



LA MENTA NO ES SOLO UN SABOR

Es una forma de manipulación de las grandes empresas tabacaleras para atraer y crear adicción en mujeres.

Durante décadas, las empresas tabacaleras han promocionado productos mentolados con mayor intensidad en el mercado femenino que en el masculino. Utilizan la feminidad como herramienta promocional, anunciándose en revistas femeninas y usando nombres de marcas y diseños de empaques que apelan a los valores y la imagen que las mujeres tienen de sí mismas.

Además, los productos mentolados son más suaves, por lo que son más fáciles de probar, pero más difíciles de dejar. Esto significa que la menta no es solo un sabor, sino una herramienta que las tabacaleras aprovechan para captar nuevos clientes. Lo peor de todo es que les da resultado.



Las mujeres tienen **1,6 veces más probabilidades de fumar** cigarrillos mentolados que los hombres.



El **50 % de las mujeres adultas** que fuman actualmente consumen **cigarrillos mentolados**, frente al 38 % de hombres adultos (2020).



Aunque los índices generales de tabaquismo han disminuido, **los de mentol han aumentado.**

Ayúdanos a luchar contra esta injusticia en NotJustMenthol.org



facebook.com/TobaccoFreeNYS



[@TobaccoFreeNYS](https://twitter.com/TobaccoFreeNYS)

