



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DE HONDURAS



INSTITUTO HONDUREÑO
PARA LA PREVENCIÓN DEL ALCOHOLISMO,
DROGADICCIÓN Y FARMACODEPENDENCIA
IHADFA

Departamento de Investigación

Informe Final

**CONSULTA DE OPINIÓN EN LA POBLACIÓN HONDUREÑA SOBRE ADVERTENCIAS
SANITARIAS IMPRESAS EN EL EMPAQUETADO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE
TABACO COMERCIALIZADOS LEGALMENTE EN HONDURAS DURANTE EL AÑO 2021.**

Presentado por:
Dra. Sandy Gabriela Orellana Alvarez
Cargo: Investigador

Marzo, 2021

INTRODUCCIÓN

El Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia (IHADFA), es una institución autónoma del Estado, de servicio público, de orden social, sin fines de lucro, de carácter permanente y sistémico; con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Dentro de su organigrama se encuentra el área de investigación encargado de la vigilancia estadística de los conocimientos actitudes y prácticas sobre el consumo de drogas, sus efectos, el nivel de conocimiento de los daños de las drogas en el organismo humano y el ambiente por parte de la población, entre otras.

Esto mediante la recolección de datos tanto cuantitativos como cualitativos que reflejen el estadio de la población según el enfoque específico de cada estudio en particular.

PERFIL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: Consulta de opinión en la población Hondureña sobre las Advertencias Sanitarias Impresas en el empaquetado de productos derivados de Tabaco comercializados legalmente en Honduras durante el Año 2021.

INSTITUCIÓN RESPONSABLE: Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia.

PERIODO DE EJECUCIÓN: Enero – Marzo 2021.

RESPONSABLES: Departamento de Investigación (IHADFA).

PRESENTACIÓN

El presente informe de investigación relata la información detallada recolectada mediante medios digitales en los meses de enero, febrero y marzo en cuanto a la opinión de la población hondureña sobre las advertencias sanitarias aprobadas para impresión en empaquetado de productos derivados de tabaco que se comercialicen legalmente en el territorio de Honduras a partir del 01 de enero de 2022; De igual manera se realizó el cruce de variables de algunas características reportadas por la población encuestada como el sexo, edad y hábito de consumo con el fin de realizar un análisis segregado por estas y determinar el mejor abordaje del tema con cada grupo de personas específico.

Es de nuestro interés realizar este tipo de consultas para obtener una visión amplia sobre la opinión y el impacto que pueden alcanzar estas imágenes que cada año se van cambiando y de las cuales las empresas tabacaleras están conscientes deben cumplir según la ley para poder comercializar legalmente sus productos en el territorio Hondureño de acuerdo a la Ley Antitabaco.


Dra. Sandy Gabriela Cordero Alvarez
Cargo: Investigador

OBJETIVO GENERAL

- Conocer la opinión en la población hondureña sobre las Advertencias Sanitarias aprobadas para ser incluidas en productos derivados de Tabaco comercializados legalmente en el país durante periodo Septiembre 2021 – Agosto 2022 año 2021.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la opinión de la población hondureña sobre las ocho advertencias sanitarias aprobadas para el periodo Septiembre 2021 –Agosto 2022 en cuanto a cual consideran tendrá mejor efecto en la consciencia de los consumidores de tabaco y podría evitar que estos sigan consumiendo dichos productos que dañan su salud y de quienes le rodean.
- Conocer la opinión de la población hondureña sobre el porcentaje de tamaño que las advertencias sanitarias cubren en los empaques de productos derivados de tabaco que se comercializan legalmente en el país.
- Conocer la tendencia en cuanto a opinión segregada por sexo, edad y hábito de consumo de tabaco respectivamente en contraste con su opinión respecto a cuál de las imágenes presentadas en las advertencias sanitarias puede ser más efectiva para disminuir/eliminar el consumo en los consumidores de este tipo de producto.

PROCESO METODOLÓGICO

Perspectiva metodológica

Esta investigación parte de un enfoque cuantitativo, se fundamenta en aspectos observables y verificables que puedan ser comprendidos y constituirse como evidencia para análisis de la información recolectada sobre la opinión de las advertencias sanitarias que circularan impresas en el empaquetado de productos derivados de tabaco que se comercializan legalmente en todo el territorio hondureño en el periodo de septiembre de 2021 a agosto de 2022.

Ubicación espacial y temporal

El estudio se desarrolló a través de medios digitales como correo electrónico, redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea, etc. Mediante la técnica de muestreo no probabilístico de bola de nieve (esto significa que el enlace llegaba pasándolo de persona en persona a través de los ya mencionados medios) en la forma de un instrumento digital de recolección de datos de libre acceso.

Tipo de investigación: cuantitativa, descriptiva, exploratoria.

Unidades de análisis

Hondureños y hondureñas, mayores de 15 años que cuenten con acceso a internet para poder completar la encuesta ya sea desde un dispositivo móvil como celular, tablets, laptop o computadoras de escritorio; solamente con tener acceso al enlace de la encuesta.

Muestra

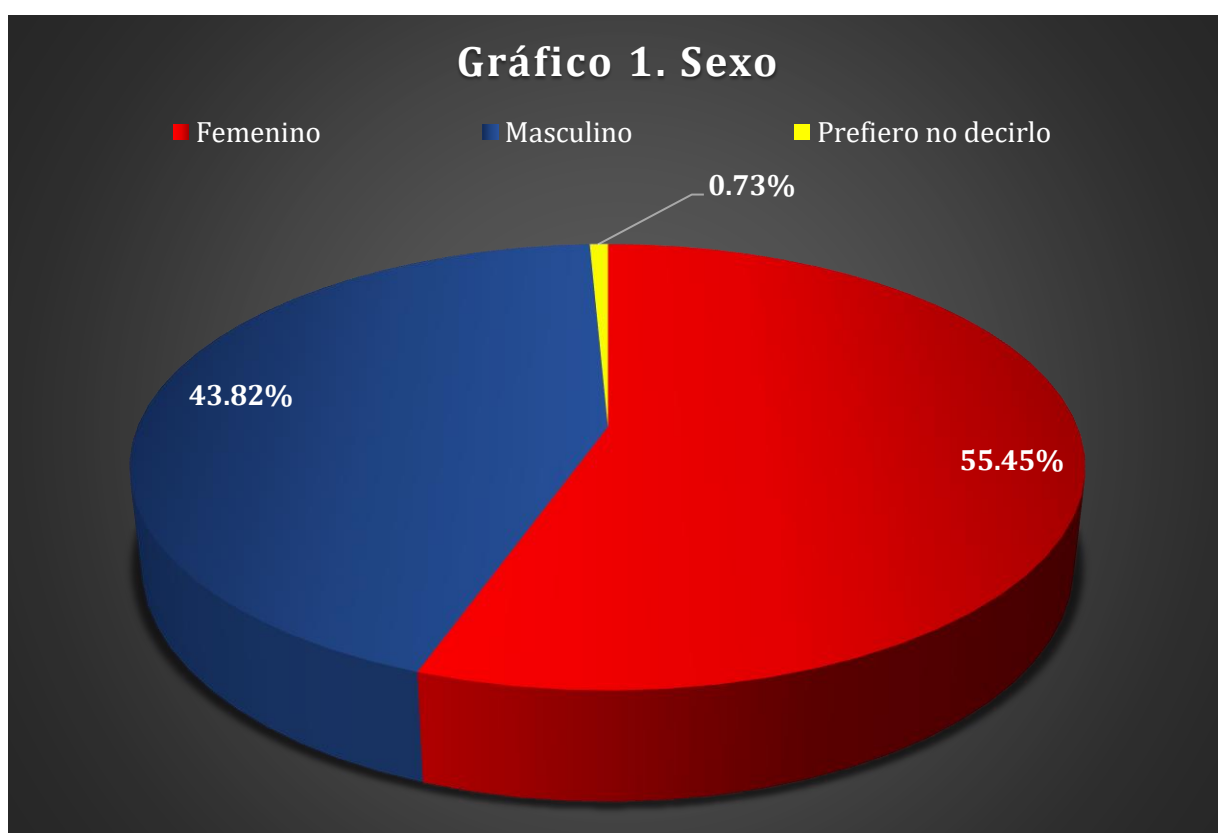
Se realizó un muestreo no probabilístico mediante técnica de bola de nieve a 550 personas indistintamente de su sexo, religión, procedencia u otra característica que les diferenciara.

RESULTADOS ENCONTRADOS

Se aplicó la encuesta a 550 personas de las cuales se encontraron los siguientes hallazgos:

Tabla 1/ Gráfico 1: Sobre el sexo de los encuestados

Tabla 1. Sexo		
	Respuesta	Porcentaje
Femenino	305	55.45%
Masculino	241	43.82%
Prefiero no decirlo	4	0.73%
Total	550	100.00%

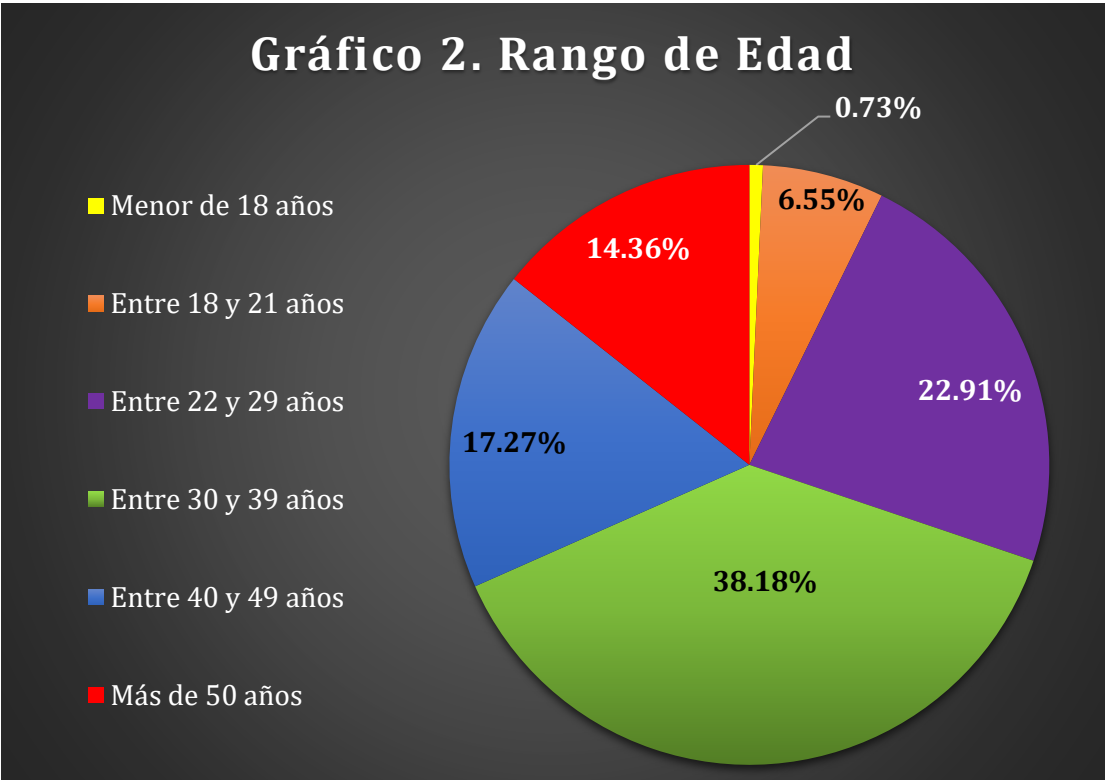


De acuerdo a los datos recolectados el cincuenta y cinco punto cuarenta y cinco por ciento de los encuestados se identifican como personas del sexo femenino, el cuarenta y tres punto ochenta y dos por ciento como sexo masculino y un cero punto setenta y tres por ciento (cuatro de las quinientas cincuenta y cinco encuestadas) prefieren no identificarse con sexo masculino ni femenino. En base a esto adelante podrán encontrar segregación de los hallazgos en base al sexo y con ello podremos analizar cual imagen de las advertencias es más impactante para cada género, y si esta característica tiene o no incidencia en cuanto a la perspectiva del tamaño que

según su criterio debería ocupar la imagen en relación al tamaño del empaquetado de los productos.

Tabla 2 / Gráfico 2: Sobre la edad de los encuestados

Tabla 2. Rango de Edad		
	Respuesta	Porcentaje
Menor de 18 años	4	0.73%
Entre 18 y 21 años	36	6.55%
Entre 22 y 29 años	126	22.91%
Entre 30 y 39 años	210	38.18%
Entre 40 y 49 años	95	17.27%
Más de 50 años	79	14.36%
Total	550	100.00%

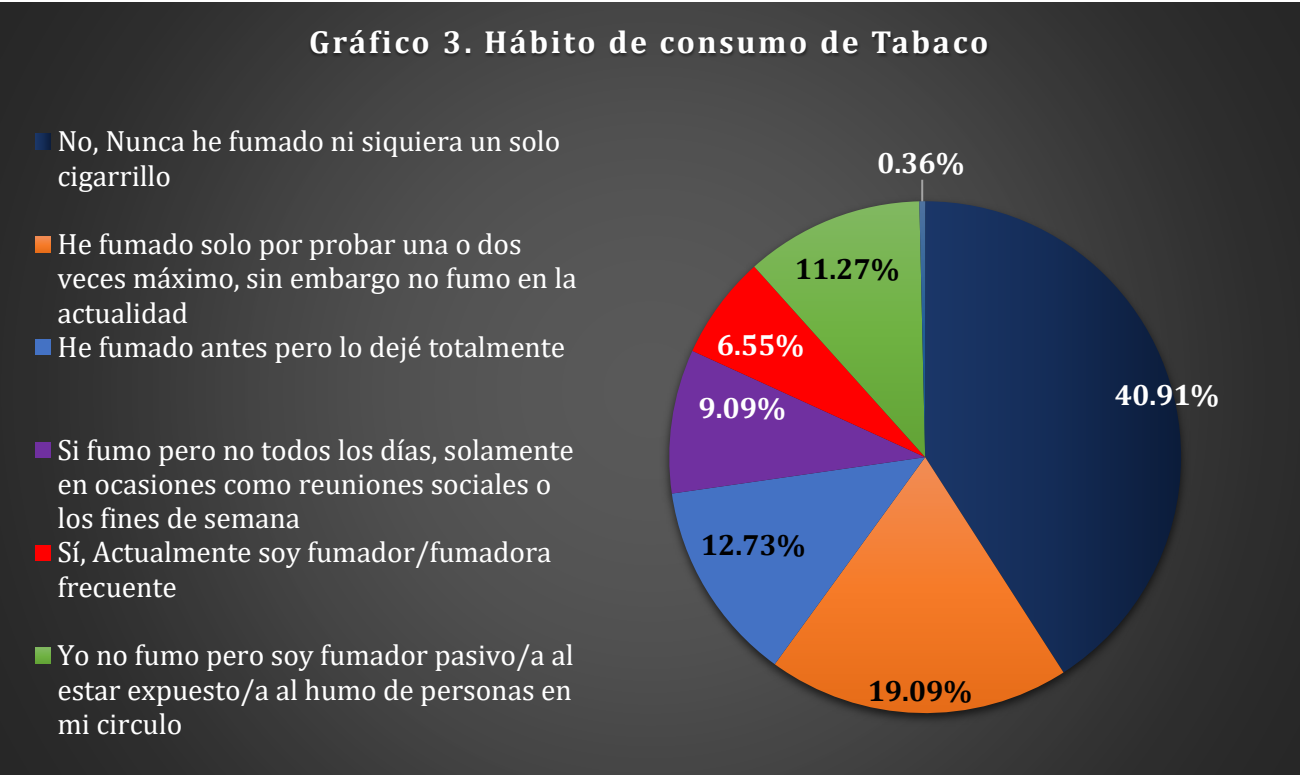


En cuanto al rango de edades de los encuestados una gran mayoría se ubican entre los 22 y los 39 años desglosados de la siguiente manera: 4 personas que representan el 0.73% menores de 18 años; 6.55% con edad entre los 18 y 21 años, (nótese que hasta aquí estas personas no deben tener acceso a compra de productos derivados de tabaco, pues, según la ley en Honduras una persona debe ser mayor de 21 años para poder adquirirlos); 22.91% de la población encuestada reporta tener edades entre los 22 y los 29 años; 38.18% (el porcentaje

con mayor frecuencia de respuesta) son personas con edades entre los 30 y 39 años; 17.27% cuentan con edades entre los 40 y 49 años y 14.36% de los encuestados son personas mayores de 50años.

Tabla 3 / Gráfico 3: Sobre los hábitos y prácticas de consumo de tabaco en la población encuestada

Tabla 3. Hábito de consumo de tabaco			
Pregunta: ¿usted fuma?	Respuesta	Porcentaje	
No, Nunca he fumado ni siquiera un solo cigarrillo	225	40.91%	
He fumado solo por probar una o dos veces máximo, sin embargo no fumo en la actualidad	105	19.09%	
He fumado antes pero lo dejé totalmente	70	12.73%	
Si fumo pero no todos los días, solamente en ocasiones como reuniones sociales o los fines de semana	50	9.09%	
Sí, Actualmente soy fumador/fumadora frecuente	36	6.55%	
Yo no fumo pero soy fumador pasivo/a al estar expuesto/a al humo de personas en mi círculo	62	11.27%	
No contestó	2	0.36%	
Total		550	100.00%



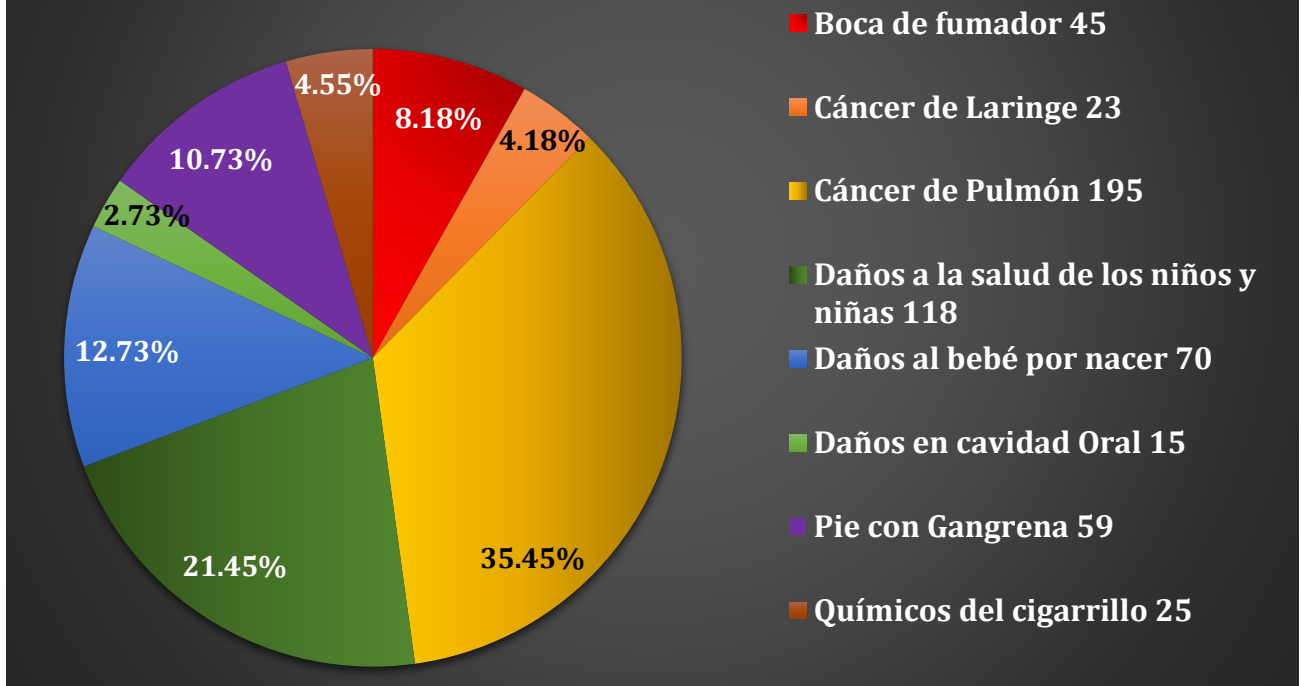
No encontramos con un porcentaje de respuesta positiva de 40.91% de los encuestados que nunca han fumado ni siquiera un solo cigarrillo en su vida; un 11.27% de las personas encuestadas remiten no ser fumadores activos pero sí pasivos bajo la premisa de encontrarse expuestos al humo de tabaco de segunda mano, el exhalado por parte de las personas que les rodean que si consumen estos productos; y por último la suma de 47.46% que si han tenido contacto personal directo con productos derivados de tabaco en algún momento de sus vidas destacándose el 6.55% que lo consume diariamente y el 9.09% que confiesa consumir esporádicamente al encontrarse en reuniones sociales o básicamente los fines de semana.

Con este gráfico podemos apreciar como cerca de la mitad de la población incluida en el estudio ha tenido contacto directo-personal con estos productos y la otra mitad nunca los ha probado y compararemos la opinión de estos dos grupos en cuanto a la actitud que reflejan con respecto al tamaño y eficacia de los pictogramas o advertencias sanitarias, además de conocer su postura con respecto a la elección de la imagen que consideran como más eficaz a la hora de concientizar a los compradores de tabaco sobre los riesgos que involucra su consumo.

Tabla 4/ Gráfico 4: Opinión respecto a la imagen más efectiva para utilizar en advertencias sanitarias impresas en productos derivados de tabaco

Tabla 4. Opinión respecto a la imagen más efectiva para utilizar en advertencias sanitarias impresas en productos derivados de tabaco		
	Respuesta	Porcentaje
Boca de fumador	45	8.18%
Cáncer de Laringe	23	4.18%
Cáncer de Pulmón	195	35.45%
Daños a la salud de los niños y niñas	118	21.45%
Daños al bebé por nacer	70	12.73%
Daños en cavidad Oral	15	2.73%
Pie con Gangrena	59	10.73%
Químicos del cigarrillo	25	4.55%
Total	550	100.00%

Gráfico 4. Opinión respecto a la imagen más efectiva para utilizar en advertencias sanitarias impresas en productos derivados de tabaco



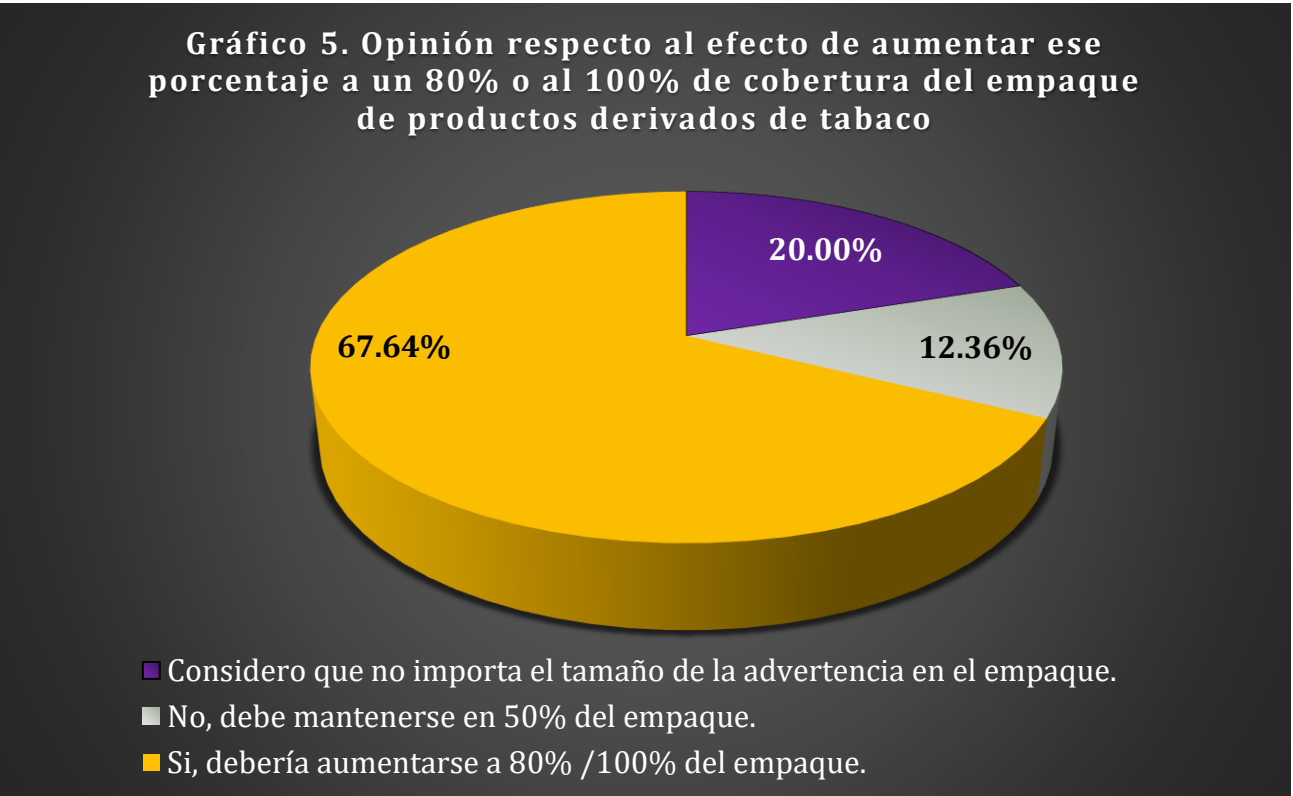
Considerando las 8 imágenes que circularán impresas en las cajetillas de los productos derivados de tabaco comercializados legalmente en Honduras a partir del 01 de enero de 2022 la población participante del estudio opina lo siguiente:

Sobre la imagen referente a Cáncer de pulmón, siendo esta la que genera mayor impacto con un 35.45% (195 de los encuestados) que la eligieron como la más impactante, seguido por un 21.45% (118 personas) que consideran a la imagen que hace alusión a los daños producidos en la salud de los niños y niñas, en tercer lugar con un 12.73% de respuesta (por parte de 70 de los 550 encuestados) encontramos la advertencia sobre los daños provocados al bebé por nacer; con un 10.73% (59 encuestados) la imagen sobre el pie con Gangrena ocupa el cuarto lugar como imagen más efectiva para posiblemente frenar el consumo de tabaco en sus usuarios; Tenemos así en quinto lugar la imagen alusiva a la Boca del fumador con 8.18% (equivalente de las 45 personas que la eligieron como la más fuerte para su criterio; en sexto lugar se encuentra la imagen sobre los químicos que se encuentran en los cigarrillos -la cual incluye una rata y cucarachas muertas- con un 4.55% (25 personas) cifra cercana al séptimo lugar, la imagen con

4.18% (23 encuestados) la advertencia sobre el Cáncer de Laringe (imagen que ya ha sido utilizada en años anteriores para circular en el país) dejando en el octavo lugar pero no por ello menos efectiva a la imagen referente a los daños ocasionados en la cavidad oral de los fumadores con un 2.73% (15 de las 550 personas) que la eligieron como la más efectiva a su parecer.

Tabla 5. / Gráfico 5: Opinión respecto al efecto de aumentar ese porcentaje a un 80% o al 100% de cobertura del empaque de productos derivados de tabaco

Tabla 5. Opinión respecto al efecto de aumentar ese porcentaje a un 80% o al 100% de cobertura del empaque de productos derivados de tabaco		
	Respuesta	Porcentaje
Considero que no importa el tamaño de la advertencia en el empaque.	110	20.00%
No, debe mantenerse en 50% del empaque.	68	12.36%
Si, debería aumentarse a 80% /100% del empaque.	372	67.64%
	Total	550
		100.00%

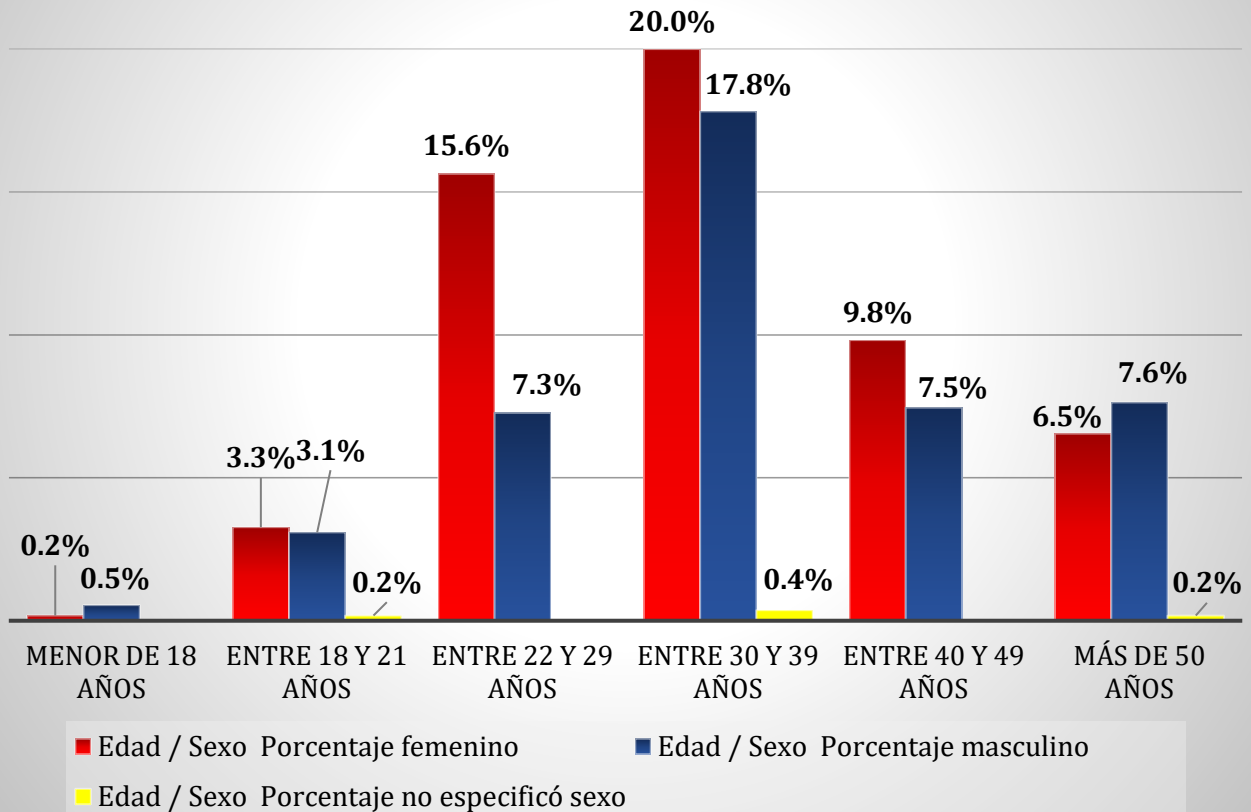


Con respecto al tamaño de las advertencias sanitarias impresas en los paquetes de productos derivados de tabaco un rotundo 67.64% de la población participante del estudio (372 de los 550) opina que sería una buena medida aumentar el tamaño y que estos cubran más del 50% llegando al 80 o incluso 100% (con un empaquetado tipo neutro como existe en otros países) que exponga más las consecuencias de este hábito y permita menos espacio a los fabricantes de colocar diseños atractivos para nuevos o los ya actuales fumadores. Al mismo tiempo un 12.36% (apenas 68 de los 550 encuestados) piensa que debe mantenerse ese 50% considerado actualmente. Como último dato proveniente de este gráfico tenemos un 20% (110 personas de los 550 encuestados) opinan que el tamaño que las advertencias cubran del empaquetado resulta irrelevante a la hora de elegir si consumir o no para el fumador; algunas de las opiniones recolectadas aluden a que no es necesariamente la medida más efectiva aunque sí cumple su propósito de informar al consumidor no es suficiente para que este detenga su consumo.

Tabla 6. / Gráfico 6: Cruce de variables “Sexo” y “Edad” de los encuestados

Tabla 6. Edad / Sexo								
Edad	Femenino	Porcentaje femenino	Masculino	Porcentaje masculino	No especificó	Porcentaje no especificó sexo	Total	Porcentaje Total
Menor de 18 años	1	0.18%	3	0.55%		0.00%	4	0.73%
Entre 18 y 21 años	18	3.27%	17	3.09%	1	0.18%	36	6.55%
Entre 22 y 29 años	86	15.64%	40	7.27%		0.00%	126	22.91%
Entre 30 y 39 años	110	20.00%	98	17.82%	2	0.36%	210	38.18%
Entre 40 y 49 años	54	9.82%	41	7.45%		0.00%	95	17.27%
Más de 50 años	36	6.55%	42	7.64%	1	0.18%	79	14.36%
Total	305	55.45%	241	43.82%	4	0.73%	550	100.00%

Gráfico 6. Cruce de variables: Edad / Sexo



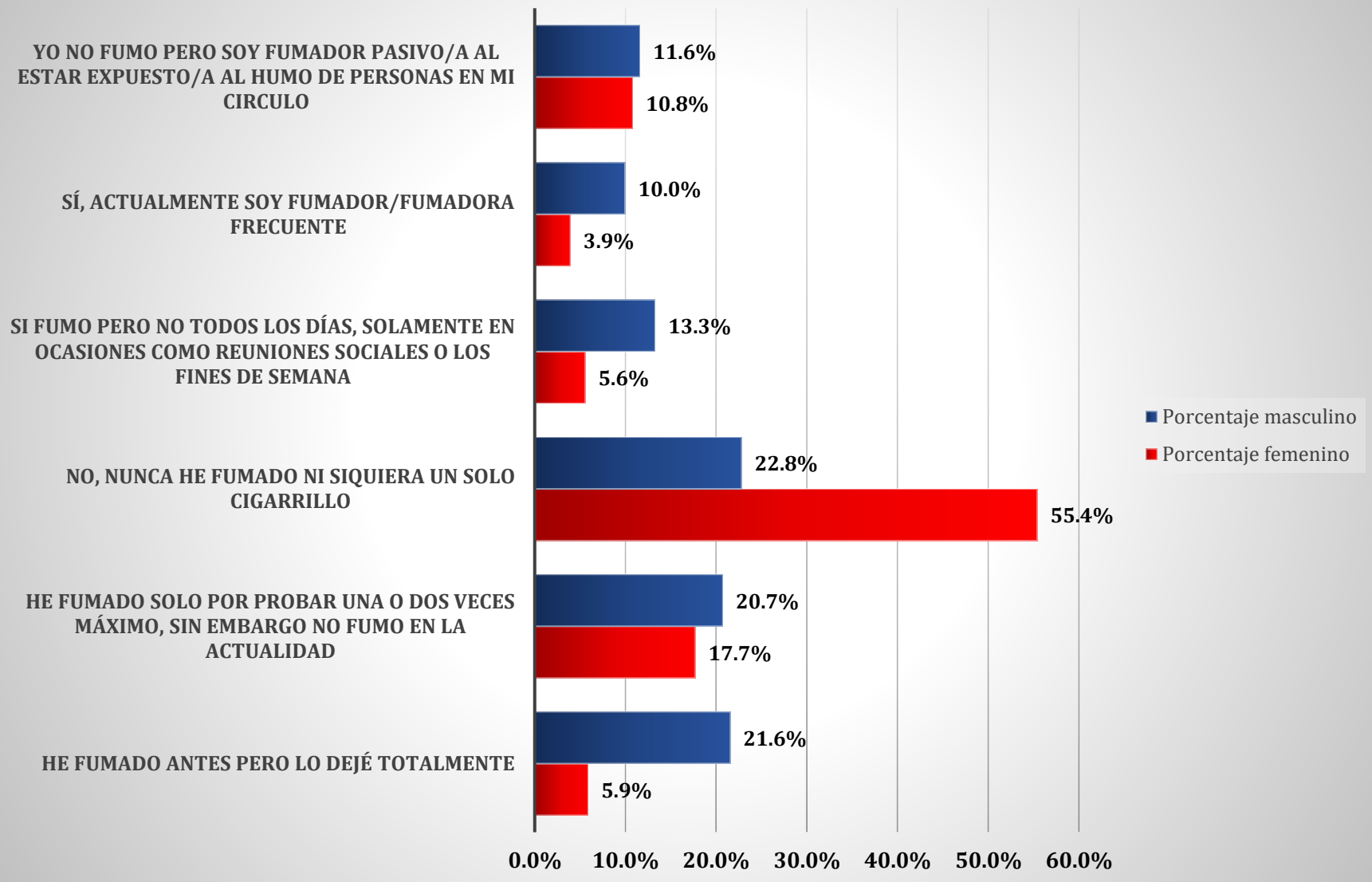
Como resalta en esta gráfica la más alta concentración de población que participó del estudio son mujeres con edades entre 22 y 39 años y hombres con edades entre los 22 y los 49 años, teniendo en los extremos poca participación por parte de personas menores de 18 y mayores a 50 años (esto puede deberse a que las personas menores de 18 años probablemente no poseen un dispositivo con internet propio sino que utilizan el de sus cercanos)

Tabla 7. Hábito de fumar / Sexo						
Hábito de fumar	Femenino	Porcentaje femenino	Masculino	Porcentaje masculino	Total	Porcentaje Total
He fumado antes pero lo dejé totalmente	18	5.90%	52	21.58%	70	12.73%
He fumado solo por probar una o dos veces máximo, sin embargo no fumo en la actualidad	54	17.70%	50	20.75%	105	19.09%
No, Nunca he fumado ni siquiera un solo cigarrillo	169	55.41%	55	22.82%	225	40.91%
Si fumo pero no todos los días, solamente en ocasiones como reuniones sociales o los fines de semana	17	5.57%	32	13.28%	50	9.09%
Sí, Actualmente soy fumador/fumadora frecuente	12	3.93%	24	9.96%	36	6.55%
Yo no fumo pero soy fumador pasivo/a al estar expuesto/a al humo de personas en mi círculo	33	10.82%	28	11.62%	62	11.27%
(en blanco)	2	0.66%		0.00%	2	0.36%
Total	305	100.00%	241	100.00%	550	100.00%

En la tabla 7 podemos apreciar como 55.41% (169 de las 305) de las mujeres que completaron la encuesta reportaron Nunca haber consumido tabaco, mientras que de los hombres apenas el 22.82% (55 de los 241) reportó este comportamiento, lo cual nos indica que es mayor el porcentaje de hombres que han consumido al menos una vez estos productos.

Podemos apreciar también como solo un 3.93% de las mujeres (12 de las 305) confiesen ser fumadoras activas mientras que el doble de la cantidad de hombres (24) equivalente a un 9.96% de los hombres encuestados (ya que eran 241 en total) manifiestan igual. En cuanto a la variable de “fumador social” o aquellas personas que admiten que consumen tabaco en sus diferentes formas de manera regular a esporádica (no necesariamente a diario) pero si en ocasiones como los fines de semana o reuniones 5.57% de las mujeres (17 de las 305) reportan esta característica como propia y nuevamente vemos el doble de los hombres con un 13.28% (32 de los 241 hombres que atendieron el estudio) que consumen con esta frecuencia.

Gráfico 7. Cruce de variables: Hábito de fumar / Sexo



Datos y porcentajes más evidentes al verlos reflejados en la gráfica 7.

Tabla 8/ Gráfico 8: Cruce de variables “Sexo” y “Opinión respecto al tamaño de la advertencia sanitaria en el empaquetado de los productos derivados de tabaco”.

Tabla 8. Opinión respecto al tamaño de la advertencia sanitaria / Sexo								
Opinión respecto al tamaño de la advertencia sanitaria	Femenino	Porcentaje femenino	Masculino	Porcentaje masculino	No especificó	Porcentaje no especificó sexo	Total	Porcentaje Total
Considero que no importa el tamaño de la advertencia en el empaque.	63	20.66%	47	19.50%			110	20.00%
No, debe mantenerse en 50% del empaque.	23	7.54%	43	17.84%	2	50.00%	68	12.36%
Si, debería aumentarse a 80% /100% del empaque.	219	71.80%	151	62.66%	2	50.00%	372	67.64%
Total	305	100.00%	241	100.00%	4	100.00%	550	100.00%

En cuanto a la relación del Sexo y la opinión sobre el tamaño de las advertencias sanitarias impresas en el empaque de los productos derivados de tabaco vemos una tendencia muy similar en ambos sexos en cuanto a la relevancia de un posible aumento en el porcentaje que cubren dichas imágenes para que /en un pequeño porcentaje que se mantenga ese 50%) o que de preferencia, se incremente a un 80-100% porcentual total del empaquetado.

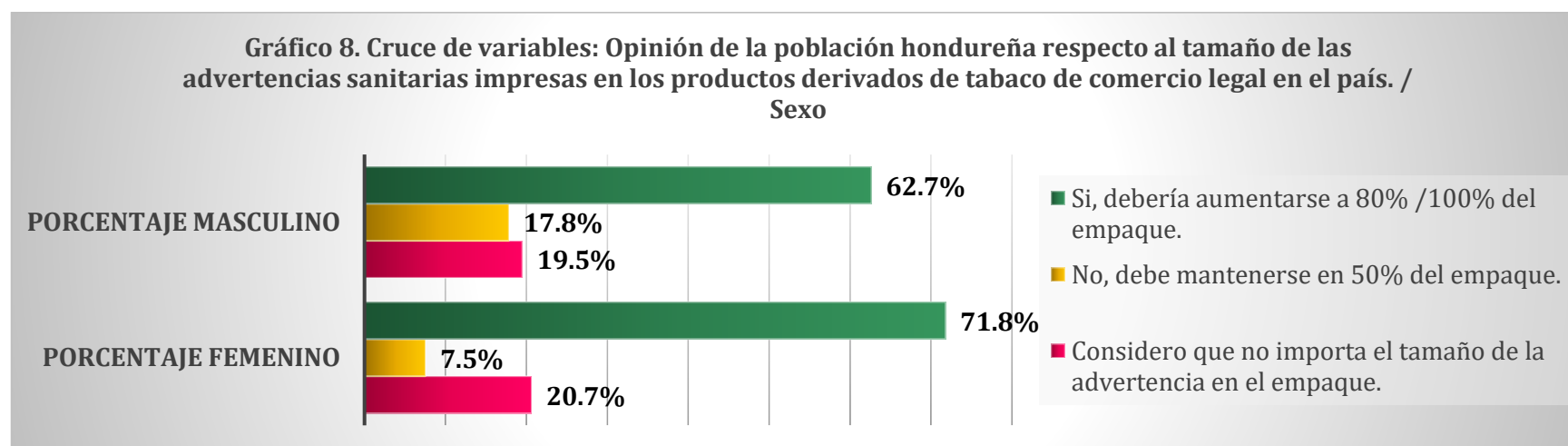


Tabla 9 / Gráfico 9: Cruce entre variables “Sexo” y “Opinión sobre la mejor advertencia sanitaria a efecto de disminuir/eliminar el consumo de tabaco en los usuarios de estos productos”.

Tabla 9. Opinión sobre la mejor advertencia sanitaria a efecto de disminuir/eliminar el consumo de tabaco en los usuarios de estos productos / Sexo								
Nombre de la Advertencia Sanitaria	Femenino	Porcentaje femenino	Masculino	Porcentaje masculino	No especificó	Porcentaje no especificó sexo	Total	Porcentaje Total
Boca de fumador	22	7.21%	23	9.54%			45	8.18%
Cáncer de Laringe	8	2.62%	15	6.22%			23	4.18%
Cáncer de Pulmón	106	34.75%	89	36.93%			195	35.45%
Daños a la salud de los niños y niñas	63	20.66%	53	21.99%	2	50.00%	118	21.45%
Daños al bebé por nacer	42	13.77%	27	11.20%	1	25.00%	70	12.73%
Daños en cavidad Oral	8	2.62%	6	2.49%	1	25.00%	15	2.73%
Pie con Gangrena	43	14.10%	16	6.64%			59	10.73%
Químicos del cigarrillo	13	4.26%	12	4.98%			25	4.55%
Total	305	100.00%	241	100.00%	4	100.00%	550	100.00%

Como se puede apreciar en la tabla 9, las mujeres escogieron en su mayoría la imagen referente a “Cáncer de pulmón” con un 34.75% de ellas (106 de las 305 encuestadas que refieren ser del sexo femenino), en segundo lugar la imagen de los “Daños producidos a la salud de los niños y niñas” con un 20.66% (63 de las 305) y en tercer lugar con 14.10% la imagen de “Pie con Gangrena” (43 de las 305 mujeres) refiriéndose a estas como las 3 imágenes que, a criterio femenino, podrían resultar más efectivas a efecto de disminuir y de ser posible detener completamente el consumo de tabaco en los actuales compradores de estos productos que verán las imágenes impresas en el empaquetado.

En cuanto a los 241 participantes del sexo masculino, estos determinan las mismas dos imágenes –“Cáncer de pulmón” con un 36.93% (89 hombres) y “Daños a la salud de los niños y niñas” con un 21.99% (53 de los 241 hombres). Sin embargo en la tercera posición como imagen que podría resultar más efectiva los hombres opinan que la imagen referente a “Daños al bebé por nacer” con un 11.20% sería más eficaz en su propósito ante el resto; cabe destacar que ese 11.20% son 27 hombres y que

aunque para las mujeres esa es la imagen en la posición #4 -con un 13.77%- 42 mujeres la reportan como más efectiva que el resto.

Porcentajes y datos con mayor visibilidad para su apreciación en la gráfica 9 a continuación.

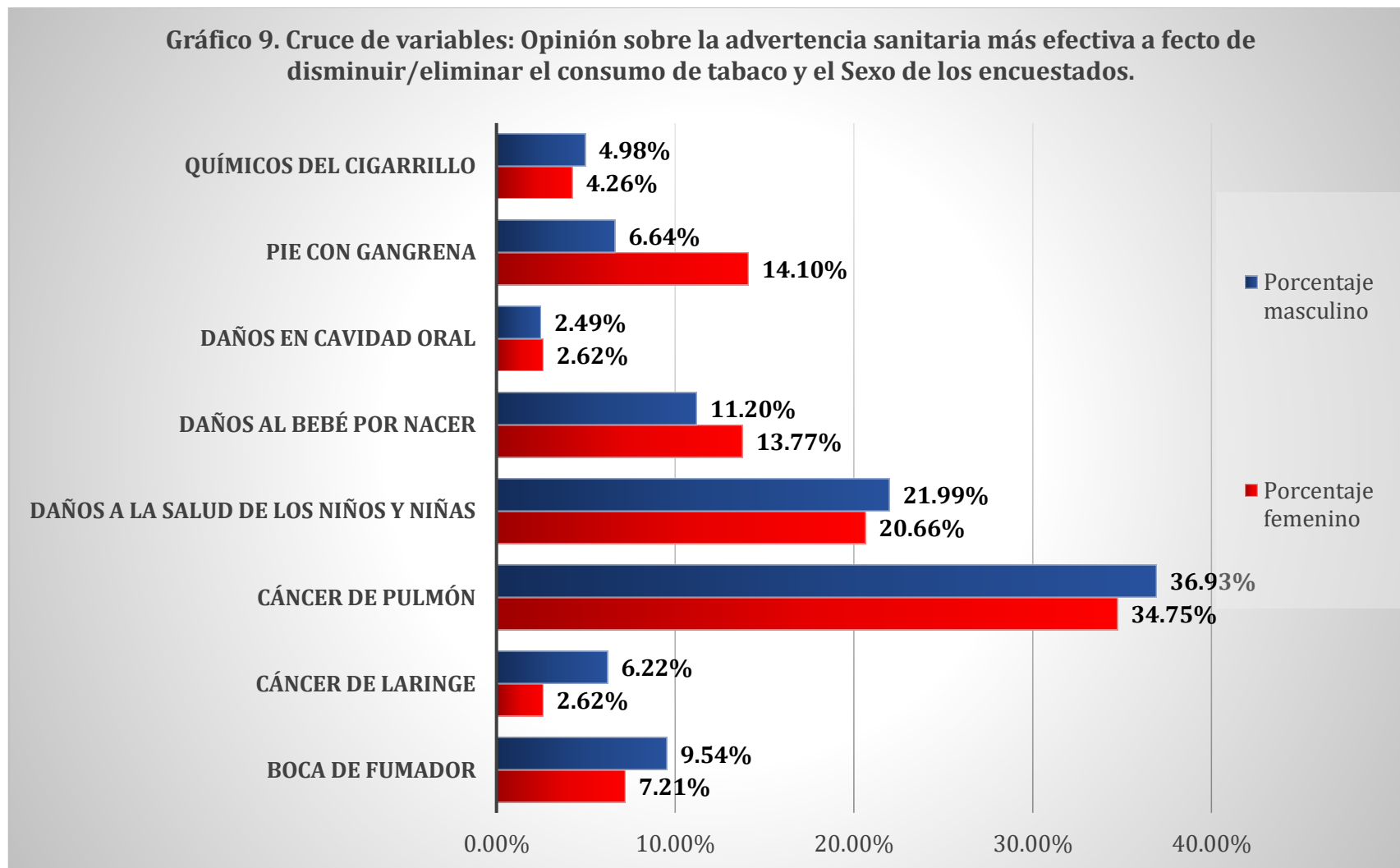


Tabla 10 / Gráfico 10: Cruce de variables “Edad” y “Opinión sobre la mejor advertencia sanitaria a efecto de disminuir/eliminar el consumo de tabaco en los usuarios de estos productos”.

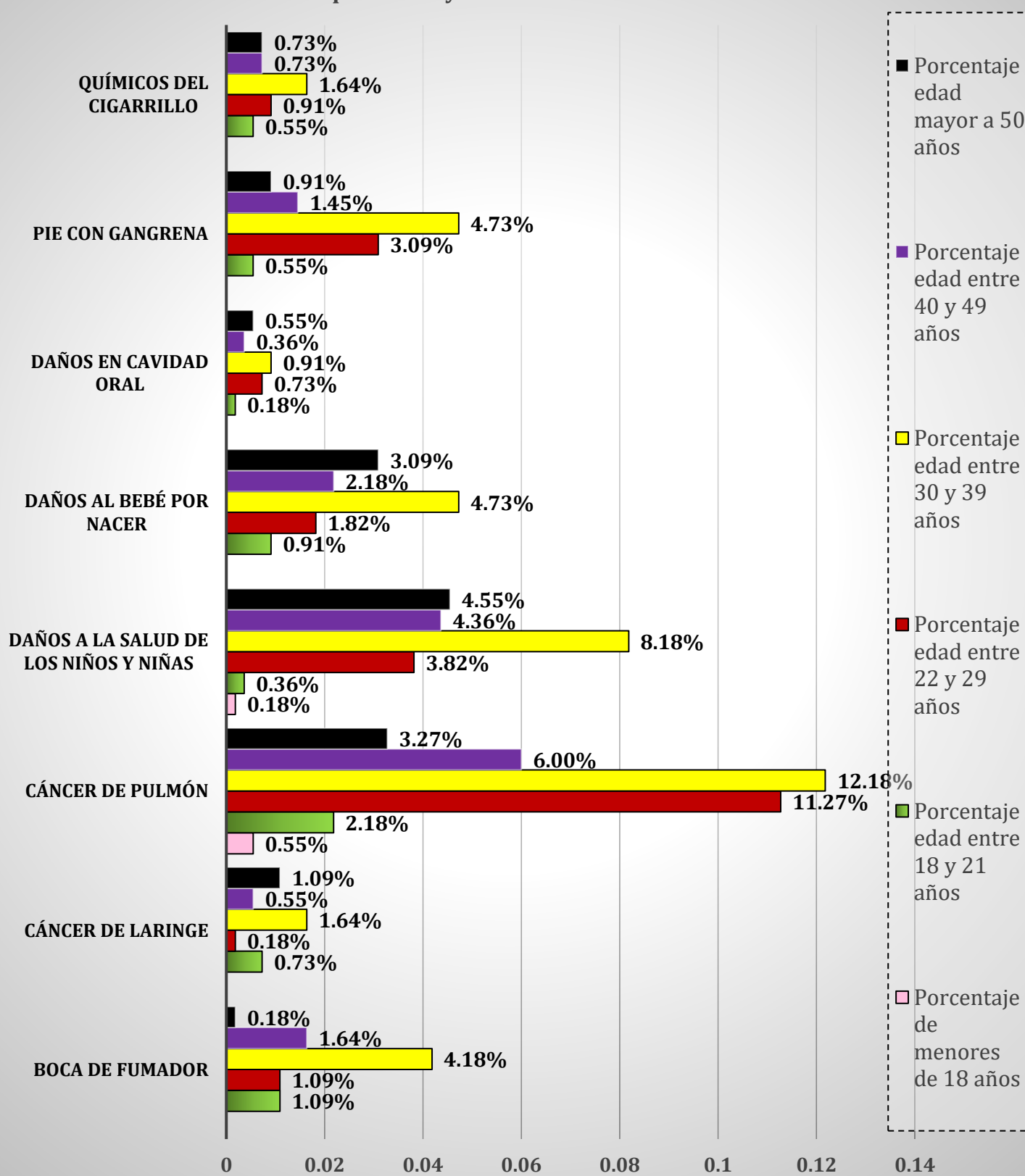
Tabla 10. Opinión sobre la mejor advertencia sanitaria a efecto de disminuir/eliminar el consumo de tabaco en los usuarios de estos productos / Edad						
Nombre de la Advertencia Sanitaria	Porcentaje de menores de 18 años	Porcentaje edad entre 18 y 21 años	Porcentaje edad entre 22 y 29 años	Porcentaje edad entre 30 y 39 años	Porcentaje edad entre 40 y 49 años	Porcentaje edad mayor a 50 años
Boca de fumador		1.09%	1.09%	4.18%	1.64%	0.18%
Cáncer de Laringe		0.73%	0.18%	1.64%	0.55%	1.09%
Cáncer de Pulmón	0.55%	2.18%	11.27%	12.18%	6.00%	3.27%
Daños a la salud de los niños y niñas	0.18%	0.36%	3.82%	8.18%	4.36%	4.55%
Daños al bebé por nacer		0.91%	1.82%	4.73%	2.18%	3.09%
Daños en cavidad Oral		0.18%	0.73%	0.91%	0.36%	0.55%
Pie con Gangrena		0.55%	3.09%	4.73%	1.45%	0.91%
Químicos del cigarrillo		0.55%	0.91%	1.64%	0.73%	0.73%
Total	0.73%	6.55%	22.91%	38.18%	17.27%	14.36%

En cuanto a la variable “Edad” podemos apreciar el desglose de la elección de cada grupo de personas de acuerdo a su grupo (rangos de edad) y la imagen que consideran puede resultar de mayor eficacia para que los consumidores de productos de tabaco cesen o al menos disminuyan su consumo.

Cabe destacar que la imagen “Cáncer de Pulmón” es escogida como la numero uno, [posiblemente] la más efectiva en su propósito en todos los grupos de diferentes edades a excepción del grupo “mayores de 50 años” quienes consideran que la imagen alusiva a los “Daños a la salud de los niños y niñas” podría ser la más efectiva con 1.28% por encima de la de Cáncer de pulmón; imagen misma que los menores de 18 años consideraron como la segunda más efectiva frente al resto de opciones.

Estos porcentajes se pueden apreciar de mejor manera en el gráfico 10 a continuación.

Gráfico 10. Cruce de variables: Opinión sobre la advertencia sanitaria más efectiva para disminuir/eliminar el consumo de tabaco en los usuarios de estos productos y la Edad de los encuestados



CONCLUSIONES

1. Las imágenes utilizadas en las advertencias sanitarias para ser impresas en el empaquetado de los productos derivados de tabaco que se comercializan de forma legal en el territorio hondureño cuentan con una diversa gama que hace referencia a los diferentes daños que puede provocar el consumo de estos más allá del pulmón y sistema respiratorio de los consumidores sino además del resto de sus órganos y de los posibles daños que ocasionan a terceros mediante la exposición al humo de segunda mano incluso en aquellos seres en estado de gestación e incluso los daños que ocurren a seres vivos muy resistentes a otros productos químicos que si se ven afectados por el contenido de los cigarrillos y que obviamente provocan daño constante a quienes le consumen. Estas imágenes son todas de la aprobación de la población y generan impacto y diferentes opiniones al respecto, criterios que pueden resultar de mucha utilidad para quienes desconocen el tema.
2. Definitivamente la población considera que el tamaño de la imagen aunque no es una medida única para combatir la epidemia del tabaquismo es una pieza clave y el hecho de aumentar su tamaño puede generar mejores resultados en su propósito del cese del consumo de tabaco, sobre todo como un recordatorio tácito a quienes vienen comenzando y/o a quienes aún no han probado dichos productos por primera vez.
3. Indistintamente del sexo o edad la imagen con mayor probabilidad de funcionar es la que hace alusión al “Cáncer de pulmón” se recomienda seguir tomando en cuenta para futuras campañas contra el consumo de tabaco; en segundo lugar la imagen referente al “Daño a la salud de los niños y niñas” resultó eficaz y podría ser un destello que oriente campañas preventivas a exponer los daños que ocasiona ser fumador pasivo y no solo enfocarse en campañas como el cuerpo del fumador como un individuo aislado sino como parte de un entorno familiar, comunitario y social que expone a los demás a consecuencias de las que quizá no son ni consientes.

ANEXOS

1. Imágenes de las advertencias sanitarias incluidas en el proyecto de investigación:





**Don Andrés hondureño
con cáncer de laringe ¡Por Fumar!**

¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**



**Fumar causa enfermedad
vascular periférica.**

¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**



Fumar daña las encías y los dientes.

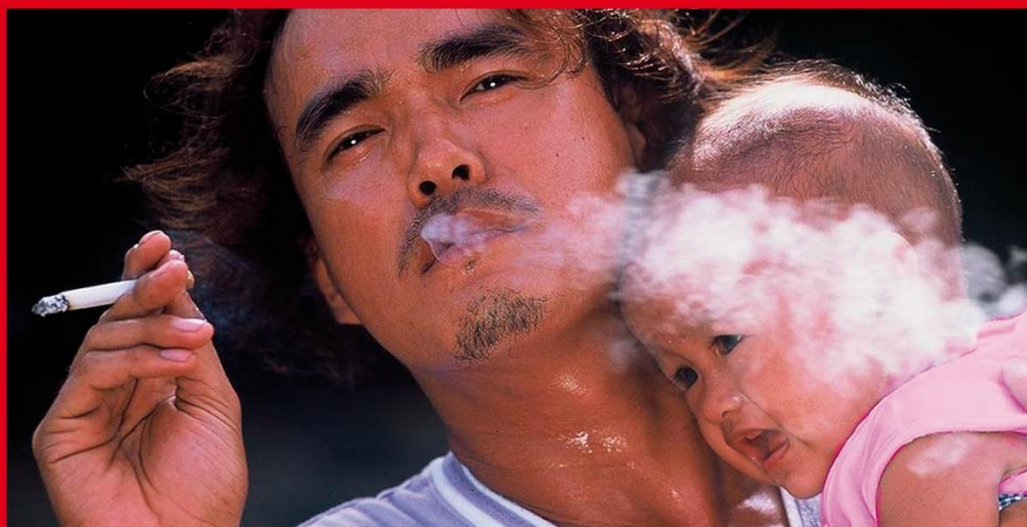
¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**

¡PELIGRO!



**El humo de tabaco contiene arsenico
y naftalina tambien usados contra
ratas y cucarachas.**

¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**



El humo del tabaco daña a sus hijos.

¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**



Fumar causa cáncer de pulmón.

¿Quieres dejar de fumar? Ayuda Gratis: 2238 - 9349 **IHADFA**