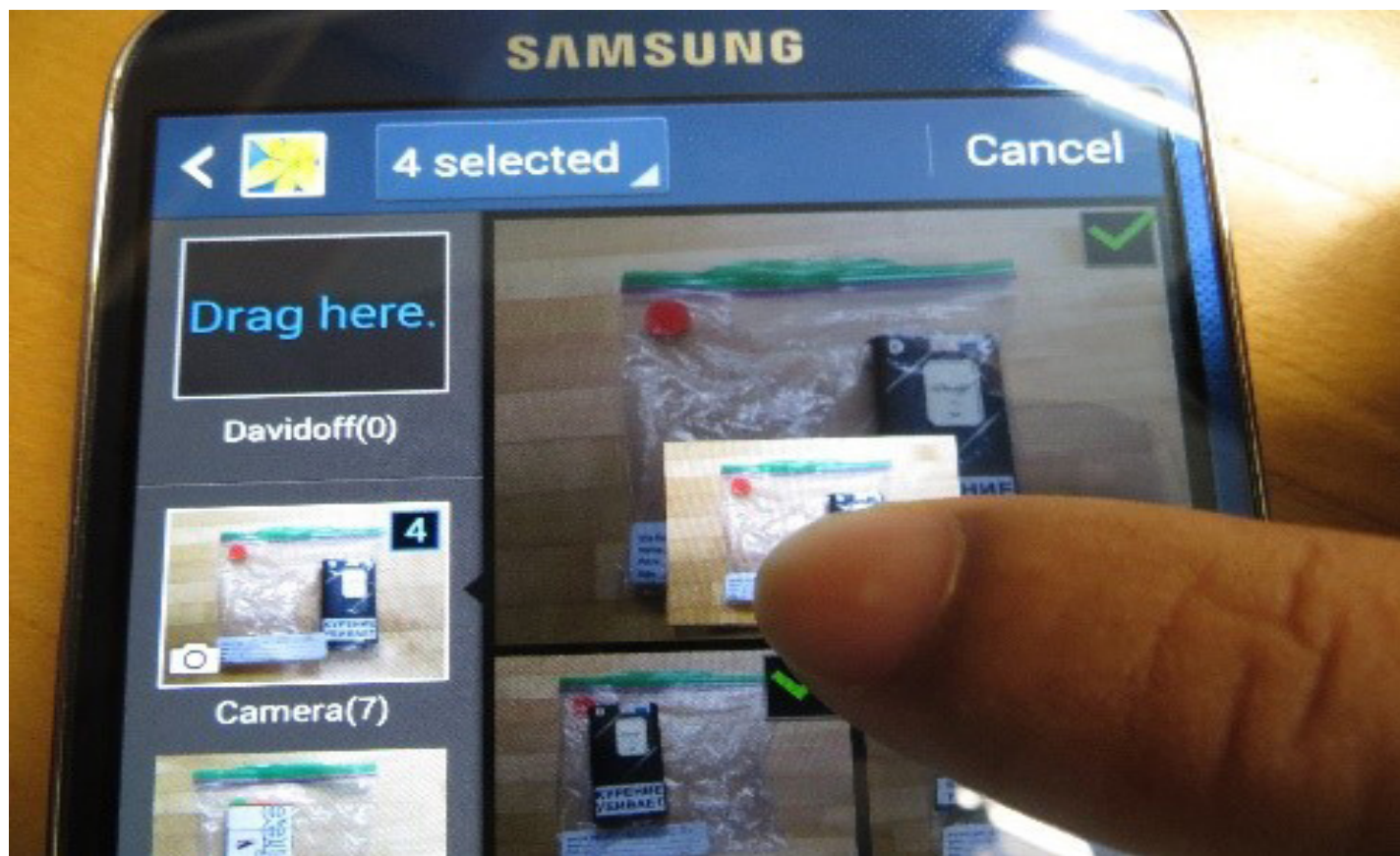
Decida si usará codificación simple o doble

La codificación puede realizarse según el criterio subjetivo de los codificadores, lo que significa que las respuestas a la misma pregunta sobre el mismo paquete de productos de tabaco podrían variar entre diferentes personas. La calidad de la investigación depende de la uniformidad de los criterios de codificación. Para un estudio en el cual se examina el cumplimiento de la etiqueta de advertencia sanitaria, la confiabilidad entre evaluadores podría describirse como el grado en que los codificadores independientes valoran una característica del paquete de productos de tabaco para llegar a la misma conclusión. Consulte el Apéndice F, en el que se incluye un resumen sobre cómo evaluar la confiabilidad entre evaluadores.

En un estudio de investigación sólido se puede emplear codificación doble e informar la confiabilidad entre evaluadores para la muestra total; sin embargo, podría verse obligado a emplear codificación simple. Si para una muestra se usa codificación simple, es conveniente que una segunda persona codifique una submuestra de los paquetes de productos de tabaco y examine la concordancia para garantizar que los datos sean confiables.

Decida el modo de codificación

La codificación se puede hacer con varias herramientas como 1) papel, 2) una hoja de cálculo electrónica o 3) una base de datos en línea.



Método	Descripción	Ventajas	Desventajas
Papel	Imprima la planilla de codificación; los codificadores completan una planilla por paquete.	• Viable/económico.	• Posibilidad de dañar o perder los formularios en papel. • Tomará más tiempo ingresar datos manualmente en una hoja de cálculo o base de datos más adelante.
Hoja de cálculo electrónica	Las columnas deben ser preguntas/nombres de variables y las filas, observaciones sobre cada paquete; los codificadores ingresan los datos en las celdas correspondientes.	• Viable/económico. • Buena opción para gestionar pequeños conjuntos de datos. • Compatible con la mayoría de las aplicaciones de software de estadística.	• Se puede incorporar un control de calidad limitado.
Base de datos en línea	Organice la planilla de codificación como un formulario; los codificadores ingresan los datos directamente en la base de datos.	• Los datos se pueden importar de manera fácil en un paquete estadístico. • Permite un control de calidad incorporado que limita los errores cometidos en el ingreso de los datos y las omisiones. • Útil para grandes conjuntos de datos.	• Puede no ser viable o requerir una compra o suscripción.

Codifique los paquetes de los productos de tabaco

Primero, reúna los materiales necesarios para codificar los paquetes; por ejemplo, los paquetes físicos de los productos de tabaco, las fotos de los paquetes de los productos de tabaco, una cinta métrica o una regla (si mide el tamaño de las etiquetas de advertencia sanitaria o de los paquetes), los formularios de codificación en papel o una computadora. Los codificadores deben responder atentamente todas las preguntas incluidas en la planilla de codificación según correspondan a cada paquete de productos de tabaco. Lo ideal es que todos los codificadores avancen por la planilla de codificación de artículos en el mismo orden, de la manera más similar posible.

Resuelva las discrepancias de codificación

Si los paquetes tienen doble código y las respuestas no corresponden, un tercero deberá reevaluar la pregunta y actuar como árbitro para resolver las discrepancias.

Gestión de paquetes de productos de tabaco ilícitos

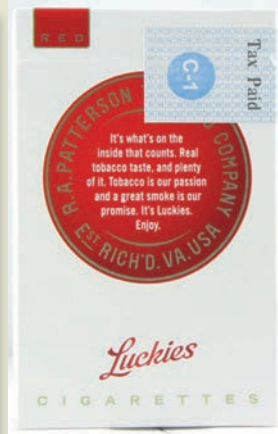
Los paquetes de productos de tabaco ilícitos (consulte el Glosario) se registran si la recopilación de datos no se centra en variantes de marca específicas. Después de recopilar los datos y antes de la codificación, es importante distinguir entre los paquetes de productos de tabaco ilícitos y legales en la muestra. Puede ser difícil reconocer los paquetes de productos de tabaco ilícitos. Sin embargo, los siguientes son algunos indicadores frecuentes utilizados para detectar productos de tabaco ilícitos según el empaquetado:

- Etiqueta de advertencia sanitaria: ¿La etiqueta de advertencia sanitaria del paquete es obligatoria en el país en el que se compró?
- Sello fiscal: Si el país en el que se compra el paquete requiere un sello fiscal, ¿el paquete lo tiene?

En muchos países, el Sistema de Vigilancia de Paquetes de Productos de Tabaco (TPackSS) detectó que la exhibición de la etiqueta de advertencia sanitaria y el sello fiscal del país están muy vinculados. Por lo tanto, puede ser suficiente clasificar los paquetes según la etiqueta de advertencia sanitaria o el sello fiscal. Sin embargo, una limitación es que no podrá registrar todos los paquetes ilícitos; algunos de ellos pueden tener etiquetas de advertencia sanitaria falsificadas o sellos fiscales falsos o, si está recolectando paquetes de la basura, el sello fiscal podría haberse desprendido.

Si detecta paquetes ilícitos en su muestra, puede informar que se descubrieron paquetes ilícitos en su muestra general, pero excluirllos del análisis si el propósito del estudio es evaluar el cumplimiento entre los productos comercializados legalmente.

Más allá de lo que decida hacer con los paquetes ilícitos, asegúrese de registrar cómo se gestionaron y qué indicadores se usaron para clasificarlos a fin de poder informarlo.

Paquete legal		Paquete ilícito	
			
Frente del paquete	Dorso del paquete (sello fiscal visible)	Frente del paquete	Dorso del paquete (sello fiscal visible)
Bangladés: etiqueta de advertencia sanitaria y sello fiscal del país en el paquete		Bangladés: ausencia de etiqueta de advertencia sanitaria y presencia de sello fiscal extranjero en el paquete	

Paso 11

Analizar los resultados

Una vez que se han codificado los paquetes de productos de tabaco, se debe verificar la calidad de los datos y realizar análisis.

Verifique la calidad de los datos y limpie el conjunto

Después de completar la codificación, se pueden realizar varios pasos para evaluar la calidad de los datos:

- Verificar si faltan datos: ¿Los encargados de recopilar los datos respondieron todas las preguntas relevantes para los paquetes de productos de tabaco? Algunas bases de datos electrónicas le permitirán programar patrones de omisión (programación automática de preguntas que aparecen en función de las respuestas a otras preguntas, las cuales solo se aplican en ciertas condiciones) y le avisarán al codificador si se omitió alguna pregunta relevante.
- Verificar que los datos estén dentro del intervalo de posibilidades: Si hay opciones de respuesta predeterminadas o un intervalo dentro del cual debe estar un número, ¿el codificador ingresó algo fuera de estas opciones o ese intervalo? Algunas hojas de cálculo le permitirán programar respuestas desplegables para cada celda de una columna en la que solo se pueda seleccionar una respuesta. Lo mismo ocurre con las bases de datos electrónicas en las que el formulario de ingreso de datos se puede programar para mostrar un menú desplegable o respuestas de opción múltiple. Estas opciones ayudarán a los codificadores a evitar errores accidentales al codificar los paquetes.
- Buscar valores atípicos: Si alguna de las preguntas implica mediciones, ¿observa algún número ingresado que difiera mucho de la mayoría de los otros números? Verifique los valores atípicos consultando los paquetes físicos o las fotos de los paquetes.

- Después de estos procesos, tendrá un “conjunto de datos limpio” sin errores y listo para el análisis. Este conjunto de datos debe estar claramente identificado y separado de los conjuntos de datos utilizados en su desarrollo.

Analice los datos

El análisis debe guiarse por los objetivos de la evaluación. Puede ser útil crear una representación visual de lo que desea informar, como una tabla, antes de realizar el análisis. En el análisis de datos sobre el cumplimiento de las advertencias sanitarias se utilizarán principalmente estadísticas descriptivas, como frecuencias y porcentajes.

Las posibles herramientas de análisis de datos son Excel, SAS, Stata, SPSS y R. Excel es una opción viable y adecuada para calcular estadísticas descriptivas. Los paquetes estadísticos como SAS, Stata y SPSS no son gratuitos y es necesario saber cómo usarlos, pero permiten un análisis más avanzado. R también sirve para análisis más avanzados y es necesario saber cómo se usa, pero es gratuito.

Presente los datos

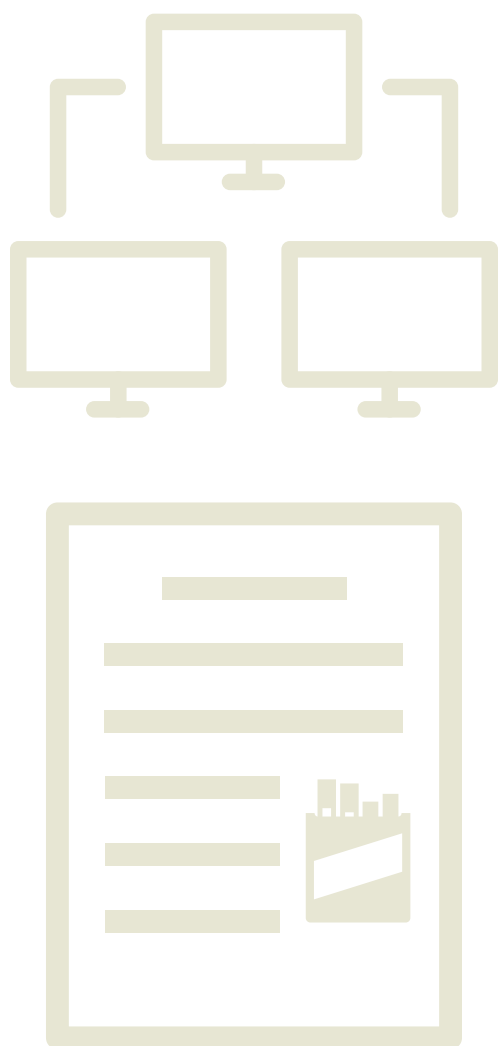
Después del análisis, presente los indicadores de resultados. Ejemplos:

- Cumplimiento general (informe de todas las variables, muestra completa).
- Cumplimiento por indicadores específicos (por ejemplo, presencia de la etiqueta de advertencia sanitaria, tamaño de la etiqueta de advertencia sanitaria, ausencia de descriptores engañosos).
- Resultados sobre el cumplimiento (generales o específicos) por tipo de producto de tabaco o por fabricante de productos de tabaco.

Además de los resultados sobre el cumplimiento general, los resultados también pueden indicar puntos débiles o lagunas legales.

Paso 12

Divulgar los resultados



Después de completar el estudio del cumplimiento, el paso final es divulgar los resultados para informar a las partes interesadas de salud pública y, posiblemente, para respaldar el trabajo por mejorar el cumplimiento o implementar los cambios necesarios en las políticas. Recuerde que el análisis de los resultados debe coincidir con el objetivo y el alcance de la evaluación que definió por primera vez en los pasos 2 y 4. Por ejemplo, si el propósito de la evaluación del cumplimiento es influir en las políticas, la divulgación debe orientarse a un público que influya en la política, como los encargados de formular políticas y los funcionarios gubernamentales.

En esta guía se recomienda trabajar con promotores experimentados y expertos en comunicaciones y relaciones públicas para que le brinden orientación al divulgar los resultados. Como se mencionó en el paso 3, las colaboraciones son una forma útil de mejorar la calidad de las evaluaciones. Del mismo modo, las colaboraciones con expertos en comunicación y promotores pueden contribuir a difundir con éxito los resultados y lograr el efecto deseado en las políticas.

La divulgación puede regirse por tres pasos clave. Primero, defina el público destinatario. Segundo, desarrolle mensajes clave pensados para alcanzar los objetivos de la evaluación. Tercero, divulgue los resultados de manera que lleguen efectivamente al público deseado.

Público

En la siguiente sección se describen diferentes públicos destinatarios a los que puede dirigirse con la divulgación. En algunos casos, puede dirigirse a más de un público destinatario. Los públicos destinatarios habituales son los siguientes:

Encargados de formular políticas: Los resultados de las evaluaciones del cumplimiento se dirigen principalmente a los encargados de formular políticas. En caso de que el objetivo del estudio del cumplimiento sea mostrar puntos débiles de las políticas de empaquetado y etiquetado, los resultados deben describir la situación actual en cuanto al cumplimiento de la ley. Además, al exponer políticas laxas de empaquetado y etiquetado surge la oportunidad de incluir una solicitud de recursos adicionales para mejorar el cumplimiento. Los resultados podrían presentarse en

reuniones privadas con legisladores y funcionarios gubernamentales de alto rango.

Medios de comunicación: Los medios de comunicación pueden ser una excelente herramienta para divulgar los resultados y captar la atención de las principales partes interesadas, de los encargados de formular políticas y del público. Puede publicar los resultados del estudio mediante una conferencia de prensa, una noticia u otros eventos. Es importante tener en cuenta el momento de un evento mediático para asegurarse de que no coincida con otras noticias importantes, eventos culturales o feriados. Además, piense si la divulgación a través de los medios de comunicación debe programarse para antes o coincidir con el inicio de una sesión legislativa o un caso judicial.

Organismos gubernamentales: Las reuniones privadas con organismos gubernamentales o del orden público (incluidos los encargados de regular las finanzas, los medios de comunicación y la publicidad) son una buena práctica previa a la divulgación pública de los resultados. Generan confianza y son una oportunidad para desarrollar asociaciones. Además, pueden aumentar las probabilidades de que los organismos tomen medidas.

Sociedad civil: Puede optar por presentar los resultados de la evaluación ante las partes primarias y alternativas que estén interesadas en las políticas de empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. Si hace partícipes a miembros interesados de la sociedad civil, esas personas u organizaciones podrían ser futuros aliados que tal vez contribuyan a sus iniciativas para fortalecer las leyes y normas vigentes. Algunos de esos integrantes de la sociedad civil podrían ser organizaciones no gubernamentales, de promoción, de jóvenes o comunitarias, así como profesionales sanitarios.

Público en general: La comunicación en diversos medios puede informar al público sobre los grados de cumplimiento de las leyes de empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. Al exponer la explotación de lagunas legales por parte de la industria, puede lograr el apoyo del público y pedirle al gobierno que haga cumplir la ley de manera ininterrumpida o intensifique su rigor. Del mismo modo, al exponer a la industria puede crear una demanda pública de leyes más estrictas para el control del tabaco, lo que puede motivar a los

encargados de formular políticas a tomar cartas en el asunto.

Comunidad científica e investigadora: La evaluación podría ser de gran interés para universidades e investigadores. Quizás sea útil presentar los resultados ante este público destinatario si considera que tal vez se interese por realizar un estudio para ampliar su evaluación sobre el empaquetado y etiquetado. Dichas actividades pueden dar lugar a oportunidades de que surjan futuras colaboraciones y darle acceso a importantes conocimientos sobre investigación.

Desarrolle mensajes clave

Al prepararse para divulgar los resultados, revise el objetivo de la evaluación. ¿Qué quería lograr con el estudio del cumplimiento? Estructure los mensajes clave con este objetivo en primer plano.

Los mensajes clave pueden ser los siguientes:

- “La ley de empaquetado y etiquetado se ha implementado con éxito”. Si hay una ley con disposiciones que especifican una serie de requisitos y considera que el grado de acatamiento es alto, este mensaje debe destacarse.
- “El cumplimiento deficiente demuestra la necesidad de aplicar las leyes de manera más rigurosa”. Este sería un mensaje adecuado si desea convencer a los encargados de formular políticas y a los funcionarios u organismos gubernamentales para que tomen medidas.
- Si tiene pruebas de que una empresa no cumple con la ley, mientras que otras sí, podría decir: “La mayoría de las empresas tabacaleras cumplen con la ley de empaquetado y etiquetado de [país], mientras que la empresa [X] claramente la ignora”.

Para divulgar los resultados, es conveniente trabajar con un equipo especializado en comunicaciones. Si elige colaborar con una empresa o un consultor de comunicaciones, es fundamental que el equipo de investigación trabaje estrechamente con los expertos en comunicaciones para garantizar que los resultados se reflejen con precisión en los mensajes clave.

Estrategias de divulgación

Una vez que haya definido el público al que desea dirigirse con la divulgación, también debe pensar en las estrategias de difusión. Deberá utilizar más de una estrategia para maximizar el alcance de los resultados. Las siguientes son algunas estrategias de divulgación habituales:

- **Fichas informativas:** Un recurso útil para tener a mano y presentar los resultados ante el público que desee. Estos materiales son particularmente eficaces entre los encargados de formular políticas y los funcionarios gubernamentales. Las fichas informativas son una forma rápida y sencilla de resaltar los principales hallazgos y abogar por el cambio de las políticas. Como regla general, intente que la ficha informativa sea lo más sencilla posible. No use jerga técnica y piense en emplear gráficos y tablas para representar visualmente los resultados.
- **Congresos científicos:** Los congresos pueden ser una oportunidad útil para divulgar los resultados en un entorno formal entre académicos y partes interesadas, como ONG y organizaciones de promoción. Los congresos pueden ser un lugar provechoso para difundir resultados preliminares y obtener opiniones de científicos o grupos de expertos sobre la mejor manera de trasladar su evaluación a la fase de publicación, que se analiza más adelante. El tiempo puede ser una limitación, ya que generalmente los congresos se realizan una vez al año.
- **Comunicado de prensa:** En lugar de publicar los resultados en un medio de comunicación, podría organizar una conferencia de prensa donde los medios acudan a usted y le hagan preguntas sobre la evaluación y los hallazgos. Los comunicados de prensa son particularmente eficaces si el momento coincide con eventos legislativos importantes, como el inicio de una sesión legislativa.

En el caso de que compre paquetes de productos de tabaco o les tome fotos durante la evaluación del cumplimiento, el Instituto para el Control Mundial del Tabaco de la Universidad Johns Hopkins tiene una base de datos de paquetes de cigarrillos de todo el mundo que puede consultar en Internet. Esa base de datos en línea tiene imágenes detalladas de cada paquete recolectado por el proyecto del Sistema de Vigilancia de Paquetes de Productos de Tabaco (TPackSS). Una opción para ampliar la divulgación de los datos que recopiló es archivar su propia colección de paquetes y difundirla a través de fotos o enviar las fotos de los paquetes por medio del siguiente enlace:

<http://globaltobaccocontrol.org/tpackss/share-pack/>
- **Tablas y gráficos:** Considere utilizar un diseño llamativo (por ejemplo, color, infografías, etc.) como método para visualizar los resultados. El uso de tablas y gráficos eficaces no solo sirve para organizar los datos, sino que puede aumentar el atractivo de los materiales de divulgación e ilustrar los resultados.
- **Redes sociales/podcasts:** Las redes sociales son una forma eficaz de ampliar el alcance
- **Artículos en revistas especializadas:** Los datos probatorios publicados y revisados por pares son parte del proceso de formulación de políticas. Al tomar decisiones sobre las políticas, los encargados de formularlas y los funcionarios gubernamentales a menudo tienen en cuenta las investigaciones que se han sometido a un estricto proceso de revisión independiente. Si considera que su evaluación se realizó sistemáticamente de acuerdo con los pasos de esta guía, puede redactar los resultados para su publicación en una revista académica.

Apéndice A: Fuentes de información

Campaign for Tobacco-Free Kids Tobacco Control Laws - <https://www.tobaccocontrollaws.org/>

Tobacco Control Laws es un sitio web actualizado por abogados que permite consultar fácilmente las leyes de control del tabaco y las sentencias judiciales de jurisdicciones de todo el mundo, así como fichas informativas, resúmenes y análisis legales. La mayoría de los documentos están disponibles en el idioma original y en inglés.

Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos (GATS, por su sigla en inglés): <https://www.who.int/tobacco/surveillance/survey/gats/en/>

La Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos es un censo nacional sobre el consumo de tabaco que se ha implementado en más de 25 países de ingresos bajos y medios. Los temas abarcados por la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos son la prevalencia del consumo de tabaco, la exposición al humo de tabaco de segunda mano y las políticas sobre el tabaquismo pasivo, el abandono del hábito de fumar, el conocimiento, las actitudes y las percepciones, la exposición a los medios de comunicación y la economía. En la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos también se recopilan datos sobre los tipos de tiendas donde los fumadores compran tabaco.

Lista de marcas registradas de productos de tabaco

Algunos países exigen que los fabricantes de productos de tabaco registren sus productos. Las listas de productos registrados pueden estar a disposición del público o quizás tenga que ponerse en contacto con las autoridades locales para pedir acceso.

Sistema de Vigilancia de Paquetes de Productos de Tabaco (TPackSS): <https://www.globaltobaccocontrol.org/tpackss/>

El Sistema de Vigilancia de Paquetes de Productos de Tabaco es un proyecto de vigilancia continua de paquetes de productos de tabaco dirigido por el Instituto para el Control Mundial del Tabaco, perteneciente a la Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins. El sitio web ofrece una base de datos de búsqueda de más de 5600 paquetes de productos de tabaco recolectados en 14 países de ingresos bajos y medios. También hay una función (Compartir un paquete [Share a Pack]) mediante la cual se pueden enviar paquetes de interés para su inclusión en el sitio. Además, en su página de recursos el sitio de TPackSS incluye varios protocolos para la recopilación de datos y libros de códigos para el cumplimiento de las advertencias sanitarias, además de artículos y apelaciones. Los puede descargar, usar y adaptar de forma gratuita (<https://www.globaltobaccocontrol.org/tpackss/resources>).

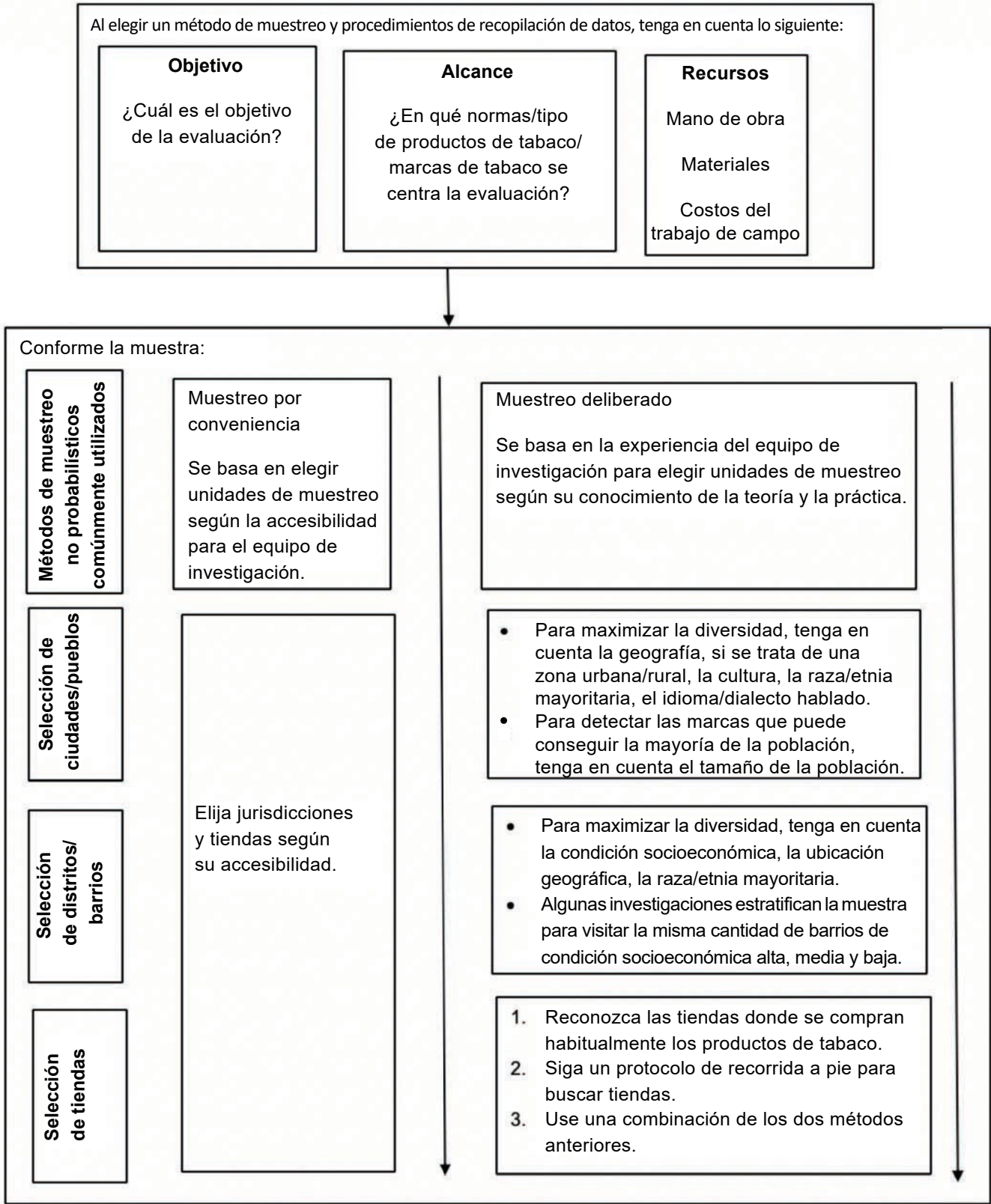
PhenX Toolkit: <https://www.phenxtoolkit.org/>

PhenX Toolkit es un catálogo en línea de protocolos de medición normalizados. La mayoría de los protocolos son para usar en investigaciones biomédicas, pero los recursos también incluyen un protocolo para evaluar el empaquetado de productos de tabaco (https://www.phenxtoolkit.org/toolkit_content/PDF/PX750201.pdf). PhenX es una colaboración del Instituto Estadounidense de Investigación del Genoma Humano (NHGRI, por su sigla en inglés), perteneciente a los Institutos de la Salud de Estados Unidos (NIH, por su sigla en inglés), y RTI International.

Apéndice B: Ejemplo de cronograma

TAREAS	SEMANA	PARTICIPANTES	PERSONA RESPONSABLE/ SUPERVISOR	PLAZO PARA LA FINALIZACIÓN
Antes de recopilar los datos				
Conozca las leyes vigentes.				
Defina el objetivo de la evaluación.				
Evalúe y garantice los recursos.				
Determine el alcance de la evaluación.				
Conforme la muestra.				
Desarrolle procedimientos de recopilación de datos.				
Desarrolle formularios de recopilación de datos.				
Haga una prueba piloto de los procedimientos y formularios.				
Cree una planilla de codificación.				
Capacitación y recopilación de datos				
Capacite a los encargados de recopilar los datos.				
Recopile los datos.				
Después de recopilar los datos				
Codifique los paquetes de los productos de tabaco.				
Compruebe la calidad de los datos.				
Analice los datos.				
Divulgue los resultados.				

Apéndice C: Cómo elegir la muestra



Apéndice D: Formulario de recopilación de datos para el trabajo de campo

Fecha:
Nombre del encargado de recopilar datos:

P1. Ciudad	¿En qué ciudad o pueblo se encuentra?	☐ [Ciudad 1] ☐ [Ciudad 2] ☐ [Ciudad 3]
P2. Distrito/barrio	¿En qué distrito o barrio se encuentra?	☐ [Distrito X] ☐ [Distrito Y] ☐ [Distrito Z]
P3. Tipo de tienda	¿Qué tipo de tienda visitará?	☐ [Tipo de tienda 1] ☐ [Tipo de tienda 2] ☐ [Tipo de tienda 3] ☐ [Tipo de tienda 4]
P4. Cantidad de paquetes recolectados	¿Cuántos paquetes recolectó?	--
P5. Comentarios	Comentarios (todo lo demás que quiera destacar)	

Apéndice E: Ejemplo de planilla de codificación

Fecha:

Nombre del codificador:

Identificación exclusiva:

Fecha de recolección del paquete (si es diferente de la fecha de observación):

P1. Ciudad	¿En qué ciudad o pueblo se recolectó el paquete?	☐ [Ciudad 1] ☐ [Ciudad 2] ☐ [Ciudad 3]
P2. Distrito/barrio	¿En qué distrito o barrio se recolectó el paquete?	☐ [Distrito X] ☐ [Distrito Y] ☐ [Distrito Z]
P3. Tipo de tienda	¿En qué tipo de tienda se recolectó este paquete?	☐ [Tipo de tienda 1] ☐ [Tipo de tienda 2] ☐ [Tipo de tienda 3] ☐ [Tipo de tienda 4]
P4. Etiqueta de advertencia sanitaria	¿El paquete tiene una etiqueta de advertencia sanitaria?	☐ Sí ☐ No
P5. Tipo de etiqueta de advertencia sanitaria	¿La etiqueta de advertencia sanitaria incluye una imagen?	☐ Sí [combinación de texto e imagen] ☐ No [solo texto]
P6. Contenido de la etiqueta de advertencia sanitaria	¿Qué etiqueta de advertencia sanitaria está impresa en el paquete?	☐ [Advertencia específica del país 1] ☐ [Advertencia específica del país 2] ☐ [Advertencia específica del país 3] ☐ Otra
P7. Ubicación de la etiqueta de advertencia sanitaria	¿Hay alguna etiqueta de advertencia sanitaria en el [frente/dorso/costado] del paquete?	☐ Frente ☐ Dorso ☐ Costado
P8. Colocación de la etiqueta de advertencia sanitaria	¿La etiqueta de advertencia sanitaria está ubicada en la [parte superior/inferior] del paquete?	☐ Parte superior ☐ Parte inferior
P9. Tamaño de la etiqueta de advertencia sanitaria	¿La etiqueta de advertencia sanitaria cubre el [X %] del paquete? Consulte el paquete de referencia.	☐ Sí ☐ No
P10. Información para dejar de fumar	¿Hay [información sobre la línea/el sitio web para dejar de fumar] en el paquete?	☐ Sí ☐ No
P11. Colocación del sello fiscal	¿El sello fiscal cubre la etiqueta de advertencia sanitaria?	☐ Sí ☐ No ☐ No tiene sello fiscal

Apéndice E: Ejemplo de planilla de codificación (continuación)

P12. Descriptores engañosos	Encuentre cualquiera de los siguientes términos que aparezcan en el paquete. [Marque todos los que corresponda].	☐ [Bajo contenido de alquitrán] ☐ [Light] ☐ [Ultra-light] ☐ [Suave] ☐ Otro
P13. Declaración cualitativa de componentes y emisiones	¿Hay alguna declaración [sobre componentes y emisiones] en el paquete?	☐ Sí ☐ No
P14. Cifra cuantitativa de componentes y emisiones	¿Se indica alguna cantidad de alquitrán, monóxido de carbono o nicotina (por ejemplo, 1,0 mg) en el paquete?	☐ Alquitrán ☐ Monóxido de carbono ☐ Nicotina
Preguntas sobre el empaquetado neutro (si corresponde)		
P15. Marca y nombre del producto	¿Hay información promocional (a excepción de la marca y del nombre del producto en un color y fuente estándar) en el paquete?	☐ Sí ☐ No
P16. Características promocionales	En caso afirmativo, ¿qué otras características promocionales tiene el paquete?	☐ Logotipo de la marca ☐ Color de la marca ☐ Imágenes de la marca
P17. Comentarios	Comentarios (todo lo demás que quiera destacar)	

Apéndice F: Evaluación de la fiabilidad entre evaluadores

Si más de una persona codifica el mismo contenido, puede pensar en evaluar e informar la confiabilidad entre evaluadores, es decir, el grado de consenso entre ellos. Hay varias formas de evaluar la confiabilidad entre evaluadores. Los métodos que se describen a continuación suponen que dos codificadores han codificado el mismo contenido de manera independiente (es decir, que no han hablado sobre cómo están codificando el material ni se han consultado mientras trabajan). La elección del método depende del tipo de datos que tenga y del público destinatario. Si está evaluando la confiabilidad entre evaluadores para fines internos, o si incluye los resultados en un informe técnico, es probable que baste con la opción 1. Si quiere publicar los resultados de la evaluación en una revista con revisores externos, es posible que deba contemplar las opciones 2 o 3, y quizás ese sea un aspecto en el cual los socios académicos puedan hacer un aporte valioso.

- 1. Porcentaje de consenso:** Es el método más sencillo. Simplemente cuente el número de calificaciones (o cada pregunta formulada en la planilla de codificación) en las que los codificadores estuvieron de acuerdo, divida este número por el número total de calificaciones (o el número total de preguntas de la planilla de codificación respondidas) y exprese la cifra en un porcentaje. Este método generalmente funciona, a menos que se solicite a los codificadores que midan los artículos.
- 2. Coeficiente kappa de Cohen:** Este método se usa habitualmente con variables categóricas (una variable que puede adoptar uno de un número limitado de valores posibles; por ejemplo, color [rojo, azul, verde] o sí/no). Para calcular esta estadística, recomendamos utilizar un programa de software o una calculadora en línea del sitio web de una universidad. También se puede usar el coeficiente kappa ajustado por prevalencia y sesgo (PABAK, por su sigla en inglés), y es similar al coeficiente kappa de Cohen, pero se ajusta para observaciones de baja prevalencia y se puede calcular a mano.
- 3. Coeficiente alfa de Krippendorff:** Este método se usa habitualmente con variables continuas (una variable que puede adoptar cualquier valor numérico). Recomendamos utilizar un programa de software para calcular esta estadística.

Para realizar un análisis estadístico avanzado, los siguientes recursos pueden ser útiles:

- Landis JR, Koch GG. The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*.1977;33(1):159-174. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/843571>.
- Hayes AF, Krippendorff K. Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data. *Commun Methods Meas*. 2007;1(1):77-89. doi:10.1080/19312450709336664.
- Hallgren KA. Computing Inter-Rater Reliability for Observational Data: An Overview and Tutorial. *Tutor Quant Methods Psychol*. 2012;8(1):23-34. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22833776>

Referencias

1. Departamento de Salud del Gobierno de Australia. Post-Implementation Review: Tobacco Plain Packaging 2016; 2016. <https://ris.pmc.gov.au/2016/02/26/tobacco-plain-packaging>. Consulta: 11 de febrero de 2020.
2. ITC Project. ITC Uruguay National Report: Findings from the Wave 1 to 4 Surveys (2006-2012); 2014. https://itcproject.org/files/ITC_Uruguay_Report-English-Sept24v24.pdf. Consulta: 24 de julio de 2019.
3. Dhungel B, Basnet K. Prevalence of Smoking and Impact of Pictorial Health Warning on Quit Attempts Among Youths in Bhaktapur, Nepal. J Glob Oncol. 2018;(4_suppl_2):27s-27s. doi:10.1200/jgo.18.33400
4. Organización Mundial de la Salud. Guidelines for Implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and Labelling of Tobacco Products). Ginebra (Suiza), 2008. http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11.pdf?ua=1.
5. Organización Mundial de la Salud. Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Ginebra (Suiza), 2003. http://www.who.int/tobacco/framework/WHO_FCTC_english.pdf.

Colaboradores

AUTORES

Campaign for Tobacco-Free Kids

Maria Carmona, M. Ed.

Teresa DeAtley, MPH

Kaitlin Donley, JD

Dr. Ernesto Sebrie

Instituto para el Control Mundial del Tabaco, Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins

Jennifer Brown, MPH

Joanna Cohen, PhD

Katherine Clegg Smith, PhD

Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias

Tara Singh Bam, PhD

AGRADECIMIENTOS

La elaboración de esta guía fue un trabajo conjunto entre Campaign for Tobacco-Free Kids, la Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins y la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Respiratorias. Este documento fue financiado por Bloomberg Philanthropies como parte de la Iniciativa Bloomberg para Reducir el Consumo de Tabaco.

Esta publicación puede consultarse en <https://www.globaltobaccocontrol.org/resources/assessing-compliance-tobacco-packaging-and-labeling-regulations>

Cita sugerida:

Instituto para el Control Mundial del Tabaco. Evaluación del cumplimiento de las normas que rigen el empaquetado y el etiquetado de los productos de tabaco. Baltimore, MD: Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins; febrero de 2020.

Si desea obtener más información, póngase en contacto con:

Institute for Global Tobacco Control

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

igtc@jhsph.edu



International Union Against
Tuberculosis and Lung Disease
Health solutions for the poor



JOHNS HOPKINS
BLOOMBERG SCHOOL
of PUBLIC HEALTH

Institute for Global
Tobacco Control