

Estrategias de publicidad, promoción y patrocinio (PPP) de productos de tabaco implementadas por Philip Morris International (PMI) en Colombia

Caso de Estudio: Cigarrillos Marlboro en el Festival Estéreo Picnic (FEP) versiones 2022-2024

Resumen

PMI no cesa en sus intentos para atraer a nuevos clientes (sobre todo a la población joven) a pesar de que se conoce que el consumo de sus productos cobra la vida de muchos de sus consumidores. Para ello, ha eludido abiertamente la normativa contra la PPP de productos de tabaco y derivados, y ha intentado renombrar su imagen con productos de tabaco y nicotina que señala son “*menos nocivos*”.

Así las cosas, una de las tácticas que la gigante tabacalera PMI utiliza en países del Sur Global, como Colombia, es el patrocinio de festivales de música, como el FEP -uno de los eventos musicales más importantes de América Latina-, que se celebra cada año en Colombia¹, a pesar de que la legislación colombiana prohíbe toda forma de PPP.

Corporate Accountability, y su Campaña para el Control de Tabaco (Programa América Latina) realizó un monitoreo de las estrategias de PPP de los cigarrillos Marlboro implementadas por PMI durante las versiones 2022-2024 del FEP.

Datos Claves

- 
- ▶ Marlboro sigue siendo la marca de cigarrillos más vendida en el mundo, y su participación en el mercado global aumentó del 9,2% al 9,8% en la última década².
 - ▶ La PPP de los cigarrillos y demás productos derivados del tabaco está prohibida en Colombia.
 - ▶ PMI usa el FEP como un canal para promocionar sus marcas de cigarrillos combustibles de la Marca Marlboro y variantes.
 - ▶ Se evidenció la presencia de menores de edad en los FEP de 2022, 2023 y 2024, lo que ha generado preocupación por la exposición de este grupo vulnerable (de especial protección en la Constitución de Colombia) a la publicidad y promoción de cigarrillos.

1. Fuente (visita 6/05/24): <<https://bit.ly/3UNmVkt>>.

2. Fuente (visita 6/05/24): <<http://bit.ly/3WAo7t1>>.

Principales Hallazgos

2022



- **FEP 2022 - Publicidad y promoción directa de cigarrillos Marlboro y variantes (ej. Marlboro Vista y diferentes sabores):** stands de venta exclusiva de Marlboro y variantes entre los escenarios musicales, con luces y colores de la marca por todos lados (ej. En el lugar o en la vestimenta de modelos). Modelos circulan por el festival, como puestos ambulantes, promoviendo estos productos.

2023



- **FEP 2023 - Publicidad y promoción directa de cigarrillos Marlboro, L&M y variantes:** se realizó una campaña de promoción compartida entre Marlboro y L&M y variantes, aunque con más relevancia de los colores de Marlboro. Continúan los puntos ambulantes y los stands fijos, pero en esa ocasión exhibieron paquetes gigantes y los modelos llevaban un cinturón exhibiendo los empaques de cigarrillos, con un uniforme más colorido.

2024



- **FEP 2024 - Publicidad y promoción directa de cigarrillos Marlboro en alrededores del Parque Simón Bolívar:** por primera vez el FEP se celebró en el Parque Simón Bolívar, en el corazón de Bogotá-Colombia (las versiones anteriores fueron a las afueras de la ciudad). Campaña promocional exclusiva de Marlboro y variantes con modelos vestidos de la marca, con cinturones con paquetes, maletas con paquetes y avisos de posibilidad y precio, posicionados en puntos clave y en las filas de acceso. Los modelos declararon no vender cigarrillos, sino que solo los publicitaban.

Conclusiones

- *A pesar de que la legislación colombiana prohíbe todo tipo de PPP de productos de tabaco, PMI utiliza el FEP para anunciar y promocionar los cigarrillos Marlboro.*
- *La presencia de PMI en el FEP refleja sus esfuerzos continuos por asociar sus productos con actividades culturales populares y dirigirse al mercado joven.*
- *La promoción de los cigarrillos Marlboro por parte de PMI en el FEP orientado a los jóvenes socava las afirmaciones de la corporación de que su objetivo es cambiar a los fumadores adultos de los cigarrillos tradicionales a otros productos de tabaco y nicotina.*
- *PMI sigue comercializando cigarrillos tradicionales en Colombia tras la introducción de IQOS-Heets, reafirmando que su principal negocio sigue siendo la venta de cigarrillos tradicionales.*



Recomendaciones



El gobierno de Colombia *debería reforzar* la aplicación de las regulaciones existentes que prohíben la PPP de productos de tabaco y derivados en eventos culturales y públicos, incluyendo el FEP. Asimismo, **los gobiernos de la región de América Latina** *deberían integrar* las lecciones de este caso de estudio y *alinear e implementar* sus normativas al CMCT de la OMS.



El gobierno de Colombia y los gobiernos de la región de América Latina *deberían fomentar* la colaboración entre las autoridades locales, la sociedad civil y expertos en salud para monitorear y evaluar el cumplimiento de las regulaciones relacionadas con el control del tabaco y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.



El gobierno de Colombia y los gobiernos de la región de América Latina *deberían promover* la conciencia pública sobre los riesgos para la salud asociados con el consumo de los productos de tabaco y nicotina; y, sobre la *importancia de proteger* a la juventud de la exposición a la publicidad y promoción de los precitados productos.



Los organizadores del FEP *deberían revisar* las relaciones con sus patrocinadores, *terminar* la relación con **PMI** como patrocinador del festival y *cumplir* con la ley de control de tabaco colombiana.



PMI *debería dejar* de usar sus mal intencionadas estrategias de PPP de productos de tabaco y nicotina, así como debería respetar y *cumplir* rigurosamente todas las disposiciones del CMCT de la OMS en todos los países que opera.



Para leer el reporte completo visite: bit.ly/3VnUji8

Coordinador:

Corporate Accountability, Campaña Control de Tabaco (Programa América Latina).

Autores:

Jaime Arcila, Daniel Dorado & Daniela Valdivieso.

Descargo de responsabilidad:

Las referencias de este Resumen Ejecutivo pueden ser validadas consultando: Arcila, J., Dorado, D., Valdivieso, D. *Estrategias de publicidad, promoción y patrocinio (PPP) de productos de tabaco implementadas por Philip Morris International (PMI) en Colombia. Caso de Estudio: Cigarrillos Marlboro en el Festival Estéreo Picnic (FEP), versiones 2022-2024.* Corporate Accountability.

Sobre Corporate Accountability

(www.corporateaccountability.org)

Corporate Accountability es una organización no gubernamental que impide a las empresas transnacionales que devasten la democracia, violen los derechos humanos y destruyan nuestro planeta.

Contáctenos

Si quien lee tiene información que pueda fortalecer este reporte, contáctenos:

tobaccocampaign@corporateaccountability.org

