



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Resumen
del artículo



Global



Junio de 2026

Comprender las bolsitas de nicotina

Pruebas actuales y actividades de la industria



Conclusiones clave

- Las compañías tabacaleras transnacionales (TTC) están promocionando de forma agresiva las bolsitas de nicotina a menudo haciendo hincapié en los sabores, la comodidad y la discreción de su uso.
- Las tasas de consumo están creciendo rápidamente, especialmente entre los jóvenes.
- En 2025, se vendieron aproximadamente 34 000 millones de bolsitas, lo que representa un aumento del 660 % con respecto a 2020.
- Para 2027, se estima que el mercado mundial de las bolsitas tendrá un valor de 15 990 millones de dólares.
- Las bolsitas de nicotina no contienen tabaco, y por lo tanto, es posible que no estén sujetas a las regulaciones de control del tabaco. Las TTC están aprovechando esta ambigüedad para expandir rápidamente sus mercados.
- Las bolsitas de nicotina no son una ayuda comprobada para dejar de fumar, y se desconocen sus efectos a largo plazo sobre la salud.
- Los Gobiernos deben priorizar evitar que los jóvenes se inicien en el consumo de nicotina y rechazar los intentos de la industria de influir en las regulaciones.

Las compañías tabacaleras están vendiendo un nuevo producto adictivo: las bolsitas de nicotina. Si no se regula, la promoción agresiva de la industria podría alimentar una nueva ola de adicción a la nicotina y daños a la salud, incluso mientras el mundo sigue lidiando con los efectos de las actuales epidemias de cigarrillos y cigarrillos electrónicos.

¿Qué son las bolsitas de nicotina?

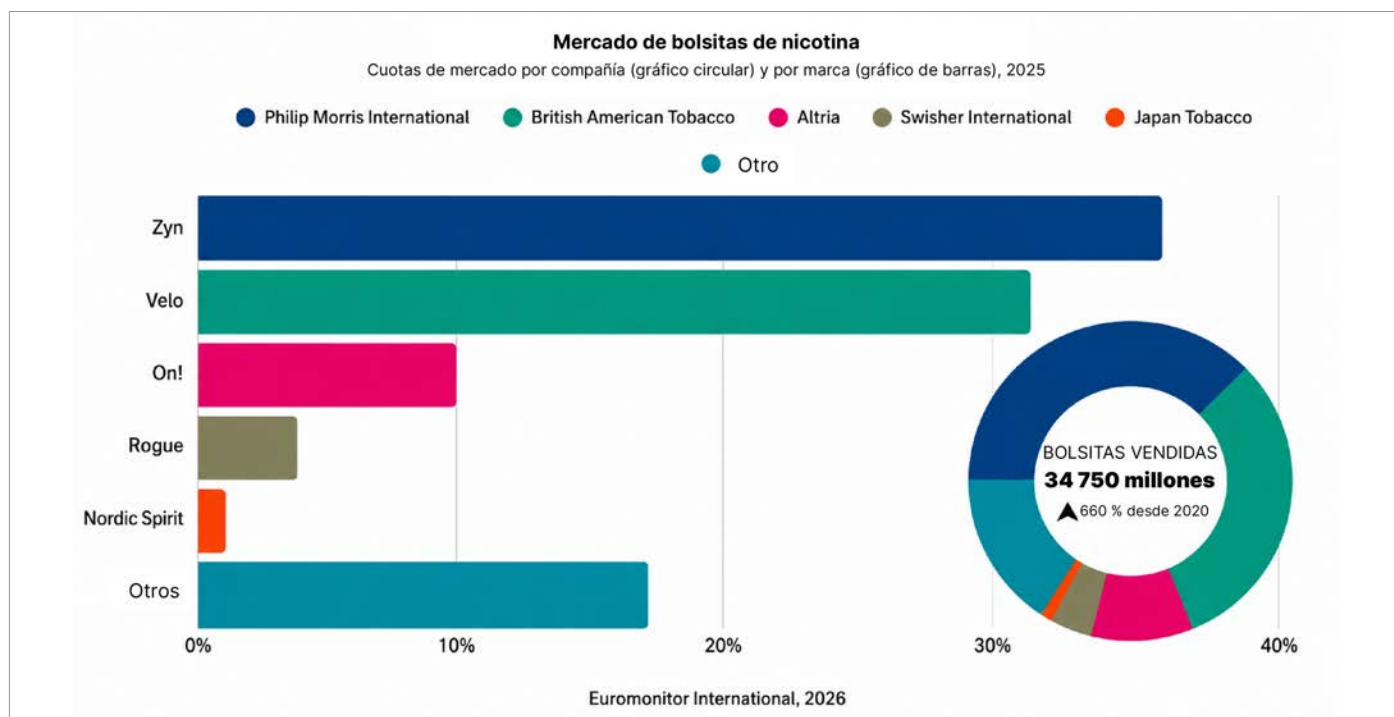
Una bolsita de nicotina es un pequeño sobre que los usuarios colocan entre el labio y la encía. La bolsita contiene nicotina en polvo, aditivos de sabor, fibras vegetales como la celulosa y otros excipientes.¹ La nicotina puede provenir del tabaco o ser producida sintéticamente.

Las bolsitas de nicotina son similares al snus, un producto de uso oral muy popular en Suecia. Con frecuencia, se confunden ambos, especialmente porque, en algunas regiones, a las bolsitas de nicotina se las llama "snus blanco". Sin embargo, el snus contiene tabaco, mientras que las bolsitas de nicotina no.

Algunas de las principales marcas de bolsitas son propiedad de los fabricantes transnacionales de cigarrillos más grandes del mundo. Según Euromonitor, Philip Morris International (PMI) y British American Tobacco (BAT) controlaban cada una aproximadamente un tercio del mercado mundial de bolsitas en 2025.² Japan Tobacco International (JTI) e Imperial Brands habrían controlado alrededor del 1 % o menos del mercado en 2025. Si bien estas compañías tabacaleras transnacionales (TTC) siguen obteniendo la gran mayoría de sus ganancias de los cigarrillos, la caída en las tasas de tabaquismo las ha impulsado a ampliar sus carteras de productos para compensar las pérdidas, retener a los clientes y captar nuevos. Las TTC suelen referirse a las bolsitas de nicotina como "productos orales sin humo" o "nicotina oral moderna".

Muchas bolsitas contienen más nicotina que los cigarrillos

- Algunas bolsitas se comercializan indicando que contienen menos de 2 mg de nicotina por bolsita, mientras que otras afirman tener casi 50 mg o incluso más.³ La mayoría de las principales compañías tabacaleras venden bolsitas en una variedad de concentraciones.
- En comparación, la mayoría de los cigarrillos contienen entre 10 y 12 mg de nicotina, de los cuales se absorben aproximadamente entre 1 y 2 mg durante su consumo.⁴ Los productos comunes de terapia de reemplazo de nicotina aprobados para dejar de fumar, como el chicle y las pastillas de nicotina, suelen contener entre 2 y 4 mg.⁵
- Las investigaciones sugieren que las bolsitas de 4 mg pueden aportar una cantidad de nicotina similar a la de un cigarrillo, mientras que las de 8 mg y más aportan una cantidad significativamente mayor.⁶ El consumo de nicotina puede aumentar aún más cuando los usuarios consumen varias bolsitas a la vez, una práctica conocida como "stacking" (uso simultáneo o consecutivo de múltiples productos de nicotina) o "multi-packing" (uso simultáneo de varias bolsitas de nicotina).⁷
- El etiquetado de las bolsitas suele ser poco claro y potencialmente engañoso. Además, no está estandarizado, ya que algunos envases indican la cantidad de nicotina en miligramos por bolsita, mientras que otros la expresan en miligramos por gramo.⁸ Esto dificulta que los consumidores comparen el contenido de nicotina entre los distintos productos.



Cuotas de mercado de las compañías (gráfico circular) y las marcas (gráfico de barras) de bolsitas de nicotina en dólares estadounidenses, 2025. (Fuente: Tobacco Tactics. Disponible en: www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/).



Las bolsitas de nicotina forman parte de una estrategia deliberada de la industria para aumentar y mantener el consumo de nicotina.

Cada vez más jóvenes consumen estas bolsitas en todo el mundo mientras el mercado en general se expande con rapidez.^{9, 10} Las ventas de bolsitas de nicotina con mayor concentración han aumentado más rápidamente que las de menor concentración.¹¹ Si bien estudios de Estados Unidos y el Reino Unido muestran que, hasta ahora, la mayoría de los consumidores de bolsitas de nicotina son personas que ya consumen tabaco o productos de nicotina, hay evidencia de su consumo entre personas que nunca antes han fumado ni consumido nicotina.^{12, 13}

En 2025, se vendieron aproximadamente 34 000 millones de bolsitas a nivel mundial, lo que representa un aumento del 660 % con respecto a 2020, según la compañía de investigación de mercado Euromonitor.¹⁴ La compañía estima que el valor del mercado mundial alcanzará los 15 990 millones de dólares para 2027 y los 25 000 millones de dólares en 2028.^{15, 16, 17} En Estados Unidos, actualmente el mayor mercado de bolsitas de nicotina, las ventas aumentaron más del 1300 % entre 2019 y 2025.¹⁸

En 2023, los principales mercados para las bolsitas de nicotina fueron Estados Unidos, Suecia, Dinamarca, Pakistán y Austria.¹⁹ Otros mercados que se expandieron rápidamente entre 2022 y 2023 incluyen la República Checa, Hungría, el Reino Unido y Uzbekistán.²⁰ Además, la industria ha comenzado recientemente a vender estos productos en otros países de ingresos bajos y medios, como México, Filipinas y Nigeria, y está invirtiendo en la expansión del mercado en Ucrania.^{21, 22, 23, 24}

Las compañías tabacaleras transnacionales están impulsando el crecimiento

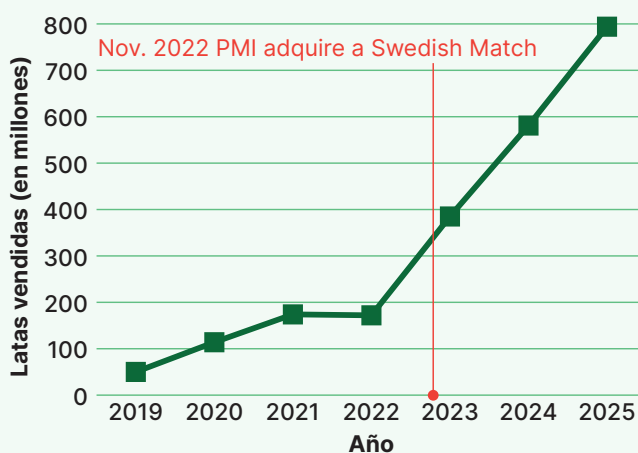
La amplia infraestructura de producción, distribución, comercialización y ventas de las grandes tabacaleras, que primero se utilizó para generar la epidemia del tabaco y luego para impulsar la epidemia de los cigarrillos electrónicos, ahora se está empleando para hacer crecer el mercado de las bolsitas de nicotina.

PMI y BAT, en particular, están invirtiendo recursos significativos en la expansión del mercado:

- BAT declaró que invirtió 40 millones de dólares en la fabricación de bolsitas en Pakistán en 2020.²⁵
- Para 2024, PMI anunció que invertiría más de 800 millones de dólares en las fábricas de Zyn en todo Estados Unidos.²⁶
- En 2024, BAT anunció que invertiría 162 millones de dólares para ampliar la fabricación de productos sin humo en su planta de Hungría.²⁷
- PMI declaró que invirtió 5 millones de dólares para impulsar el mercado de las bolsitas en Ucrania en 2025 y planea invertir 10 millones de dólares más en 2026, entre otras cosas, para lanzar una nueva línea de productos Zyn.²⁸

Cómo PMI alimentó las ventas de Zyn en EE. UU.

Cuando PMI compró Swedish Match, fabricante de Zyn, en 2022, la marca se vendía principalmente en Suecia, EE. UU. y algunos países de Europa. Para 2025, PMI informó de una expansión a 56 mercados. En 2026, comenzó a publicitar Zyn en los autos Ferrari de Fórmula 1 como parte de su patrocinio del equipo, tal como lo había hecho históricamente con los cigarrillos Marlboro.²⁹



Fuentes: notas al pie 30-36

Cómo la industria está tratando de influir en las regulaciones sobre las bolsitas de nicotina

Las regulaciones sobre las bolsitas de nicotina abarcan desde la prohibición total de su venta hasta la casi inexistencia de restricciones. En algunos países, estas bolsitas se sitúan en una zona gris regulatoria, sin estar ni prohibidas ni autorizadas, ya que no encajan en ninguna categoría de producto existente y, por ello, quedan fuera de las regulaciones vigentes. En los lugares donde las bolsitas de nicotina están reguladas, muchos países las clasifican como tabaco o productos relacionados, mientras que otros las tratan como productos alimenticios, productos farmacéuticos, productos de terapia de reemplazo de nicotina o incluso venenos.^{37, 38}

Las TTC están aprovechando esta ambigüedad para expandir rápidamente el mercado antes de que los Gobiernos cierren estas brechas regulatorias.

La industria y sus aliados utilizan diversas estrategias para ejercer presión política a favor de una regulación más flexible, lo que incluye amenazas económicas e incentivos, tales como:

- Amenazas de recortes de empleos y paros operativos si se prohíben las bolsitas de nicotina³⁹
- Amenazas de una expansión del mercado ilícito si las bolsitas de nicotina se regulan estrictamente o si se les aplican impuestos elevados, un argumento respaldado por la industria que no tiene el apoyo de las investigaciones independientes⁴⁰
- Promesas de invertir en la fabricación local si se autorizan las bolsitas⁴¹

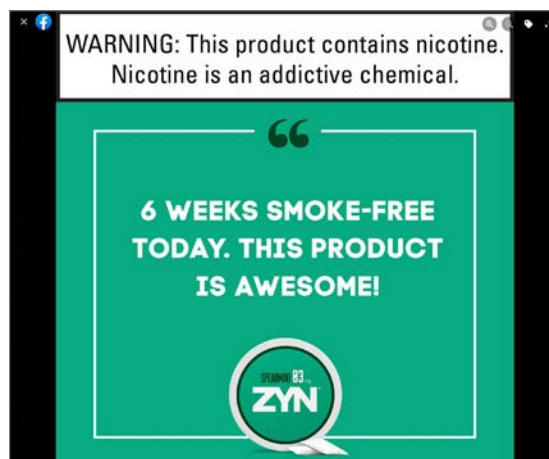
Para influir en las autoridades regulatorias, los fabricantes de bolsitas de nicotina y sus aliados también han comenzado a hacer referencia, en redes sociales y en artículos, a la autorización de comercialización de Zyn otorgada en 2025 por la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA).⁴² En su decisión, la FDA concluyó que las bolsitas de Zyn tenían el potencial de brindar beneficios a los adultos que fuman cigarrillos o consumen otros productos de tabaco sin humo, siempre y cuando se cambien por completo a Zyn. La FDA señaló que las bolsitas no están "aprobadas por la FDA" y que el organismo no las autorizó como herramientas para dejar de fumar. Sin embargo, los defensores de las bolsitas de nicotina en otros países están utilizando la autorización de la FDA como una señal de credibilidad para respaldar los argumentos a favor de la reducción de daños del tabaco y presentar Zyn como un producto de "riesgo reducido".⁴³

Cómo las grandes tabacaleras presentan las bolsitas de nicotina: "te acompañan todos los días"

Las principales compañías tabacaleras han adoptado un argumento de transformación global para intentar rehabilitar su reputación. Con este argumento, intentan presentarse a sí mismas y a su industria como entidades que han evolucionado, aunque sus actividades comerciales sugieren lo contrario.⁴⁴ Para desviar la atención de los billones de cigarrillos que siguen fabricando y vendiendo cada año, la industria promueve agresivamente sus productos alternativos a los cigarrillos, incluidas las bolsitas de nicotina.

Un informe de la Organización Mundial de la Salud concluyó que las bolsitas de nicotina se promocionaban de forma indirecta como una ayuda para reducir o dejar de fumar, lo que respalda el argumento de la industria sobre la reducción de daños causados por el tabaco; sin embargo, las mismas marcas también se presentaban a menudo como productos de estilo de vida, representadas en contextos de viajes, gastronomía y entretenimiento, e incluso como potenciadores del rendimiento deportivo.

COMERCIALIZACIÓN IMPLÍCITA COMO AYUDA PARA DEJAR DE FUMAR



Anuncio que presenta indirectamente a Zyn como una ayuda para dejar de fumar (de la colección de Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)



Anuncio que presenta indirectamente a Velo como una ayuda para dejar de fumar (de la colección de Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

COMERCIALIZACIÓN DE ESTILO DE VIDA



Anuncio que presenta a Velo como un producto de estilo de vida (de la colección de Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)



Anuncio que presenta a Zyn como un producto de estilo de vida (de la colección de Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

Esto sigue el mismo guion que la industria utilizó para enganchar a millones de personas a los cigarrillos y sugiere que la industria está lanzando una red lo más amplia posible para captar nuevos usuarios, incluidos jóvenes y no fumadores.

El tema "no te pierdas ni un momento" es un pilar destacado de la estrategia de comercialización de las bolsitas de nicotina de la industria y sustenta lo que parece ser su objetivo: convertir las bolsitas de nicotina en algo que "te acompaña todos los días" (un eslogan de Velo). Dado que las bolsitas se presentan como una solución a corto plazo en entornos sin tabaco ni cigarrillos electrónicos, resulta evidente que no se trata de reducir el consumo de cigarrillos o de cigarrillos electrónicos. Se trata de aumentar el consumo de nicotina, sin importar el producto.

Aprovechar los momentos del consumidor



45

Diapositiva de la presentación a inversores de BAT en la conferencia de Consumer Analyst Group of New York



Atraer a un público más joven

Los fabricantes de bolsitas de nicotina están utilizando tácticas que han demostrado ser eficaces para hacer que estas sean atractivas para los jóvenes:

MARKETING EN REDES SOCIALES: Las TTC recurren en gran medida a las redes sociales para comercializar las bolsitas de nicotina, lo que las ayuda a llegar a un público más joven. En Estados Unidos, la mayoría de los anuncios de bolsitas de nicotina se publican en las cuentas de redes sociales de las marcas.⁴⁶ BAT, PMI y JTI han recurrido a influenciadores en las redes sociales con entre 24 000 y 12 millones de seguidores para promocionar las bolsitas.⁴⁷

Ya sea que se presenten como potenciadores del rendimiento, ayudas para la relajación, productos de estilo de vida o herramientas para dejar de fumar, las bolsitas de nicotina casi siempre se describen como discretas.⁴⁸ Esta naturaleza discreta resulta intrínsecamente atractiva para los jóvenes y les permite consumirlas de manera encubierta en escuelas, autobuses y otros lugares donde está prohibido fumar o usar cigarrillos electrónicos.⁴⁹

Al igual que en la publicidad del tabaco, las bolsitas de nicotina se asocian con la amistad, un estilo de vida activo, el romance y el éxito.⁵⁰ Los resultados de un estudio realizado en Pakistán sugieren que esta estrategia de *marketing* está funcionando. Un grupo focal de adolescentes de entre 10 y 16 años reveló que muchos de ellos ven a Velo, de BAT, como un producto "de lujo" elegante y moderno.⁵¹

El alcance global de esta publicidad digital es alarmante. Los investigadores estiman que el marketing de Velo en redes sociales llegó a más de 10 millones de adolescentes menores de 18 años entre 2018 y 2023. BAT y PMI también están utilizando su patrocinio de los equipos de Fórmula 1 McLaren y Ferrari para promocionar sus marcas de bolsitas de nicotina entre el público cada vez más joven de Fórmula 1, del cual el 34 % tenía entre 16 y 24 años en 2021.^{52, 53}

ÉNFASIS EN LOS SABORES: Los sabores son conocidos por atraer a los jóvenes y contribuir a que se vuelvan adictos a productos nocivos.⁵⁴ En EE. UU., se estima que el 85 % de los jóvenes consumidores preferían las bolsitas con sabor y con concentraciones relativamente altas de nicotina, entre 6 y 10 mg.⁵⁵ Esto plantea el riesgo de agravar la adicción a la nicotina, ya que los estudios demuestran que los productos con sabor están vinculados al consumo dual o múltiple.⁵⁶

A pesar de estos riesgos, las TTC ofrecen decenas de sabores y los promocionan de forma agresiva. Las bolsitas de nicotina vienen en sabores como menta (mentol), frutal, caramelo, café, picante y tabaco, así como en sabores más ambiguos como "paan rush", "blast", "frost", "exotic black" y "urban vibe".^{57, 58} Zyn también vende bolsitas de nicotina con "perlas" (pequeñas bolas incrustadas en la bolsita) que, según la compañía, pueden acelerar la absorción de nicotina y potenciar los sabores.⁵⁹

WARNING: This product contains nicotine.
Nicotine is an addictive chemical.



WARNING: This product contains nicotine.
Nicotine is an addictive chemical.



Anuncios de Zyn que promocionan sabores como menta fresca, "wintergreen", menta, menta verde, mentol, cítrico, "chill", suave, café, canela, "spiced cider", mojito y "espresso martini" (de la colección de Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

TÁCTICAS DE VENTA AL POR MENOR: La falta de regulaciones para la venta al por menor, tanto en tiendas físicas como en línea, representa un gran riesgo de consumo entre los jóvenes, ya que los espacios comerciales son una de las vías más directas con las que las compañías de tabaco y nicotina pueden llegar a consumidores de todas las edades.



India: Un estudio sobre el mercado de las bolsitas de nicotina en la India reveló que al menos 68 marcas distintas podían comprarse mediante venta directa por Internet y a través de plataformas de comercio electrónico de terceros.⁶⁰ Las marcas nacionales e internacionales, como Velo y Zyn, se venden principalmente a través de canales en línea.⁶¹



México: Se han recibido informes de que las bolsitas de nicotina se colocan en lugares destacados en los locales comerciales, cerca de las cajas registradoras y en tiendas ubicadas cerca de escuelas.⁶²



Pakistán: En una encuesta realizada en 382 puntos de venta, el 12,3 % contaba con expositores para bolsitas de nicotina.⁶³ Un estudio realizado en Karachi reveló que el 20 % de las tiendas que vendían bolsitas de nicotina se encontraban a menos de 200 metros de escuelas. En el 59 % de las tiendas, las bolsitas se exhibían junto a los dulces y, en el 70 % de las tiendas, se exhibían a la altura de los ojos de los niños.⁶⁴ También se ha informado que se venden a través de plataformas en línea como FoodPanda.⁶⁵



Reino Unido: Marcas de bolsitas de nicotina, entre ellas, Velo, Nordic Spirit y Zyn, han ofrecido muestras gratuitas a los consumidores a través de sus tiendas en línea, eventos y representantes que las reparten en los centros de las ciudades.^{66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73}

"En los últimos cinco años, el consumo múltiple total se ha duplicado, y **el consumo múltiple de nuevas categorías se ha multiplicado por cinco**, ya que los consumidores eligen diferentes categorías según distintos estados de ánimo y momentos del día. Es importante destacar que **estos consumidores generan casi el doble de ingresos** que un usuario exclusivo de nuevas categorías, impulsando el 80 % del crecimiento total de los ingresos de productos de nuevas categorías. Y a medida que las nuevas categorías ganan terreno, **el consumo diario promedio también aumenta**, ya que los productos se vuelven parte de la rutina del consumidor".

Tadeu Marroco, director ejecutivo de British American Tobacco, en una presentación a inversores en 2026 (énfasis añadido)⁷⁸

Las bolsitas de nicotina no son una herramienta comprobada para dejar de fumar.

Actualmente, ningún estudio independiente ofrece pruebas suficientes de que las bolsitas de nicotina sean una herramienta eficaz para dejar de consumir tabaco o nicotina.^{74, 75}

El uso de bolsitas de nicotina junto con otros productos de tabaco o nicotina (lo que se conoce como "consumo dual" o "múltiple") es un problema creciente. En EE. UU., más de tres de cada cuatro adolescentes y adultos jóvenes que consumían bolsitas de nicotina también consumían al menos otro producto de tabaco.⁷⁶ Incluso las TTC reconocen el aumento del consumo múltiple. En una presentación a inversores de 2026, el director ejecutivo de BAT afirmó que el consumo múltiple de productos de "nuevas categorías" se multiplicó por cinco en los últimos cinco años.⁷⁷

Además, existe el riesgo de que las bolsitas de nicotina sirvan como una puerta de entrada al consumo de nicotina y no como una vía de salida. Además de dirigirse a jóvenes que tienen menos probabilidades de ser fumadores, algunas bolsitas de nicotina se están orientando hacia un público aparentemente preocupado por la salud (que tendría menos probabilidades de consumir tabaco) al presentar las bolsitas de nicotina como potenciadores del rendimiento cognitivo y físico.^{79, 80} Los investigadores encontraron ejemplos de comercialización cruzada de bolsitas de nicotina con bolsitas de cafeína en la India; y en México, se presentaron las bolsitas en videos como un suplemento cognitivo equivalente a la cafeína.^{81, 82}



Por qué la industria podría querer que los consumidores pasen de los cigarrillos electrónicos a las bolsitas de nicotina

Aunque las TTC no promocionan de manera explícita las bolsitas de nicotina como ayudas para dejar de vapear, hay informes de consumidores que usan las bolsitas para intentar reducir o abandonar el uso de cigarrillos electrónicos. Estos casos podrían considerarse un triunfo para las TTC, no en términos de salud pública, sino en términos de ganancias.

Las TTC tienen una participación relativamente pequeña en el mercado mundial de cigarrillos electrónicos. Sin embargo, lideran el mercado de las bolsitas de nicotina. Dirigir a los consumidores hacia marcas de bolsitas de nicotina pertenecientes a las TTC podría ayudar a estas compañías a recuperar a los consumidores que anteriormente habían cambiado sus cigarrillos tradicionales por cigarrillos electrónicos de competidores que no son TTC, protegiendo así sus ganancias. Los niveles de nicotina también podrían superar los de los cigarrillos electrónicos, especialmente en lugares donde las bolsitas no están reguladas, lo que aumentaría la adicción y dificultaría dejar de consumir.

Las bolsitas de nicotina conllevan riesgos para la salud a corto plazo, y se desconocen los riesgos a largo plazo.

La exposición a la nicotina conlleva riesgos para la salud, especialmente para los jóvenes. La nicotina, en cualquier forma, puede afectar negativamente el cerebro adolescente en desarrollo, incluido el aprendizaje, la memoria y la función ejecutiva.⁸³

Se están descubriendo riesgos para la salud a corto plazo relacionados específicamente con el uso de bolsitas de nicotina. El uso de bolsitas se ha relacionado con la enfermedad periodontal, y el uso regular se ha asociado con lesiones blancas en las encías.⁸⁴ ⁸⁵ Un estudio demostró que las respuestas toxicológicas eran mayores en los productos con sabor, específicamente en las bolsitas con sabor a menta verde y a tabaco.⁸⁶

Los investigadores también han detectado nitrosaminas específicas del tabaco (sustancias cancerígenas que se encuentran en los productos de tabaco), cromo tóxico y formaldehído en algunas bolsitas de nicotina.^{87, 88} Los usuarios pueden consumir cantidades peligrosas de nicotina, a veces sin darse cuenta, al usar bolsitas con concentraciones muy altas de nicotina o al consumir varias bolsitas a la vez, tal como han informado que hacen estudiantes en el Reino Unido.⁸⁹

Dado que las bolsitas de nicotina son un producto relativamente nuevo, no existen datos longitudinales que muestren los efectos a largo plazo sobre la salud. Si bien la industria puede equiparar la falta de datos que demuestren daños con la "reducción de daños", la verdad es que se desconocen los posibles daños a la salud a largo plazo. Una revisión bibliográfica de 62 estudios sobre las bolsitas de nicotina concluyó que la mayoría de los datos clave sobre este producto provienen de estudios financiados por la industria y que la investigación independiente es "absolutamente necesaria".⁹⁰

Recomendaciones

La falta de regulación está acelerando la rápida adopción de las bolsitas de nicotina impulsada por las compañías tabacaleras transnacionales (TTC). Sin las regulaciones necesarias en vigor, las TTC y otros fabricantes pueden recurrir a todo su repertorio de tácticas para captar al mayor número de usuarios posible.

Para frenar y, en algunos lugares, prevenir una nueva epidemia de nicotina que podría rivalizar con la actual epidemia de cigarrillos electrónicos, los Gobiernos deben actuar de inmediato.

En los lugares donde las bolsitas de nicotina no están totalmente prohibidas, los Gobiernos pueden proteger a los jóvenes mediante:



La regulación del etiquetado, lo que incluye • la implementación de empaques genéricos • la exigencia de advertencias sanitarias visibles • la estandarización del etiquetado del nivel de nicotina

La regulación de los puntos de venta presenciales y en línea, incluida la imposición de restricciones de edad

La prohibición de toda publicidad, promoción y patrocinio de las bolsitas de nicotina

La implementación de impuestos lo suficientemente altos como para disuadir a los jóvenes de acceder a ellas

El lanzamiento de campañas dirigidas a los jóvenes para educarlos sobre las bolsitas

La limitación de la concentración de nicotina

La prohibición de sabores y aditivos de sabor posteriores a la comercialización

La anticipación a la interferencia política por parte de las compañías de tabaco y nicotina, y la preparación para rechazar dicha interferencia

Dado que aún se desconocen los efectos a largo plazo sobre la salud, y considerando el historial de la industria tabacalera de promover productos nocivos a costa de la salud pública, los Gobiernos deben adoptar un enfoque cauteloso respecto a las bolsitas de nicotina y estar preparados para contrarrestar la influencia de la industria.



¿Reducir daños o introducir nuevos?

Debido a que las bolsitas de nicotina no se prenden ni contienen tabaco, las TTC y sus aliados suelen presentarlas como una alternativa a fumar menos dañina.⁹¹ Sin embargo, las TTC, que están motivadas por las ganancias y no por la salud pública, podrían estar llegando a nuevos consumidores e introduciendo nuevos daños.

Las TTC tienen un historial de desarrollar y promocionar de forma agresiva productos que sugieren que son "más seguros" que los anteriores, a pesar de saber que no lo son. La industria hizo lo mismo con los cigarrillos "light", los cigarrillos "bajos en alquitrán" y los cigarrillos con filtro. Décadas más tarde, comercializó los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado como de "riesgo reducido", a pesar de que aún se desconocen los daños a largo plazo.⁹² Hay pruebas que sugieren que la industria está siguiendo el mismo patrón con las bolsitas de nicotina.

Para reforzar su argumento de reducción de daños, algunas TTC están promoviendo una tergiversación de la llamada "experiencia sueca". Algunos investigadores han atribuido la tasa de tabaquismo relativamente baja de Suecia al alto consumo de snus en el país (el snus es una bolsita que contiene hoja de tabaco). Algunas TTC y sus aliados han adoptado este argumento para promover el uso de las bolsitas de nicotina.⁹³

Esta confluencia entre el snus y las bolsitas de nicotina es engañosa. El snus es un producto diferente a las bolsitas de nicotina (que no llegaron al mercado hasta finales de la década de 2010). Además, los expertos en salud suecos han detallado cómo la trayectoria del país en la implementación de medidas estrictas de control del tabaco se correlacionó con la disminución de las tasas de tabaquismo y afirmaron que "no había respaldo estadístico" para la afirmación de que el snus fuera el responsable.⁹⁴ La Agencia de Salud Pública de Suecia ha expresado su preocupación por el aumento del consumo de bolsitas de nicotina y cigarrillos electrónicos entre los jóvenes, y ha sugerido que las bolsitas de nicotina se incluyan en las estrategias de prevención del tabaquismo.⁹⁵

Las tasas de consumo de bolsitas de nicotina están creciendo rápidamente, y la falta de regulaciones, sumada al *marketing* agresivo de la industria, amenaza con enganchar a nuevos usuarios y con profundizar la adicción a la nicotina en otros. Por tanto, aunque los fumadores adultos que pasan completamente a las bolsitas de nicotina pueden reducir su exposición a ciertas sustancias tóxicas, el daño no se reduce a nivel social si, en el proceso, una nueva generación y consumidores sin experiencia previa en la nicotina acaban enganchados a productos perjudiciales cuyos efectos a largo plazo sobre la salud aún se desconocen.

Notas al pie

- 1 Azzopardi D, Liu C, Murphy J. Chemical characterization of tobacco-free “modern” oral nicotine pouches and their position on the toxicant and risk continuums. *Drug Chem Toxicol* [Internet]. 2022;45(5):2246–54. Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/01480545.2021.1925691>
- 2 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 3 Mallock N, Schulz T, Malke S, Dreijack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control* [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- 4 Jewell T. How much nicotine is in a cigarette and other tobacco products? [Internet]. Healthline. Healthline Media; 2019. Available from: <https://www.healthline.com/health/how-much-nicotine-is-in-a-cigarette>
- 5 Wadgave U, Nagesh L. Nicotine replacement therapy: An overview. *Int J Health Sci (Qassim)* [Internet]. 2016;10(3):425–35. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5003586/>
- 6 Heshmati J, Bates EL, Shahen S, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouch pharmacokinetics compared to smoked tobacco: A systematic review and meta-analysis. *Drug Alcohol Depend Rep* [Internet]. 2025;17(100389):100389. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dadr.2025.100389>
- 7 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 8 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 9 Han D-H, Harlow AF, Miech RA, Bae D, Cho J, Dai HD, et al. Nicotine pouch and E-cigarette use and co-use among US youths in 2023 and 2024. *JAMA Netw Open* [Internet]. 2025;8(4):e256739. Available from: <http://dx.doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.6739>
- 10 CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobacomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- 11 Truth Initiative. What is Zyn and what are oral nicotine pouches? 2026 Jan 7. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/what-zyn-and-what-are-oral-nicotine-pouches>
- 12 East K, Tattan-Birch H, Taylor E. What are the characteristics of people who use nicotine pouches and what types of pouches are being used? Data from an online cross-sectional survey of UK adults. *PLoS One* [Internet]. 2025;20(10):e0332962. Available from: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0332962>
- 13 Sun H, Tattan-Birch H, Oldham M, Cox S, Jackson SE. Oral nicotine pouch use among U.S. middle and high school students, 2021-2023 [Internet]. medRxiv. 2026. Available from: <http://dx.doi.org/10.64898/2026.01.28.26345040>
- 14 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 15 Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- 16 C.Murray. Nicotine pouches prove a hit but come under increasing scrutiny. *The Financial Times* [Internet] 2024 Nov 5. Available from: <https://www.ft.com/content/8a4ab7c8-574c-4aa7-a8bb-7f6ef0d4b973>
- 17 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 18 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 19 Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- 20 Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- 21 Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- 22 Donahue T. Nordic Spirit booming in Philippines. *Tobacco Asia*. 2025 Jul 15. Available from: <https://www.tobaccoasia.com/news/nordic-spirit-booming-in-philippines/>
- 23 Akinseinde-Jayeoba K. CAPPRA raises alarm as 781 nicotine, tobacco products flood Nigerian market. *Nigerian Tribune*. 2026 Feb 12. Available from: <https://tribuneonline.com/cappa-raises-alarm-as-781-nicotine-tobacco-products-flood-nigerian-market/>
- 24 PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- 25 Vandermeulen J. Building a \$3trn economy: the case for supporting legitimate businesses. *Business Recorder*. 2025 Feb 20. Available from: <https://www.brecorder.com/news/40348991>
- 26 Truth Initiative. Philip Morris International to invest over \$800 million to meet growing Zyn market . 2024 Sep 18. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/philip-morris-international-invest-over-800-million>
- 27 Tobacco Insider. British American Tobacco: manufacturing. *Tobacco Insider*. 2026 Jan 15. Available from: <https://tobaccoinsider.com/british-american-tobacco-manufacturing/>
- 28 PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- 29 Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- 30 Swedish Match. Annual report 2019. Available from: https://www.swedishmatch.com/globalassets/reports/annual-reports/2019_swedishmatchannualreport_interactive_en.pdf

- 31 Swedish Match. Annual report 2020. Available from: https://www.swedishmatch.com/globalassets/reports/annual-reports/2020_swedishmatchannualreport_interactive_en.pdf
- 32 Swedish Match. Annual report 2021. Available from: https://www.swedishmatch.com/globalassets/reports/annual-reports/2021_swedishmatchannualreport_interactive_en.pdf
- 33 Swedish Match. Interim report, Q3 2022. Available from: https://www.swedishmatch.com/globalassets/reports/interim-reports/2022_q3_swedish-match_en.pdf
- 34 Philip Morris International. 2025 fourth-quarter and full-year results. 2026 Feb 6. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/1ee0a34e-bfcc-4485-b4f9-3ddfff59dca3>
- 35 Philip Morris International. 2025 fourth-quarter and full-year results. 2026 Feb 6. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/1ee0a34e-bfcc-4485-b4f9-3ddfff59dca3>
- 36 Philip Morris International. 2025 fourth-quarter and full-year results. 2026 Feb 6. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/1ee0a34e-bfcc-4485-b4f9-3ddfff59dca3>
- 37 Grilo, G, Carrington, D, Hartmuller, R, Albuquerque, B, Muggli, M, Welding, K. Global regulatory scenario for nicotine pouches. Institute for Global Tobacco Control, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health and International Legal Consortium, Campaign for Tobacco Free Kids. October 6, 2025. Available from: https://www.globaltobaccocontrol.org/sites/default/files/2025-10/FINAL_Global%20Regulatory%20Scenario%20of%20Nicotine%20Pouches_07Oct2025.pdf
- 38 Duren M, Atella L, Welding K, Kennedy RD. Nicotine pouches: a summary of regulatory approaches across 67 countries. Tob Control [Internet]. 2023;tc-2022-057734. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057734>
- 39 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. The Examination. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
- 40 World Bank Group. Confronting illicit tobacco trade : a global review of country experiences (Vol. 1 of 2). WBG Global Tobacco Control Program. 2019 Jan 1. Available from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/677451548260528135>
- 41 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. The Examination. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
- 42 U.S. Food and Drug Administration. FDA authorizes marketing of 20 ZYN nicotine pouch products after extensive scientific review. 2025 Jan 16. Available from: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-20-zyn-nicotine-pouch-products-after-extensive-scientific-review>
- 43 STOP. Zyn's FDA authorization: a global marketing tool for the tobacco industry. 2026 June. Available at: <https://exposetobacco.org/resource/zyn-nicotine-pouches-fda/>
- 44 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's "aspirational" target for its 2025 cigarette shipments. Tob Control [Internet]. 2025;34(e1):e57-63. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058511>
- 45 British American Tobacco. Transforming & winning: CAGNY conference 2026. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Presentation.pdf
- 46 Czaplicki L, Tfayli D, Spindle TR, Ibrahim M, Kennedy RD, Dowd A, et al. Content analysis of marketing features in US nicotine pouch ads from 2021 to 2023. Tob Control [Internet]. 2024;tc-2024-059010. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059010>
- 47 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 48 Department of Health, Behavior and Society. "Discreet" and "convenient": how oral nicotine pouch ads appeal to the youth market. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. 2025 Apr 3. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/2025/how-oral-nicotine-pouch-ads-appeal-to-the-youth-market>
- 49 MacGregor A, Shields J, Hamid A, Holman E, Biggs H, Minty S, et al. "I'd rather have worse gums than worse lungs": Young people's views of nicotine pouches in the UK. Addiction [Internet]. 2025;(add.70214). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70214>
- 50 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 51 Khan SA, Zahra FT, Farzeen M, Khan A, Siddiqi K, Bauld L, et al. The perceptions of nicotine pouches among adolescents in Pakistan: A qualitative study. Nicotine Tob Res [Internet]. 2026;28(6):950-5. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf223>
- 52 STOP. Driving addiction: a race for future generations. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>
- 53 STOP. Driving more addiction: Philip Morris International's reappearance on F1 cars marks 50 years of using F1 to sell addictive, harmful products. 2025 Dec 8. Available from: <https://exposetobacco.org/news/50-years-of-using-f1-to-sell-addiction/>
- 54 Vogel EA, Tackett AP, Unger JB, Gonzalez MJ, Peraza N, Jafarzadeh NS, et al. Effects of flavour and modified risk claims on nicotine pouch perceptions and use intentions among young adults who use inhalable nicotine and tobacco products: a randomised controlled trial. Tob Control [Internet].

- 2025;34(3):315–22. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058382>
- 55 Gonzalez LF, Friedman TC. Nicotine pouches: A wolf in sheep's clothing. *Tob Prevalence Cessation* [Internet]. 2026;12. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/211847>
- 56 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. *Int J Dent* [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- 57 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 58 Cohen JE, Ibrahim M, Saraf S, Welding K, Luo W, McWhirter KJ, et al. Velo (BAT) buffet of oral nicotine pouches in Pakistan: varying brand variant levels of nicotine, menthol and other flavour chemicals. *Tob Control* [Internet]. 2025;tc-2024-059139. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059139>
- 59 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 60 National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- 61 <https://pouched.in/>
- 62 Salud Justa. Alerta ciudadana sobre las bolsas de nicotina, la nueva estrategia de las tabacaleras (Citizen alert regarding nicotine pouches, the new strategy of tobacco companies). 2024 Sep 17. Available from: <https://saludjusta.mx/alerta-ciudadana-sobre-las-bolsas-de-nicotina-la-nueva-estrategia-de-las-tabacaleras/>
- 63 Farzeen M, Moodie C, Khan Z, Khan SA, Ansari S, Khan A, et al. The availability and marketing of nicotine pouches at tobacco-selling points-of-sale in Pakistan. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2026;28(2):292–7. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf069>
- 64 Akhlaque G, Siddiqui MMU, Iqbal R, Vancy AA, Khan JA, Naz S. Marketing strategies and consumer and sellers perception about oral nicotine pouches in Karachi, Pakistan. *Tob Use Insights* [Internet]. 2024;17:1179173X241308145. Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/1179173X241308145>
- 65 Food Panda. Tobacco hub. Available from: <https://www.foodpanda.pk/shop/ct5f/tobacco-hub/category/6fdf5eb7-e084-423d-bd4b-49617ea056e3?srsid=AfmBOoo32r3FTkudCQKIK93msHYnqnG0AZpZ968VIENCEJ5THSwTRtxz>
- 66 Nicotine-pouches.org. Free nicotine pouch samples UK (2026 guide). 2025 Apr 6. Available from: <https://nicotine-pouches.org/nicotine-pouches-uk-free-sample>
- 67 Nordic Spirit UK. Claim a free sample. Available from: <https://nordicspirit.co.uk/free-sample>
- 68 Zyn UK. Try the world's no. 1 nicotine pouch brand* for free. Available from: <https://www.zyn.com/gb/en/try-zyn.html>
- 69 Velo UK. Free nicotine pouch sample. Available from: <https://www.velo.com/gb/en/free-can>
- 70 Das S. Influencers and freebies: Big Tobacco's push to sell nicotine pouches in UK. *The Guardian* [Internet]. 2023 July 30. Available from: <https://www.theguardian.com/business/2023/jul/30/influencers-and-freebies-big-tobaccos-push-to-sell-nicotine-pouches-in-uk>
- 71 Vesty H. Firm offering free samples in Manchester city centre responds after punters claim "it's a bit dodgy." *Manchester Evening News* [Internet]. 2026 Mar 25. Available from: <https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/caffeine-pouch-firm-denies-claims-33651500>
- 72 Clarke L. Tobacco firm Velo under fire for giveaways at Temple Meads station [Internet]. *Bristol Live*. 2025 Apr 29. Available from: <https://www.bristolpost.co.uk/news/bristol-news/tobacco-firm-velo-under-fire-10138564>
- 73 Pooran N. Crackdown on snus-style nicotine pouches in 'smokefree generation' law. *Independent* [Internet]. 2025 May 6. Available from: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/snus-illegal-vapes-smoking-law-b2745627.html>
- 74 Heshmati J, Shahen S, Bates EL, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouches and clinical outcomes related to smoking cessation: A systematic review of randomized trials. *Addiction* [Internet]. 2025;(add.70193). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70193>
- 75 Hartmann-Boyce J, Tattan-Birch H, Brown J, Shahab L, Goniewicz ML, Ma CL, et al. Oral nicotine pouches for cessation or reduction of use of other tobacco or nicotine products. *Cochrane Database Syst Rev* [Internet]. 2025;10(10):CD016220. Available from: <http://dx.doi.org/10.1002/14651858.CD016220.pub2>
- 76 CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobacomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- 77 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 78 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 79 Tech offices offering nicotine pouches as workplace perk [Internet]. *Tobacco Reporter*; 2026. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/03/06/tech-offices-offering-nicotine-pouches-as-workplace-perk/>

- ⁸⁰ Foster T. The dangers of America's nicotine boom [Internet]. Men's Health. 2026 Jan 13. Available from: <https://www.menshealth.com/health/a69730176/nicotine-boom-dangers/>
- ⁸¹ National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- ⁸² Salud Justa Mx. Estrategias de posicionamiento y comercialización de bolsas de nicotina en México. 2026. Available from: https://saludjusta.mx/wp-content/uploads/Estrategias-de-posicionamiento-y-comercializacion-de-bolsas-de-nicotina-en-Mexico_SJMX.pdf
- ⁸³ Castro EM, Lotfipour S, Leslie FM. Nicotine on the developing brain. Pharmacol Res [Internet]. 2023;190(106716):106716. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.phrs.2023.106716>
- ⁸⁴ Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. Int J Dent [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- ⁸⁵ Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. Diagn Pathol [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>
- ⁸⁶ Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. Diagn Pathol [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>
- ⁸⁷ Mallock N, Schulz T, Malke S, Dreijack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. Tob Control [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- ⁸⁸ Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. Int J Dent [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- ⁸⁹ Clegg R. The rising use of nicotine pouches snus - and risk to gums and teeth. BBC [Internet]. 2025 Jul 19. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395ywg73o>
- ⁹⁰ Travis N, Warner KE, Goniewicz ML, Oh H, Ranganathan R, Meza R, et al. The potential impact of oral nicotine pouches on public health: A scoping review. Nicotine Tob Res [Internet]. 2025;27(4):598–610. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntae131>
- ⁹¹ Reimann H, Berger M, Eckert E, Merches K, Börnke F. Beyond smoking: Risk assessment of nicotine in pouches. Toxicol Rep [Internet]. 2024;13(101779):101779. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.toxrep.2024.101779>
- ⁹² STOP. Understanding heated tobacco products (HTPS): current issues and recent findings. 2025, apr 30. Available from: <https://exposetobacco.org/resource/understand-heated-tobacco-products/>
- ⁹³ Tobacco Tactics. The Swedish experience. 2026 Feb 25. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/the-swedish-experience/>
- ⁹⁴ Ermann LL, Klefbom L. Swedish tobacco policy: Key learnings to decrease smoking and challenges that still lie ahead. Tob Prev Cessat [Internet]. 2024;10. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/196350>
- ⁹⁵ The Public Health Agency of Sweden. Vägen till ett rökfritt Sverige (The road to a smoke-free Sweden). Available from: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/andts/forebyggande-arbete-inom-andts/tobak-och-liknande-produkter/vagen-till-ett-rokfritt-sverige/>



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Acerca de STOP

STOP es un organismo de control de la industria tabacalera mundial cuya misión es exponer las tácticas de dicha industria que debilitan la salud pública. Compuesto por una red de organizaciones académicas y de salud pública, STOP investiga y monitorea la industria tabacalera, comparte inteligencia para contrarrestar sus tácticas, y expone sus fechorías a una audiencia global. STOP recibe el financiamiento de Bloomberg Philanthropies como parte de la [Iniciativa Bloomberg para Reducir el Consumo de Tabaco](#). Para obtener más información, visite exposetobacco.org.