



□ UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN □ FACULTAD DE ECONOMÍA □ CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS □

El efecto de las cajetillas genéricas en la satisfacción, percepción de ilegalidad y riesgo a la salud de los cigarros en México

The effect of generic cigarette packs on satisfaction, perception of illegality, and health risk of cigarettes in Mexico

Edgardo A. Ayala* Jorge Ibarra Salazar** Ana P. Anaya Zardoni*** Ana L. Chávez Moreira****

Información del artículo	Resumen
Recibido: 04/07/2025 Aceptado: 29/10/2025 Clasificación JEL: D91, I12, I18 Palabras clave: Cajetillas genéricas, Demanda de cigarros, Regulación de tabaco, Pictogramas, México	Este artículo estudia los efectos de la adopción de cajetillas genéricas en México. A través de métodos experimentales, encontramos que la introducción de cajetillas genéricas disminuye la satisfacción de los sujetos con el empaquetado, aquella percibida con el sabor del cigarro; e incrementa la percepción del riesgo a la salud. Además, inducen la sospecha de ilegalidad y aumentan la preferencia por las cajetillas de contrabando no genéricas.
Article information	Abstract
Received: 04/07/2025 Accepted: 29/10/2025 JEL Classification: D91, I12, I18 Keyword: Generic cigarette packs, Cigarette demand, Tobacco regulation, Pictograms, Mexico	This article studies the effects of the adoption of generic cigarette packs in Mexico. Through experimental methods, we find that the introduction of generic packs decreases participants' satisfaction with the packaging and their perceived satisfaction with the cigarette's taste; and increases their perception of health risks. Furthermore, it induces suspicion of illegality and increases the preference for non-generic contraband packs.

*Autor de correspondencia
Universidad Autónoma de Nuevo León
edgardo.ayalagytn@uanl.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-2505-0851>

*** Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
ana9510@hotmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-1661-3786>

** Universidad Autónoma de Nuevo León
jorge.ibarras@uanl.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-9581-9099>

**** Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
analucia_chavez_m@hotmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-9970-7687>

1. Introducción

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2015) señala que más de 7 millones de personas fallecen cada año por enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco. En México mueren más de 40 mil personas anualmente por esta causa (UNAM, 2016). Para detener esta pandemia, 180 estados miembros, incluyendo México, firmaron el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) con el fin de proteger de la exposición al humo del tabaco, regular los contenidos de los productos de tabaco y reglamentar el empaquetado de las cajetillas, entre otras cosas.

En este marco, una de las políticas relacionadas con el empaque ha sido el empaquetado genérico o neutro, que elimina los logotipos, estandariza el color, tamaño y forma de todas las marcas, y agranda las advertencias sanitarias. Las cajetillas genéricas se han implementado ya en varios países, incluyendo Australia, Reino Unido, Irlanda, Francia y Canadá. El espíritu de la medida es evitar la promoción de los cigarros a través del empaquetado.

En México, la Ley General para el control del Tabaco regula el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco. La normativa incluye las leyendas y pictogramas que muestren los efectos nocivos del consumo de productos del tabaco. Al día de hoy no se han adoptado las cajetillas genéricas en México.

Este artículo contribuye a la literatura sobre los probables efectos de adoptar las cajetillas genéricas en México. Exploramos la percepción de los fumadores y no fumadores de 18 años o más, mediante un experimento. Encontramos diferencias significativas en la satisfacción de los sujetos con el empaquetado y con el sabor del cigarro, la percepción del riesgo a la salud y de que la cajetilla sea ilegal, así como la preferencia por las cajetillas de contrabando no genéricas.

2. Revisión de la literatura

2.1 Efectos de las cajetillas genéricas

La evidencia internacional indica que el empaquetado genérico o neutro reduce el atractivo y la calidad percibida de los cigarrillos, aumenta la percepción de daño a la salud y fortalece la intención de dejar de fumar. Estudios pioneros en Australia (Dunlop et al., 2014; Wakefield et al., 2013; Germain et al., 2010) confirmaron estos efectos y demostraron que las cajetillas genéricas aumentan la efectividad de las advertencias sanitarias. Hallazgos en Brasil (White et al., 2012) y Estados Unidos (Maynard et al., 2013; Thrasher et al., 2011) mostraron que los paquetes originales son más atractivos y que la disposición a pagar se reduce con los genéricos. Aunque Auemaneeikul et al. (2015) advierte que el impacto del empaque neutro depende de la frecuencia de consumo de tabaco.

Las revisiones de literatura sistemática (Lilic et al., 2018; Smith et al., 2015) concluyen que esta medida puede reducir las percepciones positivas del tabaquismo. Jetly et al. (2022) y Drovandi et al. (2019) destacan su alta efectividad para prevenir el tabaquismo en no fumadores y adolescentes, aumentando la visibilidad de las advertencias. Moodie et al. (2021) y Hughes et al. (2016) respaldan su implementación global.

Investigaciones en Australia y el Reino Unido (Haighton et al., 2017; Scollo et al., 2015) no han encontrado evidencia de que la política impulse el comercio ilícito. Un modelo para Latinoamérica (Alcaraz et al., 2020) proyecta un ahorro de USD 13.6 mil millones en gastos médicos.

En México, estudios recientes confirman que los adolescentes y jóvenes en la Ciudad de México encuentran los cigarrillos en empaque genérico menos atractivos, más dañinos, y que el efecto es mayor al combinarse con advertencias sanitarias (Brown et al., 2023; Grilo et al., 2021; Barrientos-Gutiérrez et al., 2021; Mutti, 2017).

3. Metodología

3.1 Diseño del experimento y modelo

El diseño experimental es entre sujetos, de tres factores: tipo de cajetilla, marca y suavidad del cigarro. Se trata de un experimento 3x2x2, donde los empaques son: (a) la cajetilla original (control); (b) una cajetilla genérica con font y logo al estilo de la legislación de Australia, que denominamos cajetilla intermedia, manteniendo el pictograma de advertencia actual en México; y (c) una cajetilla genérica de acuerdo con la legislación de Australia con el pictograma ampliado. Se emplearon 2 marcas: Marlboro que se clasifica como marca premium y PallMall que es no premium, cada una en su versión light y original, de forma que tenemos 12 condiciones posibles. El empaque genérico se construyó de acuerdo con las especificaciones que se siguen en Australia. En la figura 1 se presenta una muestra de las tres cajetillas para el caso de Marlboro Rojo.

Cabe anotar que la muestra del experimento es por conveniencia de estudiantes universitarios o adultos con estudios universitarios. Las variables de respuesta son percepciones auto-reportadas por los sujetos y no por variables objetivas registradas.

Figura 1. Estímulo Marlboro Rojo: cajetillas actuales, intermedia y tipo Australia



Fuente. Elaborado por los autores.

Los sujetos respondieron un cuestionario electrónico en la plataforma Qualtrics, donde fueron asignados aleatoriamente a una de las 12 condiciones posibles. En ella manifiestan su percepción sobre el empaquetado, sabor esperado, percepción de riesgo para la salud y la percepción de que se trate de cajetillas ilegales a las que fue asignado. También contesta preguntas sobre su estatus como fumador y perfil sociodemográfico. Se obtuvieron 273 observaciones. La Tabla 1 muestra la estructura de la muestra.

Tabla 1. Composición de los grupos asignados a las diferentes cajetillas de cigarros considerados

	Total	Cajetillas		
		Original	Intermedia	Australiana
Observaciones	273	91	93	88
Sexo				
Mujer	39%	38%	35%	44%
Hombre	61%	63%	65%	56%
Edad	24	24	24	24

Tabla 1. Composición de los grupos asignados a las diferentes cajetillas de cigarros considerados (continuación)

Fumador	32%	27%	33%	33%
No fumador	68%	73%	67%	67%
Marca				
Marlboro	49%	52%	51%	47%
Pall Mall	51%	49%	49%	53%

Fuente: Elaborado por los autores

Estimamos el siguiente modelo:

$$y_{ij} = \beta_{0j} + \beta_{1j}CI_i + \beta_{2j}CA_i + \beta_{3j}D_{pi} + \beta_{4j}D_{Li} + \delta_j'x_i + \varepsilon_{ij} \quad (1)$$

Los subíndices i y j representan individuos y dimensiones evaluadas por los individuos, es decir, $i = 1, 2, \dots, 273$ y $j = 1 \dots 4$, la variable dependiente y_{ij} es el promedio de las preguntas que se incluyen en la dimensión j para el individuo i . Las variables independientes son CI_i que es una variable binaria que toma el valor de uno si el sujeto evaluó la cajetilla intermedia o cero en cualquier otro caso, CA_i es otra variable binaria que toma el valor de uno si se le asignó al sujeto la cajetilla australiana, y cero en cualquier otro caso.

Se controló también por el tipo de cigarro dependiendo de su precio y si es light o no. Así, D_p toma el valor 1 si el cigarro es Premium y 0 si no lo es, mientras que D_L toma el valor 1 si es la versión light y 0 si no lo es. El vector x_i contiene variables de control relacionadas con el individuo i , principalmente socio-demográficas (género y edad) y variables relacionadas al consumo de tabaco. Finalmente ε_{ij} representa el término del error.

De esta forma, el parámetro β_{1j} muestra la diferencia de la variable dependiente entre la cajetilla intermedia y la cajetilla que prevalece en el mercado actualmente en la dimensión j , y β_{2j} mide la diferencia entre la cajetilla australiana y la de control.

4. Resultados y discusión

En la Tabla 2 se muestran los resultados de las estimaciones. Los coeficientes tanto de la cajetilla intermedia como de la australiana son significativamente diferentes de cero en la mayoría de las dimensiones y tienen los signos esperados. Los signos negativos en atraktividad del empaque y el sabor esperado implican que las cajetillas genéricas en sus dos presentaciones producen menos agrado con el empaque y una menor expectativa de sabor en comparación con la presentación actual. Los signos positivos en las otras dos dimensiones sugieren que las genéricas aumentan la percepción de que son ilegales y de que son más nocivas para la salud.

En cuanto a las magnitudes, la cajetilla genérica australiana disminuye en poco más de medio punto la satisfacción del empaque ($b = -0.636$, $p < 0.01$), aumenta en poco más de un punto la percepción de ilegalidad ($b = 1.075$, $p < 0.01$) y medio punto el riesgo a la salud ($b = 0.543$, $p < 0.01$). Ciertamente, el impacto en el sabor que anticipa un cigarro disminuye relativamente poco con las cajetillas genéricas ($b = -0.283$, $p < 0.05$), pero al igual que en todos los casos anteriores, las diferencias son significativas. Dividiendo el coeficiente sobre la media de las variables, obtenemos una estimación del impacto proporcional, así, la adopción de la cajetilla australiana produce una reducción de 21% en la satisfacción con el empaque y de 10% en el sabor esperado. La percepción de ilegalidad y en el riesgo a la salud aumentan 33% y 10%, respectivamente.

Tabla 2. Estimación del modelo de regresión para las cuatro dimensiones del empaque de cigarros

Variables	Satisfacción empaque	Percepción ilegalidad	Satisfacción sabor	Riesgo a la Salud
Constante	3.179*** (0.154)	2.696*** (0.262)	2.876*** (0.141)	5.428*** (0.178)
Cajetilla intermedia	-0.412*** (0.143)	0.739*** (0.242)	-0.233* (0.131)	0.111 (0.165)
Cajetilla australiana	-0.636*** (0.145)	1.075*** (0.246)	-0.283** (0.132)	0.543*** (0.168)
Hombre	-0.016 (0.122)	-0.063 (0.207)	0.059 (0.111)	0.075 (0.142)
Fumador	0.163 (0.129)	0.020 (0.218)	0.169 (0.117)	-0.383*** (0.148)
Premium	0.411*** (0.117511)	0.003 (0.199)	0.147 (0.107)	-0.094 (0.136)
Light	0.030 (0.117)	-0.130 (0.199)	0.083 (0.107)	-0.389*** (0.136)
R ²	0.113	0.073	0.036	0.089
R ² ajustada	0.093	0.052	0.015	0.069
Wald test (CA=CI)	2.41	1.89	0.14	6.68***
Estadístico F	5.660***	3.489***	1.675	4.34***

Nota: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$. Los errores estándar aparecen en paréntesis. Wald test (CA=CI) se refiere a la prueba de la hipótesis nula de que los coeficientes de la cajetilla intermedia y de la australiana son iguales, o en símbolos que $H_0: \beta_{1j} = \beta_{2j}$.

Fuente: Elaborado por los autores.

En todos los casos la estimación puntual de cajetilla australiana es mayor en valor absoluto que la cajetilla intermedia, pero sólo en la percepción del riesgo a la salud se puede rechazar la hipótesis nula de que los coeficientes son distintos. Cabe hacer notar que no se detectaron efectos importantes al incluir interacciones del tipo de cajetilla con la condición de fumador o no fumador, razón por la que se excluye del análisis.

Los cigarros Premium producen una mayor preferencia por el empaque, mientras que la variedad Light de los cigarros disminuye significativamente la percepción del riesgo a la salud. También, se incluyeron los controles de género, edad y una variable binaria para identificar a los fumadores. Prescindimos de la edad ya que en ninguna de las estimaciones resultó significativa.

En la Tabla 3 se presentan los resultados de los modelos estimados de acuerdo con la ecuación (1) en forma desagregada para los ítems en cada dimensión. Se prescindieron de los errores estándar y no se reportan los coeficientes de las variables Premium, Light y las de control, aunque están disponibles a solicitud de los autores.

Estimar el modelo econométrico para los ítems específicos de cada dimensión nos ayuda a apreciar qué atributos en particular son afectados por las cajetillas genéricas. Al parecer, la satisfacción con el empaque se reduce ya que las presentaciones genéricas tienden a hacer menos sociables a los cigarros, ya que se reduce significativamente la popularidad, la sociabilidad y da más pena sacar los cigarros en público. También disminuye el estilo y la apariencia de exclusividad a las marcas.

En relación con los riesgos a la salud, las cajetillas genéricas eliminan la sensación de ligereza en los cigarros y producen ganas de dejar el hábito. Y en cuestión del sabor, al parecer producen un “abaratamiento” del producto y una expectativa de que el tabaco será áspero y desagradable.

Tabla 3. Estimación del modelo de regresión para los ítems específicos de las cuatro dimensiones del empaque de cigarros

	Coeficiente cajetilla		Wald Test	
	Intermedia	Australiana	(CI=CA)	R2
Satisfacción con el empaque de los cigarros				
Popular entre los fumadores	-0.802***	-1.043***	0.672	0.065
Atractivo	-0.435*	-0.534***	0.171	0.028
Una marca exclusiva/cara	-0.869***	-1.038***	0.512	0.117
Una marca que podría probar	-0.417*	-0.764***	2.198	0.159
Trendy/con mucho estilo	-0.462*	-0.465*	0.000	0.045
Joven	-0.404	-0.461	0.040	0.028
Masculino	-0.013	-0.190	0.422	0.080
De clase alta	-0.425*	-0.516**	0.124	0.021
Sociable	-0.013	-0.520**	4.403**	0.044
Exitoso/seguro de sí mismo	-0.068	-0.163	0.150	0.009
No me da pena sacarlo en público	-0.620*	-1.299***	4.212**	0.116
Percepción de ilegalidad				
Seguro son falsos/clones de los originales	1.188***	0.886***	1.080	0.089
Preferiría comprar cajetillas de contrabando	0.2889	1.265***	8.964***	0.067
Riesgos a la Salud				
Parece nocivo para mi salud	0.060	0.404	1.317	0.024
Me hace querer dejar de fumar	0.267	0.750**	2.489	0.079
No son bajos en alquitrán y nicotina	-0.003	0.387	2.474	0.016
No son como un cigarro ligero	0.119	0.630**	3.731*	0.051
Satisfacción con el sabor				
Son ricos en sabor a tabaco	-0.256	-0.311	0.042	0.032
No tienen un sabor de tabaco barato	-0.307	-0.557*	0.654	0.026
Son satisfactorios	-0.053	-0.194	0.302	0.071
Son tabaco de la más alta calidad	-0.104	-0.311	0.707	0.046
No son ásperos en la garganta	-0.631**	-0.334	0.923	0.043
Te da más valor por lo que pagas	-0.187	-0.045	0.366	0.014
Me produce ganas de fumar	-0.091	-0.225	0.591	0.040

Nota: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$. Wald test (CA=CI) se refiere a la prueba de la hipótesis nula de que los coeficientes de la cajetilla intermedia y de la australiana son iguales, o en símbolos que $H_0: \beta_{1j} = \beta_{2j}$.

Fuente: Elaborado por los autores.

Un punto importante es que las cajetillas genéricas incrementan la sensación de que se está comprando productos ilegales y aumentan los deseos de comprar cigarros de contrabando que no usen este tipo de presentación.

Al igual que con los resultados de los promedios de las dimensiones reportados en la Tabla 2, los coeficientes de las cajetillas australianas son el valor absoluto mayores que los de la intermedia, pero sólo en algunos casos la diferencia es tan grande como para considerarla significativa.

Los resultados pueden ser explicados con base en dos teorías de la economía conductual. La aversión a la pérdida, propuesto por Kahneman & Tversky (1979), es un concepto psicológico en el que las pérdidas se valoran más que las ganancias, aunque sean de magnitud equivalente. En el ámbito que nos ocupa, Thrailkill et al. (2022) muestran que la aversión a la pérdida está asociada con el grado de tabaquismo y puede justificar la intervención preventiva para la adicción al tabaco.

El efecto de encuadre se manifiesta al presentarse diferentes descripciones de una situación, que son lógicamente equivalentes, y que conducen a decisiones sistemáticamente diferentes (Tversky & Kahneman, 1981). Relacionado con el tabaquismo, los mensajes sanitarios y el empaquetado tratan de influir en la conducta de los fumadores para prevenir enfermedades relacionadas con el tabaquismo. Waheed (2023) reporta que en el ámbito de la salud existe un debate sobre el grado de persuasión de mensajes de encuadre relacionados con ganancias y aquellos asociados con pérdidas.

5. Conclusiones y recomendaciones

Con base en métodos experimentales, en este artículo se presenta evidencia sobre los efectos de adoptar cajetillas genéricas en los cigarros. Los estímulos presentados a los sujetos fueron diseñados con base en la legislación actual mexicana y australiana.

Cuando se comparan los resultados obtenidos entre las cajetillas que se encuentran actualmente en venta en México y aquellas cajetillas genéricas diseñadas para el experimento, se revela que las segundas afectan la percepción de los individuos. Las cajetillas genéricas evaluadas hacen menos atractivo el empaque. Los cigarros presentados genéricamente son menos sociables y sus marcas pierden exclusividad y estilo; los consumidores incluso reportan que sentirían pena al sacar ese paquete en público. También ayudan a reducir las expectativas sobre el sabor y la satisfacción de fumar, e incrementan la percepción de riesgo a la salud principalmente porque los cigarros dejan de percibirse como suaves o ligeros.

Las presentaciones genéricas se perciben más como falsas, clones o ilegales, y en especial la variedad construida con las especificaciones de Australia motiva a los consumidores a buscar importar cajetillas no genéricas de otras partes del mundo, incluso de contrabando.

Estudios adicionales podrían aumentar la validez externa de los experimentos. Esto puede hacerse aumentando el tamaño y la diversidad de la muestra (e.g., por ingreso y educación), empleando prototipos de las cajetillas en tres dimensiones y utilizando varios tipos de variables de respuesta, desde percepciones auto-reportadas como en este estudio hasta reacciones neuronales. De especial importancia es aumentar la muestra en las dimensiones de fumadores versus no fumadores, para detectar conductas diferenciadas que tienen estas poblaciones sobre las cajetillas genéricas.

La evidencia existente en México de los posibles efectos del empaquetado genérico es limitada. Desde el punto de vista de política pública, es importante tener más evidencias sobre los efectos que puede tener esta regulación para validar de mejor forma su implementación. Los hallazgos en otros países que han adoptado empaquetado genérico para los productos de tabaco con semejantes características sociodemográficas son también relevantes.

Referencias

- Alcaraz, A., Hernández-Vásquez, A., Palacios, A., Rodríguez, B., Roberti, J., García-Martí, S., Ciapponi, A., Augustovski, A. & Pichon-Riviere, A. (2020). Health and economic impact of health warnings and plain tobacco packaging in seven Latin American countries: results of a simulation model. *Nicotine and Tobacco Research*, 22(11), 2032–2040. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntaa104>
- Auemaneekul, N., Silpasuwan, P., Sirichotiratana, N., Satitvipawee, P., Sompopcharoen, M., Viwatwongkasem, C. & Sujirarat, D. (2015). The impact of cigarette plain packaging on health warning salience and perceptions: implications for public health policy. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 27(8), 848–859. <https://doi.org/10.1177/1010539515602088>
- Barrientos-Gutierrez, I., Islam, F., Cho, Y. J., Salloum, R. G., Louviere, J., Arillo-Santillán, E., Reynales-Shigematsu, L., Barnoya, J., Saenz de Miera, B., Hardin, J., & Thrasher, J. F. (2021). Assessing cigarette packaging and labelling policy effects on early adolescents: results from a discrete choice experiment. *Tobacco Control*, 30(5), 505–514. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2019-055463>
- Brown, J. L., Grilo, G., Cohen, J. E., Smith, K. C., Reynales-Shigematsu, L. M., Escartin, M. G. F. & Moran, M. B. (2023). Colours, capsules and concept flavour names on cigarette packs appeal to youth in Mexico. *Tobacco Control*, 32(e1), e16–e22. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-056905>
- Drovandi, A., Teague, P. A., Glass, B. & Malau-Aduli, B. (2019). A systematic review of the perceptions of adolescents on graphic health warnings and plain packaging of cigarettes. *Systematic Reviews*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.1186/s13643-018-0933-0>

- Dunlop, S. M., Dobbins, T., Young, J. M., Perez, D. & Currow, D. C. (2014). Impact of Australia's introduction of tobacco plain packs on adult smokers' pack-related perceptions and responses: results from a continuous tracking survey. *BMJ open*, 4(12), e005836. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2014-005836>
- El tabaco mata a más de 40 mil personas al año en México*: UNAM. (2016). EXCELSIOR. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/31/1095898>
- Germain, D., Wakefield, M. A. & Durkin, S. J. (2010). Adolescents' perceptions of cigarette brand image: does plain packaging make a difference?. *Journal of Adolescent Health*, 46(4), 385– 392. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2009.08.009>
- Grilo, G., Lagasse, L. P., Cohen, J. E., Moran, M. B., Reynales-Shigematsu, L. M. & Smith, K. C. (2021). It's all about the colors: how do Mexico City youth perceive cigarette pack design. *International Journal of Public Health*, 66. <https://doi.org/10.3389/ijph.2021.585434>
- Haighton, C., Taylor, C. & Rutter, A. (2017). Standardized packaging and illicit tobacco use: A systematic review. *Tobacco Prevention & Cessation*, 3, 13. <https://doi.org/10.18332/tpc/70277>
- Hughes, N., Arora, M. & Grills, N. (2016). Perceptions and impact of plain packaging of tobacco products in low and middle income countries, middle to upper income countries and low-income settings in high-income countries: a systematic review of the literature. *BMJ open*, 6(3), e010391. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-010391>
- Jetly, K., Ismail, A., Hassan, N. & Nawi, A. M. (2022). Perceived influence of plain cigarette packaging on smoking behavior: a systematic review. *Journal of Public Health Management and Practice*, 28(5), E757–E763. <https://doi.org/10.1097/PHH.0000000000001517>
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Lilic, N., Stretton, M. & Prakash, M. (2018). How effective is the plain packaging of tobacco policy on rates of intention to quit smoking and changing attitudes to smoking?. *ANZ Journal of Surgery*, 88(9), 825-830. <https://doi.org/10.1111/ans.14679>
- Maynard, O. M., Munafò, M. R. & Leonards, U. (2013). Visual attention to health warnings on plain tobacco packaging in adolescent smokers and non-smokers. *Addiction*, 108(2), 413–419. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2012.04028.x>
- McNeill, A., Bauld, L., Hammond, D. & Hartmann-Boyce, J. (2017). Tobacco packaging design for reducing tobacco use. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, (4). <https://doi.org/10.1002/14651858.CD011244.pub2>
- Moodie, C., Angus, K. & Stead, M. (2021). Consumer response to standardized tobacco packaging in the United Kingdom: a synthesis of evidence from two systematic reviews. *Risk Management and Healthcare Policy*, 14, 1465–1480. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S272259>
- Moodie, C., Hoek, J., Hammond, D., Gallopel-Morvan, K., Sendoya, D., Rosen, L., Burcu, Ö. & Van Der Eijk, Y. (2022). Plain tobacco packaging: progress, challenges, learning and opportunities. *Tobacco Control*, 31(2), 263–271. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-056559>
- Mutti, S., Hammond, D., Reid, J. L., White, C. M. & Thrasher, J. F. (2017). Perceptions of branded and plain cigarette packaging among Mexican youth. *Health Promotion International*, 32(4), 650–659. <https://doi.org/10.1093/heapro/dav117>
- Organización Mundial de la Salud. (2015). *Informe OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo*, 2015. Recuperado de: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/es/>
- Scollo, M., Bayly, M. & Wakefield, M. (2015). Availability of illicit tobacco in small retail outlets before and after the implementation of Australian plain packaging legislation. *Tobacco Control*, 24(e1), e45–e51. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2013-051353>
- Smith, C. N., Kraemer, J. D., Johnson, A. C. & Mays, D. (2015). Plain packaging of cigarettes: do we have sufficient evidence?. *Risk Management and Healthcare Policy*, 21–30. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S63042>

- Thrailkill, E. A., DeSarno, M. & Higgins, S. T. (2022). Loss aversion and risk for cigarette smoking and other substance use. *Drug and Alcohol Dependence*, 232, <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2022.109307>
- Thrasher, J. F., Rousu, M. C., Hammond, D., Navarro, A. & Corrigan, J. R. (2011). Estimating the impact of pictorial health warnings and “plain” cigarette packaging: evidence from experimental auctions among adult smokers in the United States. *Health Policy*, 102(1), 41–48. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2011.06.003>
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453–458.
- Waheed, H. (2023). Nudging smokers away from lighting up: A meta-analysis of framing effect in current smokers. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 104, <https://doi.org/10.1016/j.socec.2023.101998>
- Wakefield, M. A., Hayes, L., Durkin, S. & Borland, R. (2013). Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study. *BMJ open*, 3(7), e003175. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-003175>
- White, C. M., Hammond, D., Thrasher, J. F. & Fong, G. T. (2012). The potential impact of plain packaging of cigarette products among Brazilian young women: an experimental study. *BMC Public Health*, 12(1), 737. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-737>