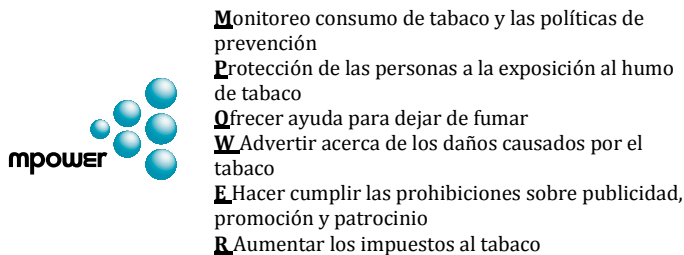


Objetivos de la GATS

La Encuesta Global de Tabaquismo en Adultos (GATS) es una estrategia global estandarizada para la vigilancia sistemática del consumo de tabaco (fumado y sin humo) en los adultos y para el seguimiento de los indicadores claves en el control del tabaco.

La GATS es una encuesta representativa a nivel nacional, que utiliza un protocolo estandarizado en todos los países, entre ellos México. La GATS mejora la capacidad de los países para diseñar, implementar y evaluar los programas de control del tabaco. También ayuda a los países a cumplir con sus obligaciones en virtud del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la Organización Mundial de la Salud (OMS), generando datos comparables dentro de cada país y entre países. La OMS ha desarrollado la estrategia MPOWER, un paquete de medidas para la reducción de la demanda establecidos en el CMCT de la OMS:



Metodología de la GATS

La GATS utiliza una metodología estandarizada. Presenta información de las características socioeconómicas de los encuestados, el uso de tabaco (fumado y sin humo), cesación, exposición a humo de tabaco, economía, medios de comunicación, conocimiento, actitudes y percepciones acerca del uso del tabaco. En México la GATS se implementó por primera vez en el año 2009 y nuevamente se repitió en el año 2015. Se trata de una encuesta de hogares en población de 15 años y más realizada por el Instituto Nacional de Salud Pública de México (INSP), bajo la coordinación de la Comisión Nacional contra las Adicciones (CONADIC) y la Secretaría de Salud (SSA) del gobierno federal. Es una encuesta polietápica con representatividad nacional. En 2015, la muestra total fue de 17,765 hogares, en los cuales se seleccionó de manera aleatoria a una persona para entrevistar. La información de la encuesta se recolectó mediante dispositivos electrónicos (tabletas). En total se lograron 14,664 entrevistas individuales completas, lo que equivale a una tasa de respuesta global del 82.7%.

Datos Relevantes de la GATS

CONSUMO DE TABACO

- 16.4% (14.3 millones de adultos) son fumadores actuales de tabaco (25.2% de los hombres, 8.2% de las mujeres).
- 7.6% de los adultos son fumadores diarios (11.9% Hombres y 3.6% mujeres).
- Los fumadores diarios fuman en promedio 7.7 cigarrillos por día (Hombres 8.0 cig/día y Mujeres 6.8 cig/día).
- En total 0.2% (0.2 millones de adultos) consumen productos de tabaco sin humo (0.4% de los hombres, 0.0% de las mujeres)

CESACIÓN

- 8 de cada 10 de los fumadores actuales planean o pensaron dejar de fumar.
- 6 de cada 10 de los fumadores actuales hicieron un intento para dejar de fumar en los pasados 12 meses.
- 2 de cada 10 de los fumadores recibieron, en los últimos 12 meses, consejería para dejar de fumar por parte de los profesionales de la salud^{3,4}.

EXPOSICIÓN A HUMO DE TABACO DE SEGUNDA MANO

- 17.0% de los adultos que trabajan en lugares interiores (3.9 millones) estuvieron expuestos a humo de tabaco en sus lugares de trabajo.
- 12.6% de los adultos (11.0 millones) estuvieron expuestos a humo de tabaco de segunda mano en sus hogares.

ECONOMÍA

- En promedio, un fumador gasta 297.2 PMX al mes en cigarrillos manufacturados.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 7 de cada 10 adultos refirió haber observado propaganda anti-tabaco en la televisión o radio.
- 4 de cada 10 adultos observaron promociones en los puntos de venta donde se vende tabaco.^{8†}
- 4 de cada 10 de los adultos observaron promociones de tabaco (diferente a los puntos de venta) o patrocinio en eventos deportivos.
- 9 de cada 10 de los fumadores actuales observaron las advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos y 4 de cada 10 pensaron en dejar de fumar por estas advertencias.

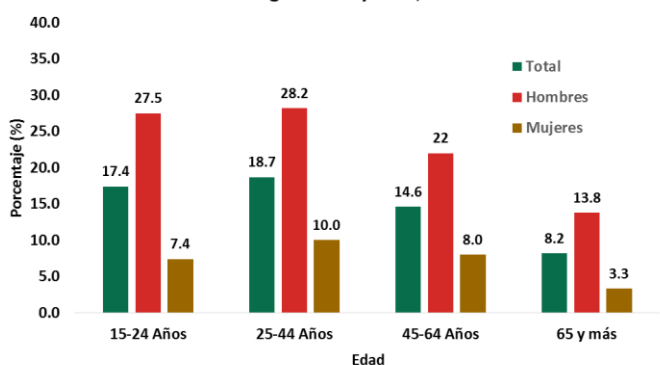
CONOCIMIENTO, ACTITUDES Y PERCEPCIONES

- 98.1% de los adultos cree que fumar causa serios daños a la salud.
- 93.4% de los adultos apoya la prohibición de fumar en espacios cerrados públicos y de trabajo.
- 84.0% de los adultos apoya la prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio.
- 66.7% de los adultos está de acuerdo con el incremento de los impuestos a los productos de tabaco.

CONSUMO DE TABACO

FUMADORES DE TABACO	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Fumadores actuales	16.4	25.2	8.2
Fumadores Diarios	7.6	11.9	3.6
Fumadores actuales de cigarros ¹	16.3	25.1	8.2
Fumadores Diarios de Cigarros ¹	7.5	11.8	3.6
Exfumadores diarios de tabaco ² (Entre todos los adultos)	5.8	8.4	3.4
Exfumadores diarios de tabaco ² (Entre los que habían fumado diario)	35.5	34.1	39.1
CONSUMO DE TABACO SIN HUMO			
Consumidores actuales de productos de tabaco sin humo	0.2	0.4	0.0
CONSUMO DE TABACO (fumado y /o sin humo)			
Consumidores actuales de tabaco	16.6	25.6	8.4

Fumadores Actuales según edad y sexo, GATS México 2015



CESACIÓN

	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Fumadores que hicieron un intento para dejar de fumar en los pasados 12 meses ³	56.9	57.0	56.4
Fumadores que dejaron de fumar en los pasados 12 meses ³	9.8	7.8	14.9
Fumadores actuales que pensaron o planean dejar de fumar	78.3	78.9	76.7
Fumadores actuales que recibieron consejo para dejar de fumar por profesionales de la salud en los pasados 12 meses ^{3,4}	19.3	21.8	14.7
Intentos para dejar de fumar utilizando³:			
Farmacoterapia	3.5	2.7	5.5
Consejería/asesoría	5.9	7.1	2.8

HUMO DE TABACO DE SEGUNDA MANO

	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Adultos expuestos a humo de tabaco en lugares de trabajo ^{5,†}	17.0	19.4	13.7
Adultos expuestos a humo de tabaco en hogares al menos una vez al mes	12.6	13.7	11.6
Adultos expuestos a humo de tabaco en:^{6,†}			
Edificios de Gobierno /Oficinas	14.0	14.3	13.6
Edificios servicios de Salud	5.2	5.6	4.9
Restaurantes	24.6	23.5	25.8
Bares o Centros Nocturnos	72.7	74.3	69.8
Universidades	42.4	42.2	42.7
Transporte Público	24.7	23.4	25.9

ECONOMÍA

Gasto promedio en 20 cigarros manufacturados [en Pesos Mexicanos] ⁷	46.7
Gasto promedio mensual en cigarros [en Pesos Mexicanos] ⁸	297.2
Costo de 100 cajetillas de cigarros manufacturados como un porcentaje de Producto Interno Bruto <i>per cápita</i> (PIB) 2014 ⁹	3.3

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TABACO	TOTAL (%)	FUMADORES (%)	NO FUMADORES (%)
Adultos que observaron publicidad de tabaco en puntos de venta que venden tabaco ^{8,†}	38.0	43.6	36.9
Adultos que observaron cualquier publicidad /promociones (diferentes al punto de venta),o patrocinios en eventos deportivos [†]	40.8	45.8	39.8
Adultos que observaron alguna publicidad en el internet [†]	11.8	13.0	11.5
CONTRA PUBLICIDAD			
Adultos que observaron publicidad en contra del tabaco en televisión o radio [†]	70.9	71.3	70.8
ADVERTENCIAS SANITARIAS			
Fumadores actuales que pensaron en dejar de fumar por las advertencias sanitarias [†]	43.2	42.9	43.9

CONOCIMIENTO, ACTITUDES Y PERCEPCIONES

	TOTAL (%)	FUMADORES (%)	NO FUMADORES (%)
Adultos que piensan que fumar causa serios daños a la salud	98.1	98.0	98.1
Adultos que piensan que respirar el humo de tabaco de otras personas causa serios daños a la salud en los no fumadores	96.5	95.6	96.7
Adultos que apoyan la ley que prohíbe fumar en espacios cerrados públicos y de trabajo.	93.4	89.7	94.2
Adultos que apoyan el incremento de los impuestos a los productos de tabaco.	66.7	49.9	70.0
Adultos que apoyan la ley que prohíbe totalmente la publicidad de los productos de tabaco	84.0	79.0	85.0

CIGARROS ELECTRÓNICOS

	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Alguna vez ha escuchado acerca de los cigarros electrónicos	35.3	55.0	31.5
Alguna vez ha usado los cigarros electrónicos	5.0	16.8	2.7

¹ Incluye cigarros manufacturados y hechos a mano. ² No fumadores actuales. ³ Incluye fumadores actuales y aquellos que dejaron de fumar en los pasados 12 meses. ⁴ Entre fumadores actuales y aquellos que dejaron de fumar en los pasados 12 meses que visitaron un proveedor de servicios de salud en los últimos 12 meses. ⁵ Entre aquellos que trabajan fuera de casa y usualmente trabajan en lugares cerrados o en ambos abiertos y cerrados. ⁶ Entre aquellos que visitaron el lugar en los pasados 30 días. ⁷ Entre fumadores actuales de cigarros manufacturados. ⁸ Fondo Monetario Internacional, Estimaciones de la base de datos Economía Global para 2014. (PIB 2014=142, 753.80 Pesos Mexicanos) ⁹ Incluye aquellos que observaron promociones en precios, regalos o descuentos en los productos cuando compraron cigarros; o alguna publicidad o promociones en los puntos de venta donde se vendían cigarros. [†] En los pasados 30 días.

NOTA: Uso actual se refiere a uso diario y ocasional. Adultos se refiere a las personas de 15 años y más. Los datos han sido ponderados para ser representativos de la población a nivel nacional de todos los hombres y las mujeres no institucionalizados de 15 años y más. Los porcentajes reflejan la prevalencia de cada indicador en cada grupo, no la distribución entre los grupos.

El apoyo financiero fue proporcionado por la CONADIC, la Secretaría de Salud de México y la Iniciativa Bloomberg para reducir el uso de tabaco, un programa de Filantropías Bloomberg. La asistencia técnica fue proporcionada por los Centros para el Control del Enfermedades (CDC), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Escuela de Salud Pública de Johns Hopkins y RTI International. El apoyo del programa fue realizado por la Fundación CDC.