



Bolsitas de nicotina (*snus blanco*), otro escollo frente al control del tabaquismo que conviene conocer y abordar

Nicotine pouches (*white snus*), another obstacle to tobacco control that should be known and addressed

AUTORES

(1,2) Josep M. Suelves
[ORCID: 0000-0002-7716-6944]
✉ @jmsuelves
in jmsuelves

(1) Araceli Valverde
[ORCID: 0000-0003-1482-6121]
✉ @aravalverde1

(2) Manuel Armayones
[ORCID: 0000-0001-6345-8711]
✉ @armayones
in manuelarmayones

CONTRIBUCIONES DE AUTORÍA

PLANTEAMIENTO Y PRIMER BORRADOR: JM Suelves

REDACCIÓN FINAL Y REVISIÓN: JM Suelves, A Valverde, M Armayones

FINANCIACIÓN

Sin financiación externa.

Los autores declaran que no existe ningún conflicto de intereses

FILIACIONES

(1) Agencia de Salud Pública de Cataluña.
BARCELONA, ESPAÑA.

(2) Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
BARCELONA, ESPAÑA.

CORRESPONDENCIA

Josep M. Suelves josepmaria.suelves@gencat.cat
C/ Aragón, 330-332. CP 08009. Barcelona, España.

CITA SUGERIDA

Suelves JM, Valverde A, Armayones M. Bolsitas de nicotina (*snus blanco*), otro escollo frente al control del tabaquismo que conviene conocer y abordar. Rev Esp Salud Pública. 2025; 99: 30 de enero e202501005.

RESUMEN

La posible difusión del uso de bolsitas de nicotina (BN) en España es motivo de preocupación, ya que el mercado mundial de estos productos está creciendo de un modo importante. A diferencia de las especialidades farmacéuticas que contienen nicotina, las BN contienen contaminantes como las nitrosaminas que suponen un riesgo adicional a los ya conocidos efectos adictivos y cardiovasculares de la nicotina. Las multinacionales tabaqueras que comercializan las BN de mayor difusión utilizan estrategias conductuales y de comunicación persuasiva para promover su consumo, aprovechando la ausencia de una normativa que regule estos productos. Mientras no se desarrollen nuevas regulaciones, es importante desarrollar campañas de información y actividades preventivas fundamentadas en las ciencias del comportamiento, así como dar a conocer los riesgos de estos nuevos productos a profesionales y usuarios del sistema de salud.

PALABRAS CLAVE // Tabaco; Nicotina; Snus; Tabaco sin humo; Nitrosaminas; Políticas de tabaco; Prevención y control; Ciencias del comportamiento; Comunicación persuasiva.

ABSTRACT

The possible spread of the use of nicotine pouches (NP) in Spain is a cause for concern, as the global market for these products is growing significantly. Unlike pharmaceutical specialties containing nicotine, NP contain contaminants such as nitrosamines that pose an additional risk to the already known addictive and cardiovascular effects of nicotine. The tobacco multinationals that market the most widely used NP use behavioural and persuasive communication strategies to promote their consumption, taking advantage of the absence of regulations governing these products. Until new regulations are developed, it is important to develop information campaigns and preventive activities based on behavioural sciences and to make the risks of these new products known to professionals and users of the health system.

KEYWORDS // Tobacco; Nicotine; Snus; Smokeless tobacco; Nitrosamines; Tobacco policies; Prevention and control; Behavioral sciences; Persuasive communication.

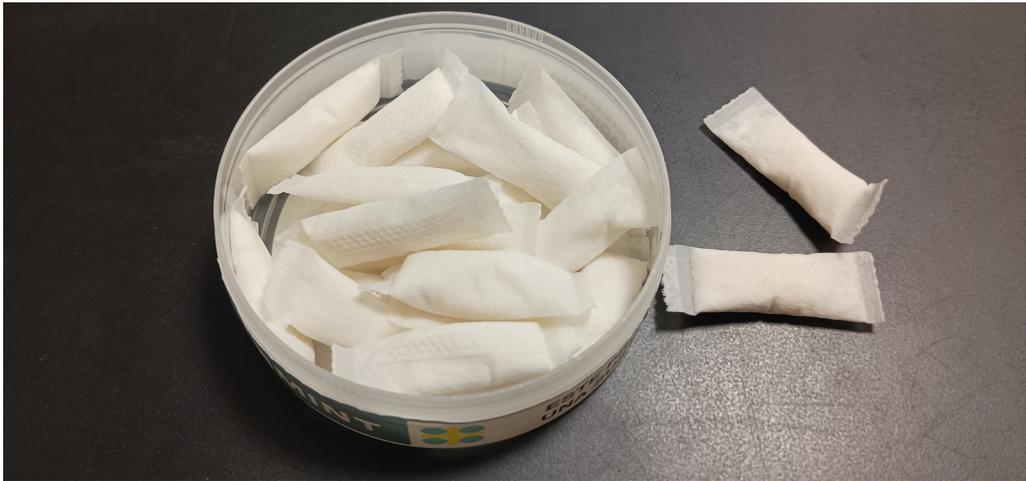
NOTAS

SRA. EDITORA-JEFE,

Diferentes medios han publicado recientemente informaciones sobre la popularización en España del uso de bolsitas de nicotina (BN), conocidas en inglés como *nicotine pouches*, que han mostrado la preocupación del movimiento de prevención y control del tabaquismo ante la falta de regulación de estos productos, constituidos por una bolsita de material permeable que contiene una preparación de nicotina con edulcorantes y diferentes aromas (mentol, cítricos, mango...) que se mantienen durante algunos minutos en contacto con las mucosas de la boca (habitualmente entre el labio superior y la encía) para facilitar

su absorción [Figura 1]. Las BN reproducen el modo de empleo de un producto del tabaco de uso extendido en Suecia, y cuya comercialización está prohibida en el conjunto de la Unión Europea, conocido como *snus*, lo que explica que esas bolsitas reciban también el nombre de *snus blanco*. Preocupa que, al igual que otros productos de introducción relativamente reciente en nuestro medio como los cigarrillos electrónicos, las BN se conviertan en un vector para el inicio de la adicción a la nicotina y la progresión al consumo de tabaco para los jóvenes y adolescentes, así como que supongan una pérdida de oportunidad para quienes recurran a ellas con la intención de abandonar el tabaco o minimizar sus efectos perjudiciales.

Figura 1
Bolsitas de nicotina comercializadas en España. El envase indica que cada una de las veinte bolsitas de la caja contiene 10,9 mg de nicotina, xilitol, acesulfamo-K y cloruro de amonio, entre otros ingredientes.



Este artículo tiene una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional. Usted es libre de Compartir (copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato) bajo los siguientes términos: Atribución (debe darse el crédito apropiado, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo en cualquier manera razonable, pero no de alguna manera que sugiera que el licenciente lo respalda a usted o su uso); No comercial (no podrá utilizar el material con fines comerciales); Sin derivados (si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado); Sin restricciones adicionales (no puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros hacer cualquier cosa que la licencia permita).
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Se han publicado estimaciones que indican que el mercado global de las BN representó cerca de 3.200 millones de euros en 2022 y que se prevé que supere los 5.316 en 2030 (1). Las principales marcas de BN son comercializadas por multinacionales tabaqueras que llevan tiempo desarrollando campañas prometiendo impulsar *un mundo sin humo* y lanzando al mercado nuevos productos de supuesto *riesgo reducido*, mientras continúan lucrándose con el comercio de tabaco, que causa mundialmente ocho millones de muertes anuales y siguen oponiéndose a todas las medidas efectivas de control del tabaco que impulsan los gobiernos.

A diferencia de otros productos con nicotina de uso oral, sujetos a las medidas de control aplicadas a los productos sanitarios, las BN no son medicamentos y plantean problemas de seguridad que van incluso más allá de los riesgos derivados del uso de dosis elevadas de nicotina (como la adicción y sus efectos cardiovasculares), puesto que tienen efectos adversos sobre la salud oral (2) y contienen frecuentemente contaminantes como las nitrosaminas específicas del tabaco (3), de efectos carcinógenos bien conocidos.

Se estima que un 2,9% de los estadounidenses adultos había probado alguna vez estos productos y un 0,4% los estaba utilizando en 2022, cuando las mayores prevalencias de uso se observaron entre los grupos de edad más jóvenes, los varones y los fumadores interesados en dejar de fumar. En España se han empezado a difundir resúmenes de la evidencia disponible en relación a las BN, pero no disponemos de indicadores válidos sobre la evolución del mercado de BN y la prevalencia

de su uso, probablemente mucho menor al de los productos del tabaco o los cigarrillos electrónicos.

Como ya ha sucedido en el caso de otros productos relacionados con el tabaco, la promoción del uso de BN se apoya en diferentes estrategias conductuales y de comunicación persuasiva, entre los que se incluye la utilización de edulcorantes para enmascarar el sabor potencialmente aversivo de las altas concentraciones de nicotina (4), el uso de aromas, el recurso a la popularidad y a la función modélica de personas que hacen público su consumo en videos y anuncios (5) o la relativización de los riesgos en comparación con el tabaco convencional (6,7).

Las brechas legales que permiten que las BN no estén sujetas a la legislación que regula la promoción, comercialización y uso de productos del tabaco y otros productos relacionados pueden favorecer su difusión mientras no se completan las actualizaciones normativas previstas en el *Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo 2024-2027* (8). Mientras tanto, es importante desarrollar herramientas que permitan conocer la evolución del uso de BN en la población general y, muy especialmente, entre jóvenes y adolescentes, así como desarrollar actividades informativas y de prevención bien fundamentadas en las ciencias del comportamiento para prevenir el inicio y la progresión en el uso de BN. También es conveniente que los profesionales de la salud conozcan la existencia de las BN y las principales consecuencias de su uso sobre la salud, para poder informar así a sus pacientes y proporcionar un consejo adecuado a quienes ya consumen esos productos (9). (9)

BIBLIOGRAFÍA

1. The Insight Partners. *El mercado de las bolsas de nicotina crecerá a una tasa compuesta anual del 6,6 % en 2030* [Internet]. 2024 [consultado 6 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://www.theinsightpartners.com/pr/nicotine-pouches-market>
2. Rungraungrayabkul D, Gaewkhiew P, Vichayanrat T, Shrestha B, Buajeeb W. *What is the impact of nicotine pouches on oral health: a systematic review*. Vol. 24, BMC Oral Health. BioMed Central Ltd; 2024. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39097712/>
3. Mallock N, Schulz T, Malke S, Drejack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control* [Internet]. 2024;33:193-199. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38378209/>
4. Jabba S V, Silinski P, Yang AY, Ouyang W, Jordt SE, Jordt SE. *Artificial Sweeteners in US-Marketed Oral Nicotine Pouch Products: Correlation with Nicotine Contents and Effects on Product Preference*. bioRxiv 2024.01.26.577472; doi: <https://doi.org/10.1101/2024.01.26.577472>
5. Sun T, Tattan-Birch H. *Sports, Gigs, and TikToks: Multichannel Advertising of Oral Nicotine Pouches*. Nicotine and Tobacco Research [Internet]. 27 de agosto de 2024. Disponible en: <https://academic.oup.com/ntr/advance-article/doi/10.1093/ntr/ntae188/7742817>
6. Ling PM, Hrywna M, Talbot EM, Lewis MJ. *Tobacco-Derived Nicotine Pouch Brands and Marketing Messages on Internet and Traditional Media: Content Analysis*. JMIR Form Res. 2023;7. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36790840/>
7. Keller-Hamilton B, Curran H, Stevens EM, Zettler PJ, Mays D, Ferketich AK. *Effects of "Tobacco Free" Language in Warning Labels on Perceptions of Electronic Cigarettes and Nicotine Pouches among Young Adult Men: A Randomized Trial*. Vol. 58, Substance Use and Misuse. Taylor and Francis Ltd.; 2023. p. 1302-1306. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/37227265/>
8. Ministerio de Sanidad. *Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo (PIT) 2024-2027* [Internet]. 2024 [consultado 6 de septiembre de 2024]. Disponible en: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Documents/2024/300424-Plan_Prevencci%C3%B3n_Tabaquismo_Plan_v29_04_18_35_1.pdf
9. *Bolsitas de nicotina («Nicotine Pouches»)*. Informe del Instituto Federal para la Valoración de Riesgos de Alemania [Internet]. 2023 abr [consultado 6 de septiembre de 2024]. Disponible en: https://www.sanidad.gob.es/areas/promocionPrevencion/tabaco/profesionales/docs/NicotinePouches_informe.pdf