

## Objetivos de la GATS

La Encuesta Global de Tabaquismo en Adultos (GATS) es un estándar mundial para monitorear sistemáticamente el consumo de tabaco en adultos y realizar un seguimiento de los indicadores de control del tabaco.

La GATS es una encuesta representativa a nivel nacional, que utiliza un protocolo estándar en todos los países, incluido México. La GATS mejora la capacidad de los países para diseñar, implementar y evaluar programas de control del tabaco. También ayudará a los países a cumplir sus obligaciones bajo el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS) para generar datos comparables dentro y entre países. La OMS desarrolló el Plan de medidas MPOWER, un paquete de medidas para la reducción de demanda contenidas en el CMCT de la OMS.



## Metodología GATS

La GATS utiliza una metodología estandarizada global. Incluye información sobre las características sociodemográficas de los encuestados, el consumo de tabaco (fumado, sin humo y productos de tabaco calentado), uso de cigarrillos electrónicos, cesación tabáquica, exposición a humo de tabaco de segunda mano, economía, medios de comunicación y conocimientos, actitudes y percepciones hacia el consumo de tabaco.

En México, la GATS se llevó a cabo en 2023 como una encuesta de hogares de personas de 15 años y más, fue realizada por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) México bajo la coordinación de la Comisión Nacional de Salud Mental y Adicciones (CONASAMA) de la Secretaría de Salud de México (SSA). Se utilizó un diseño muestral polietápico y por conglomerados geográficos para producir datos representativos a nivel nacional. Se muestrearon un total de 15,229 hogares y al interior de cada hogar se seleccionó a un individuo al azar. Los datos se recopilaron electrónicamente mediante el uso de dispositivos portátiles. Un total de 13,263 personas completaron la entrevista completa con una tasa global de respuesta del 87.2%.

## Principales Resultados

### USO DE TABACO

En total 15.6% (14.6 millones de adultos), 24.3% de los hombres y 7.4% de las mujeres usan actualmente tabaco (fumado, sin humo y productos de tabaco calentado).

En total 15.3% (14.3 millones de adultos), 23.8% de los hombres y 7.3% de las mujeres fuman actualmente tabaco.

- En total 6.6%, 10.5% de los hombres y 3.0% de las mujeres fuman actualmente tabaco a diario.
- En total 8.7%, 13.3% de los hombres y 4.3% de las mujeres fuman actualmente tabaco ocasional.

En total 0.3% (0.3 millones de adultos), 0.4% de los hombres y 0.1% de las mujeres usan actualmente productos de tabaco sin humo.

En total 0.2% (0.2 millones de adultos), 0.3% de los hombres y 0.1% de las mujeres usan actualmente productos de tabaco calentado.

### USO DE CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS

En total 12.9% (12.0 millones de adultos), 16.8% de los hombres y 9.1% de las mujeres han usado alguna vez cigarrillos electrónicos.

En total el 2.1% (2.0 millones de adultos), 3.1% de los hombres y 1.2% de las mujeres usan actualmente cigarrillos electrónicos.

### CESACIÓN

71.9% de los fumadores actuales planean o han pensado en dejar de fumar.

42.3% de los fumadores que han visitado los servicios de salud en los últimos 12 meses recibieron consejo para dejar de fumar.

### HUMO DE TABACO DE SEGUNDA MANO (HSM)

11.4% de los adultos que trabajan en lugares cerrados (3.0 millones de adultos) estuvieron expuestos a HSM en áreas cerradas en su lugar de trabajo.

11.9% de los adultos (11.2 millones de adultos) estuvieron expuestos a HSM en el interior de sus hogares.

17.8% de los adultos (6.0 millones de adultos) estuvieron expuestos a HSM cuando visitaron un restaurante.

70.3% de los adultos (7.7 millones de adultos) estuvieron expuestos a HSM cuando visitaron bares o discotecas.

33.5% de los adultos (3.4 millones de adultos) estuvieron expuestos a HSM cuando visitaron universidades.

### ECONOMÍA

El gasto (promedio) en 20 cigarrillos manufacturados fue de 70.2 Pesos Mexicanos.

El gasto (promedio) mensual en cigarrillos manufacturados fue de 474.9 Pesos Mexicanos.

47.7% de los fumadores actuales de cigarrillos manufacturados compraron la última vez cigarrillos sueltos (por unidad).

47.6% de los fumadores actuales de cigarrillos manufacturados compraron (en su última compra) cigarrillos que incluían una cápsula de sabor en el filtro.

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

61.4% de los adultos observaron información de prevención de consumo de tabaco en radio o televisión.

34.6% de los fumadores actuales pensaron en dejar de fumar debido a las advertencias sanitarias.

25.4% de los adultos observaron publicidad, promoción en los puntos de venta donde se venden cigarrillos.

42.6% de los adultos observaron algún tipo de publicidad, promoción o patrocinio en un evento deportivo de los productos de tabaco.

### CONOCIMIENTOS, ACTITUDES & PERCEPCIONES

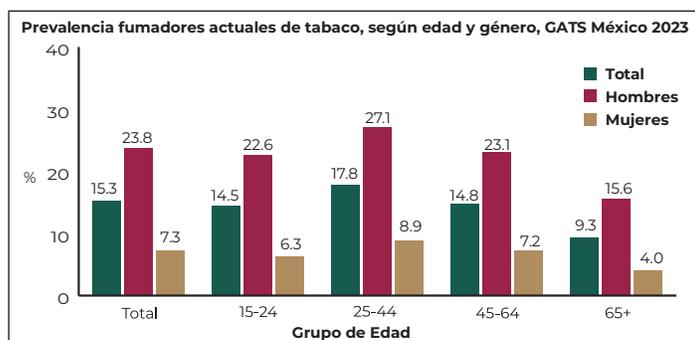
98.2% de los adultos piensan que fumar causa enfermedades graves.

94.4% de los adultos piensan que respirar el humo de tabaco de los fumadores causa enfermedades graves en los no fumadores.

58.7% de los adultos escuchó sobre la "Ley General para el control del Tabaco" que prohíbe fumar en lugares públicos cerrados.

39.2% de los adultos escuchó sobre la reforma en materia de control del tabaco que apoya lugares 100% libres de humo y emisiones.

USO DE TABACO (fumado, sin humo, productos de tabaco calentado)	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Usuarios actuales de tabaco	15.6	24.3	7.4
<b>TABACO FUMADO</b>			
Fumadores actuales de tabaco	15.3	23.8	7.3
Fumadores de tabaco diario	6.6	10.5	3.0
Fumadores de tabaco ocasional	8.7	13.3	4.3
Fumadores actuales de cigarros <sup>1</sup>	15.0	23.2	7.3
Exfumadores de tabaco diarios <sup>2</sup> (entre todos los adultos)	5.1	7.1	3.2
Exfumadores de tabaco diarios <sup>2,3</sup> (entre los fumadores diarios)	34.3	31.6	41.7
<b>USO DE TABACO SIN HUMO</b>			
Usuarios actuales de tabaco sin humo	0.3	0.4	0.1
<b>USO DE PRODUCTOS DE TABACO CALENTADO</b>			
Alguna vez ha escuchado de los productos de tabaco calentado	10.8	12.8	8.8
Alguna vez usó los productos de tabaco calentado	1.1	1.7	0.7
Usuarios actuales de productos de tabaco calentado	0.2	0.3	0.1



USO DE CIGARROS ELECTRÓNICOS	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Alguna vez ha escuchado de los cigarros electrónicos	70.7	74.7	66.9
Alguna vez usó cigarros electrónicos	12.9	16.8	9.1
Usuarios actuales de cigarros electrónicos	2.1	3.1	1.2

CESACIÓN	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Fumadores que intentaron dejar de fumar en los últimos 12 meses <sup>4</sup>	53.6	53.4	54.3
Fumadores actuales que planearon o pensaron en dejar de fumar <sup>5</sup>	71.9	70.7	75.8
Fumadores que fueron aconsejados para dejar de fumar por un profesional de la salud en los últimos 12 meses <sup>6,6</sup>	42.3	41.2	44.4
Intentaron dejar de fumar usando <sup>4</sup> :			
Farmacoterapia	8.1	8.2	7.7
Consejería / advertencia	4.9	4.6	5.6
Sin ayuda	90.2	91.7	85.7

HUMO DE TABACO DE SEGUNDA MANO	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Adultos expuestos a HSM en lugares de trabajo <sup>7,†</sup>	11.4	13.0	9.3
Adultos expuestos a HSM en hogares al menos una vez al mes	11.9	12.8	11.1
Adultos expuestos a HSM en <sup>8,†</sup> :			
Edificios de Gobierno / oficinas	9.5	9.2	9.9
Edificios de atención en salud	4.4	4.9	4.0
Restaurantes	17.8	17.7	17.9
Bares o Centros Nocturnos	70.3	70.7	69.6
Transporte Público	14.4	13.7	15.1
Universidades	33.5	34.2	32.7
Escuelas	11.2	12.4	10.5

ECONOMÍA	
Gasto promedio (promedio) en 20 cigarros manufacturados [en Pesos Mexicanos] <sup>9</sup>	70.2
Gasto promedio (promedio) en cigarros manufacturados [en Pesos mexicanos] <sup>9</sup>	474.9
Costo de 100 cajetillas de cigarros manufacturados como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita 2023 <sup>10</sup>	3.0%
Última compra como cigarro suelto (por unidad) <sup>9</sup>	47.7%
Última compra de cigarros con capsula de sabor en el filtro	47.6%

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TOTAL (%)	FUMADORES ACTUALES (%)	NO FUMADORES (%)
<b>ADVERTENCIAS ANTI-TABACO</b>			
Adultos que observaron información de prevención de fumar en radio y televisión <sup>†</sup>	61.4	60.9	61.4
Adultos que observaron información de prevención de fumar en redes sociales, aplicaciones móviles o en el internet <sup>†</sup>	45.3	46.4	45.1
	<b>TOTAL (%)</b>	<b>HOMBRES (%)</b>	<b>MUJERES (%)</b>
Fumadores que pensaron en dejar de fumar por las advertencias sanitarias <sup>†</sup>	34.6	33.3	38.5

PUBLICIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TABACO	TOTAL (%)	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
Adultos que observaron publicidad de cigarros o promociones en tiendas donde venden cigarros <sup>11,†</sup>	25.4	22.6	25.9
Adultos que observaron alguna publicidad de cigarros en internet <sup>†</sup>	16.4	15.4	16.5
Adultos que observaron alguna publicidad, promoción o patrocinio de eventos deportivos <sup>†</sup>	42.6	43.7	42.4

CONOCIMIENTOS, ACTITUDES & PERCEPCIONES	TOTAL (%)	FUMADORES ACTUALES (%)	NO FUMADORES (%)
Adultos que piensan que fumar causa serios daños a la salud	98.2	98.0	98.2
Adultos que piensan que respirar el humo de tabaco de otras personas causa daños a la salud de los no fumadores	94.4	94.9	94.4
Adultos que apoyan las leyes que prohíben fumar en los lugares públicos y de trabajo cerrados	90.5	85.2	91.5
Adultos que apoyan el incremento de los impuestos a los productos de tabaco.	66.6	47.6	70.0
Adultos que apoyan las leyes que prohíben totalmente la publicidad de los productos de tabaco.	82.5	74.6	83.9
Adultos que apoyan aumentar los pictogramas que cubran al menos la mitad de una cajetilla de cigarros	75.2	65.9	76.8
Adultos que escucharon sobre la "Ley General para el control del Tabaco" que prohíbe fumar en lugares públicos cerrados	58.7	60.9	58.3
Adultos que escucharon de la reforma en materia de control del tabaco que apoya lugares 100% libres de humo y emisiones.	39.2	42.5	38.6

<sup>1</sup>Incluye cigarros manufacturados y hechos a mano. <sup>2</sup>No-fumadores Actuales. <sup>3</sup>Tasa de cesación fumadores diarios. <sup>4</sup>Entre los fumadores actuales y aquellos que dejaron de fumar en los últimos 12 meses. <sup>5</sup>Planean o piensan dejar de fumar en el siguiente mes, 12 meses o algún día. <sup>6</sup>Entre aquellos que visitaron los servicios de salud en los últimos 12 meses. <sup>7</sup>Entre aquellos que trabajan fuera de casa, que trabajan usualmente en lugares cerrados o en lugares abiertos y cerrados. <sup>8</sup>Entre aquellos que visitaron el lugar en los últimos 30 días. <sup>9</sup>Entre fumadores actuales de cigarros manufacturados. <sup>10</sup>Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook database estimaciones para 2023 (PIB 2023 = 236622.78 Pesos mexicanos). <sup>11</sup>Incluye aquellos que observaron alguna advertencia o promoción de cigarros en tiendas donde venden cigarros; cigarros en promociones; o regalos gratis u ofertas de descuento donde venden cigarros. <sup>†</sup>En los últimos 30 días.

NOTA: Uso actual se refiere a uso diario y ocasional. Adultos se refiere a personas de 15 años y más. Los datos han sido ponderados para tener representatividad nacional de los hombres y mujeres no institucionalizadas de 15 años y más. Los porcentajes reflejan la prevalencia de cada indicador en cada grupo, no de la distribución a través de los grupos.

El soporte financiero fue provisto por la iniciativa Bloomberg para reducción del uso de tabaco a través de un acuerdo de cooperación entre la Fundación CDC y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) con la subvención de Bloomberg Philanthropies. La asistencia técnica fue proporcionada por los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de EE. UU., la Organización Panamericana de la Salud (OPS). El apoyo al programa fue proporcionado por la Fundación CDC incluyendo la adquisición de equipos. Los hallazgos de la hoja resumen son de los autores y no representan la posición oficial de los CDC.