

Encuesta de mercado de cigarrillos 2015

Distritos de Panamá, San Miguelito, Colón, David, Barú y Comarcas Ngäbe Buglé y Guna Yala



679.7

H433 Herrera Ballesteros, Víctor Hugo

Encuesta de mercado de cigarrillos 2015 : distritos de Panamá, San Miguelito, Colón, David, Barú y Comarcas Ngäbe-Buglé y Guna Yala / Víctor Hugo Herrera Ballesteros... [et al.]. -- Panamá : Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud, 2015.

46p. ; 28 cm.

ISBN 978-9962-699-09-5

1. CIGARRILLOS – INDUSTRIA Y COMERCIO I. Título.

Tabla de contenido

	Página
Resumen.....	1
Introducción	3
I. Metodología y características generales de los entrevistados	4
1.1. Metodología	4
1.2. Distribución de los entrevistados por variables sociodemográficas según distrito y comarcas indígenas	9
II. Conocimiento y cumplimiento de las regulaciones contra el consumo de tabaco.....	14
2.1. Conocimiento de la ley antitabaco y su cumplimiento	14
2.2. Percepciones y aptitudes respecto a las prohibiciones sobre el consumo de tabaco	15
III. Caracterización del consumo de cigarrillos.....	19
3.1. Caracterización de los fumadores	19
3.2. Lugar de compra de cigarrillos	22
IV. Características de la compra de cigarrillos ilegales.....	23
4.1. Marcas y precios pagados por cajetilla y unidad	24
4.2. Identificación de cigarrillos ilícitos	28
4.3. Principales atributos que definen la compra entre cigarrillos legales e ilegales	30
V. Caracterización socioeconómica de la compra ilegal	31
5.1. Análisis descriptivo de variables sociodemográficas y socioeconómicas relacionadas con la compra de cigarrillos.....	31
5.2. Análisis de la demanda de la compra ilegal	33
Conclusiones	34
Referencias.....	37

Agradecimientos

Nuestro más sincero agradecimiento al personal técnico de las regiones de salud de Panamá Metro, San Miguelito, Colón, Chiriquí, Guna Yala y Ngäbe Buglé, encabezada por los coordinadores regionales y personal sanitario, sin los cuales el relevamiento en campo no hubiese sido posible.

De igual forma hacemos extensivo nuestro agradecimiento al personal administrativo del Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud, que gracias a su gestión oportuna se pudieron canalizar los recursos necesarios para desarrollar cada una de las fases de esta investigación.

Coordinadores:

Panamá Metro: Dra. Marcela Saavedra

San Miguelito: Dr. Miguel Canales

Colón: Dra. Maira Návalo-Ministerio de Salud

Chiriquí: Dr. Manuel Díaz-Ministerio de Salud

Comarca Ngäbe-Buglé-Licenciado Roberto Montecer

Comarca Guna Yala: Dr. Rogelio Montoya

Equipo

MSc. Víctor Hugo Herrera Ballesteros
Investigador principal

Dra. Reina Roa Rodríguez
Investigadora revisora

Mgtr. Beatríz Gómez
Gestión de recursos

Mgtr. Inocencio Chávez
Diseño de muestreo

Ing. Cecilio Niño
Soporte informático

Resumen

Desde mediados de la década del 2000 Panamá ha venido aplicando un conjunto de medidas dirigidas al control del consumo de tabaco, mediante las cuales se ha logrado reducir la prevalencia general al 6.4%[1-4]. Frente a este importante resultado, se hace necesaria la realización de estudios que permitan medir la efectividad de estas medidas en los distintos ámbitos de la política sanitaria.

Es así que se propuso la aplicación por segunda vez de un instrumento de recolección de información, respecto a los determinantes de la demanda de cigarrillos en las zonas analizadas en 2012, es decir, los distritos de Panamá, Colón, San Miguelito, David y Barú, y la incorporación a partir de ahora de las comarcas indígenas, Ngäbe-Buglé y Guna Yala (cabeceras).

Mediante la utilización de un instrumento de recolección de información aplicado a 1712 individuos, se obtuvo información respecto a sus características sociodemográficas (sexo, edad y zona geográfica) y socioeconómicas (educación, situación laboral e ingresos), mediante las cuales se pudieron caracterizar los distintos tipos de consumidores de cigarrillos industriales.

En adición a lo anterior, mediante este instrumento también se pudo obtener información sobre las percepciones y actitudes respecto a las normas de control de consumo de tabaco por un lado, y de los atributos que inciden en la compra de cigarrillos al igual que con relación a las características que permiten identificar los cigarrillos ilegales por otro, entre otros resultados de interés.

De esta forma se pudo determinar que existen estrategias de precios complementarias entre marcas legales e ilegales y que en ambos casos comparten dos segmentos, el de los cigarrillos caros y el de los cigarrillos baratos (por debajo de USD 3.00 por cajetilla de veinte cigarrillos). Incluso un elemento importante es el hecho de que cigarrillos baratos, se compran en el canal de venta formal (supermercados), presumiblemente ilegales, especialmente en zonas de bajo perfil socioeconómico.

De hecho, una característica que permite identificar los cigarrillos entre los que compran cigarrillos baratos, el precio muy bajo, más allá de otros atributos como el aroma, filtro o sabor, que no dejan de ser importantes.

Por ende, la caracterización socioeconómica de los fumadores se constituye en un elemento complementario en este análisis, máxime porque el comercio ilícito de cigarrillos es una de las áreas menos estudiadas y de la que se dispone de poca información. En este caso los resultados reflejaron que el sexo masculino, las edades arriba de 40 años, los bajos niveles de educación (ningún grado y primaria), la condición de desempleado y los bajos niveles de ingreso (segundo quintil), son determinantes sociales y socioeconómicos que se relacionan a la compra ilícita sobre todo en zonas populares[5, 6].

Empero, otro resultado relevante es el hecho de que el consumo promedio diario de cigarrillos se incrementa menos que proporcional (0.406) al incremento unitario de los fumadores que compran

cigarrillos baratos, con lo cual se demuestra que el mercado lejos de haberse expandido, más bien experimentó un reajuste complementario del “market share” entre marcas legales e ilegales, ante las estrategias de precios respecto de las marcas legales e ilegales. Es decir, que posterior al incremento del Impuesto Selectivo al Consumo de Cigarrillos y otros productos derivados del tabaco de 2009, se encarecieron tanto las marcas legales e ilegales, indistintamente del mantenimiento del segmento de venta de bajo valor.

Introducción

El comercio ilícito de productos derivados del tabaco es uno de los menos estudiado tanto en el entorno local como regional. Es poca la información disponible tanto por el lado de la oferta como de la demanda y mucho menos aún poder contar con información que sea metodológicamente comparable.

Este se constituye en el tercer estudio que aborda la problemática del comercio ilícito, siendo el primero realizado en 2012, Estudio de la demanda de tabaco y el segundo en 2013, Encuesta Mundial de Tabaco en Adultos [7, 8]. Ello ha permitido contextualizar la dinámica social del comercio ilícito al tenor de las estrategias de la industria focalizada en grupos vulnerables, tales como los jóvenes por un lado y con relación a los grupos de menor perfil socioeconómico por el otro.

Una situación marcada y evidente es el alineamiento de precios entre marcas legales e ilegales, mediante los cuales la industria utiliza de manera complementaria los segmentos de venta legal e ilegal. Es decir, que se ha podido observar marcas ilegales a precios tan altos como las marcas legales y de igual manera con relación a las marcas legales a precios bajos, en el segmento de compra barata por debajo de los B/. 3.00 por cajetilla. Con todo, el hecho relevante es que la subida del impuesto selectivo al consumo de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco (ISC), ha tenido impacto en una subida general de los precios tanto en las marcas legales como en las ilegales, es decir, que ambos tipos de marcas se han encarecido, lo cual demuestra la efectividad del incremento de los impuestos como una medida complementaria de las medidas no fiscales.

En adición, la prevalencia en tabaco fumado de 6.1%, refleja el impacto de estas medidas en el campo de la salud, que es su objetivo principal. Empero, el incremento del ISC, debe ser un proceso permanente y su indexación respecto a la tasa de inflación se hace indispensable para seguir potenciando su efectividad a largo plazo, dadas las tendencias en el crecimiento económico de Panamá, uno de los más sólidos en la región en la actualidad.

De igual manera es importante la ratificación del protocolo de la OMS para eliminación del comercio ilícito de productos de tabaco, el cual contiene todas las herramientas necesarias para el control de la comercialización de los productos derivados de tabaco no solo a lo largo del canal de comercialización, sino también con relación a la homologación de controles aduaneros internacionales, como complemento del Convenio Marco de la OMS para el Control del Consumo de Tabaco.

Por ende son de gran valor las iniciativas de Panamá respecto de la consideración de la penalización del comercio ilícito o el establecimiento de licencias para la venta de productos de tabaco, en cumplimiento del protocolo al igual que la prohibición de la comercialización del cigarrillo electrónico. Por ende, es importante dotar a las autoridades competentes de estas nuevas herramientas para mantener los logros alcanzados y seguir posicionando a Panamá como una de las naciones líderes en el ámbito regional y mundial[9, 10].

I. Metodología y características generales de los entrevistados

1.1. Metodología

El objetivo es caracterizar la compra de cigarrillos en las zonas más pauperizadas del país mediante el uso de las variables sociodemográficas y socioeconómicas, tales como el sexo, edad, educación, situación laboral, área de residencia y el ingreso, en adición a los atributos que inciden en la compra de cigarrillos lícitos e ilícitos. Para ello se utilizan las técnicas de análisis descriptivo y econométrico que permitan estudiar de manera más focalizada la demanda.

- Diseño de muestreo

Se calculó una muestra probabilística estratificada, distribuida proporcionalmente de acuerdo al tamaño de cada dominio (distrito). Teniendo como finalidad caracterizar el consumo de cigarrillos en función de sus determinantes para lo cual se utilizaron los siguientes criterios:

- Universo o población de estudio

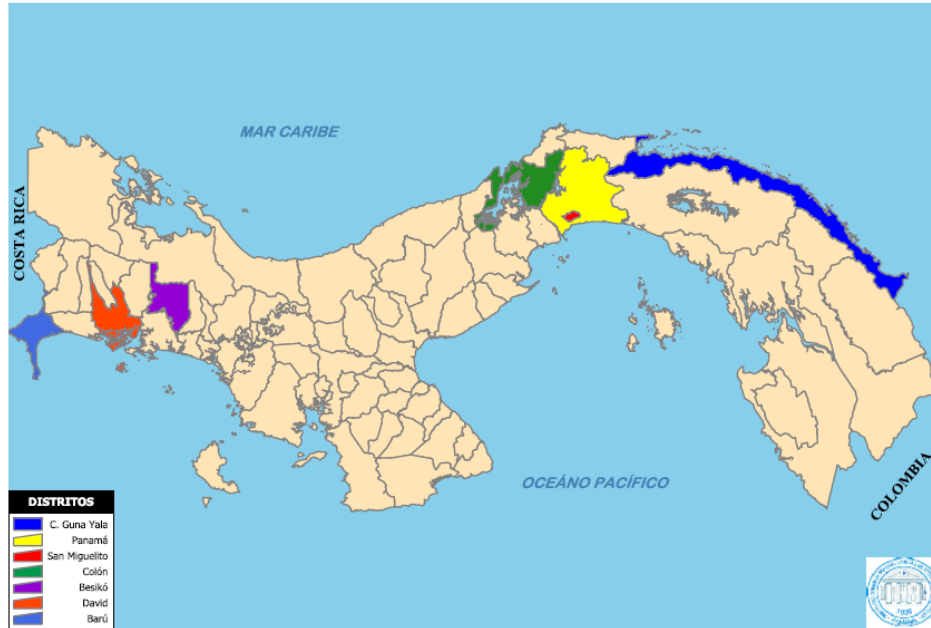
El universo de estudio lo compone el listado de todas las personas mayores de 15 años residentes en las zonas geográficas seleccionadas y que reunían ciertas características necesarias para ser considerados como aptos para proporcionar la información, según las proyecciones de población de acuerdo al censo de 2010 y sus actualizaciones.

La población de estudio se distribuye de la siguiente manera:

- 1. En el Distrito de Panamá:** los corregimientos de San Felipe, Chorrillo, Santa Ana, La Exposición o Calidonia, Betania, Bella Vista, Pueblo Nuevo, San Francisco, Parque Lefevre, Rio Abajo, Juan Díaz, Pedregal, Ancón y Tocúmen.
- 2. En el Distrito de San Miguelito:** los Corregimientos Amelia Denis de Icaza, Belisario Porras, José Domingo Espinar, Mateo Iturralde, Victoriano Lorenzo, Arnulfo Arias, Belisario Frías, Omar Torrijos, Rufina Alfaro.
- 3. En el Distrito de Colón:** los Corregimientos de Barrio Norte, Barrio Sur, Buena Vista y Sabanitas.
- 4. En la provincia de Chiriquí:** El Distrito de Barú: Corregimiento de Puerto Armuelles (Cabecera), el Corregimiento de Progreso contempla los poblados de Paso Canoa Abajo y Paso Canoa Arriba, y Paso Canoa Internacional. En el Distrito de David: David (Cabecera). La Provincia de Chiriquí contempla el área fronteriza con Costa Rica por considerarla de interés por el movimiento de mercancías y sobre todo el alto nivel de contrabando de marcas de cigarrillos.
- 5. Comarca Guna Yala:** Para la selección de la muestra los 4 corregimientos que conforman la comarca, a saber: Narganá (Cabecera), y Corazón de Jesús e islas aledañas. La comarca Guna se incluye, por considerar esta zona geográfica es de alta permeabilidad al contrabando de cigarrillos.
- 6. Comarca Ngäbe-Buglé:** La selección contempló el distrito de Besikó (cabecera, Soloy).

Figura 1

DISTRITOS SELECCIONADOS EN LA ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO DE CIGARRILLOS. PANAMÁ. AÑO: 2015



Fuente: Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud.

-Marco de la muestra

El marco muestral lo compone el registro de todas las personas que se encuentren dentro de los dominios de interés del proyecto de acuerdo al XI Censo de Población y Vivienda de 2010, y distribuida de la siguiente forma: Panamá: 408,359, San Miguelito: 236,417, David: 85,989, Colón: 47,746, Guna Yala: 33,109 y Ngäbe-Buglé: 40,958.

-Tamaño de la muestra

El tamaño de muestra se estimó para una proporción y una población finita. Para el valor de p como variable auxiliar se consideró el nivel de prevalencia de fumador a nivel nacional en $p=0.094$ para hombres y 0.028 para mujeres, el error máximo permitido se estableció en un 3.8 % y un nivel de confianza del 95 %. El efecto de diseño se establece en 1 como es la costumbre cuando se sustituye la muestra aleatoria simple por una estratificada.

a) Fórmula de tamaño para población finita:

$$n = \frac{NZ^2 P_y (1 - P_y) Deff}{N\epsilon^2 + Z^2 P_y (1 - P_y) Deff}$$

b) Cálculo de tamaño:

El cálculo del tamaño de muestra se realizó tomando en consideración el número de personas mayores de 15 años en cada una de los dominios a nivel distrital y comarcal, para lo cual se utilizó como variable crítica la prevalencia de fumador de acuerdo a los resultados de la Encuesta de tabaco en adultos en Panamá de 2013 (GATS), y representa el porcentaje de fumadores en la población a nivel nacional, además se estableció un margen de error de muestreo para la estimación del 3.8% y un nivel de confianza del 95%[8].

Elementos técnicos:

- Nivel de confianza: 95%
- Efecto de diseño: se ha considerado igual a 1
- Error relativo: se ha considerado 3.8 % en torno del valor esperado del parámetro.
- Nivel de prevalencia de fumador de 0.094 para hombres y 0.028 para mujeres a nivel nacional.

El cálculo de la muestra se hizo para los individuos buscando representatividad a nivel de Distritos seleccionados. Esta muestra será distribuida en proporción al tamaño de cada uno de los estratos representados por todos los dominios y corregimientos en el área geográfica definida para el proyecto. La afijación de la muestra se corresponde con el número de personas por Distrito, para asegurar una mejor precisión de los estimadores, se aplicará un procedimiento de selección aleatorio sistemático de acuerdo al número de personas dentro de los estratos.

-Errores de muestreo

Los errores de muestreo se presentan para la proporción de beneficiarios del programa así para cada uno de los aspectos que dimensionan las modalidades del programa.

-Para la estimación de la proporción en cada estrato

$$p_h = \frac{a_h}{n_h}$$

-Para la estimación de la proporción en la población total

$$p_{est} = \sum \frac{N_h p_h}{N}$$

- Para la estimación de la varianza muestral

$$V(p_{est}) = \frac{1}{N^2} \sum \frac{N_h^2 (N_h - n_h)}{N_h - 1} \frac{p_h q_h}{n_h - 1}$$

-Ubicación y área de influencia

Como se ha mencionado este estudio está dirigido a conocer de manera más específica la demanda de cigarrillos con base en sus factores determinantes, mediante la forma en que los atributos y otras variables interactúan en la decisión de compra de cigarrillos legales e ilegales. El estudio será enfocado en las zonas más importantes de consumo de cigarrillos de acuerdo a estudios previos[7, 11]. A continuación se presenta el tamaño de muestra y su distribución por zona geográfica.

Tabla 1

Distrito	Corregimiento
Panamá	El Chorrillo
	San Felipe
	Santa Ana
	Ancón
	La Exposición o Calidonia
	Bella Vista
	San Francisco
	Betania
	Pueblo Nuevo
	Rio Abajo
	Parque Lefevre
	Juan Díaz
	Pedregal
	Tocúmen
San Miguelito	Amelia Denis de Icaza
	Belisario Porras
	José Domingo Espinar
	Mateo Iturralde
	Victoriano Lorenzo
	Arnulfo Arias
	Belisario Frías
	Omar Torrijos
	Rufina Alfaro
David	David (Cabecera)
Barú	Frontera
Colón	Barrio Norte
	Barrio Sur
	Buena Vista
	Sabanitas
Narganá (Cabecera)	Corazón de Jesús
Besikó	Soloy (Cabecera)

Se visitaron las zonas más pauperizadas en cada corregimiento y localidad, donde la propensión a la compra ilegal de cigarrillos es más alta y en algunos casos se visitaron zonas comerciales de clase media baja, para tener una mayor cobertura y obtener perfiles de consumo más amplios, pero consecuentes con el perfil socioeconómico de cada área. Por ejemplo, en el caso de las zonas indígenas, no existe un desarrollo comercial y urbano por su condición de asilamiento, especialmente en Guna Yala, donde se entrevistó a la población que vive en islas y en condiciones de pobreza marcadas por su aislamiento.

De igual manera en Colón, las zonas de mayor pobreza urbana fueron visitadas, como por ejemplo, Barrio Norte y Barrio Sur. En Panamá y San Miguelito, se visitaron zonas pauperizadas tales como por ejemplo, Juan Díaz, 24 de diciembre, Veranillo, Samaria y barrios de clase media baja como por ejemplo, San Antonio, Villa Lucre y Cerro Viento y algunas zonas comerciales populares importantes en dichas áreas. En Chiriquí, se visitó David y zonas aledañas, al igual que la frontera con Costa Rica (Paso Canoa) una de las zonas comerciales de mayor movimiento comercial y economía informal.

1.2. Distribución de los entrevistados por variables sociodemográficas según distrito y comarcas indígenas

En función de la proporcionalidad de cada dominio se calculó el tamaño de muestra correspondiente por afijación asimétrica.

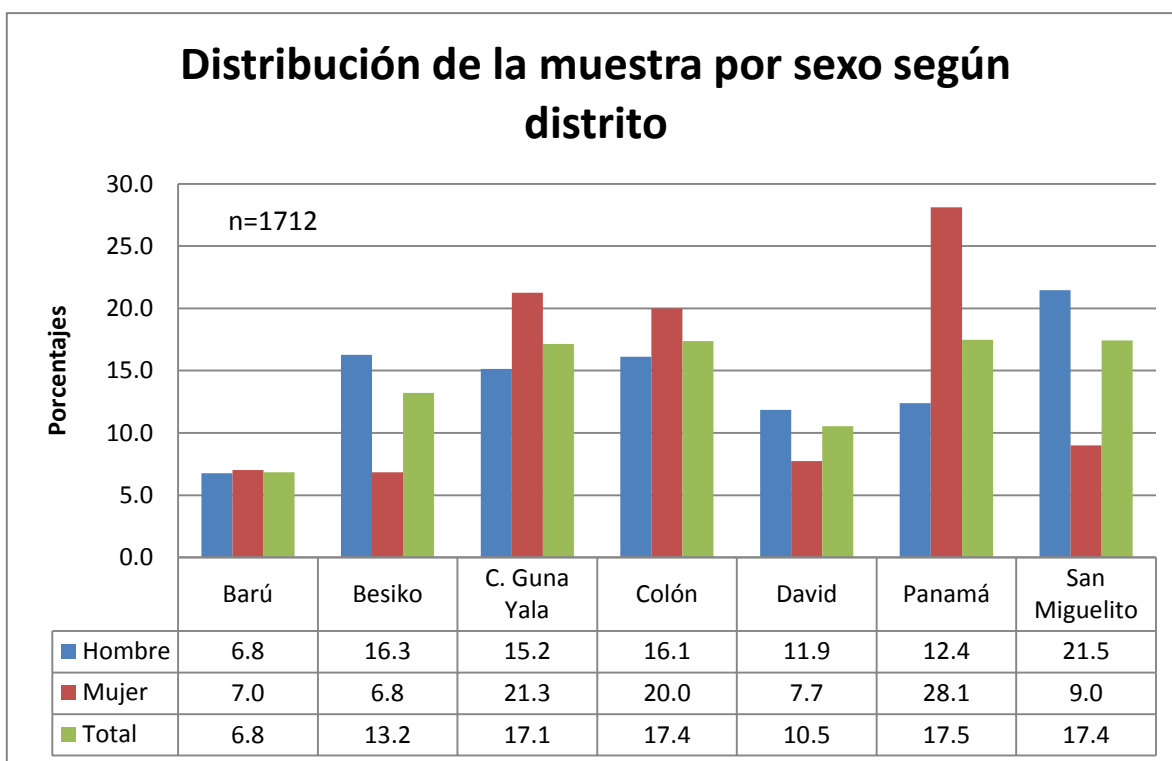
Tabla 1.1

Distribución de la muestra por dominio

Distrito	Total	Porcentaje
Barú	117	6.8
Besikó	227	13.3
C. Guna Yala	293	17.1
Colón	297	17.3
David	181	10.6
Panamá	299	17.5
San Miguelito	298	17.4
Total	1,712	100.0

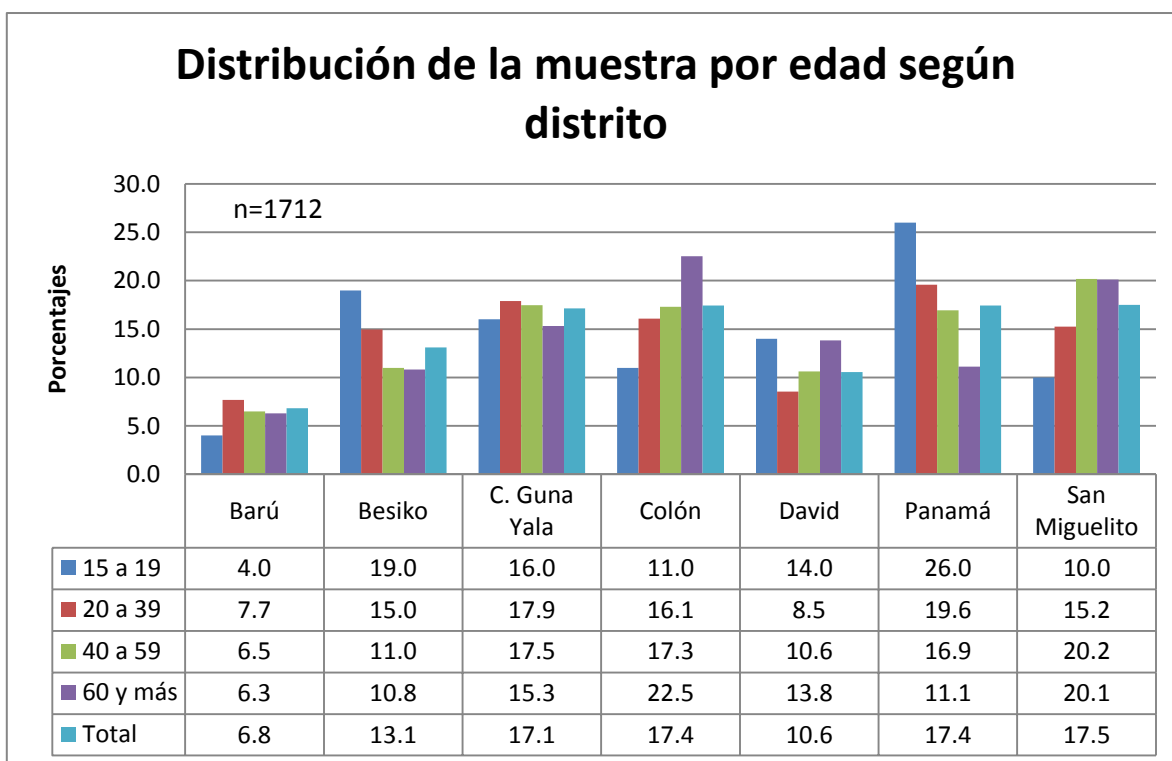
En la gráfica 1 se observa la distribución porcentual por sexo de manera horizontal para determinar en qué distrito o comarca se concentran mayormente los hombres y mujeres. San Miguelito, concentró la mayor cantidad de hombres (21.5%), seguido de Besikó (16.3%) y Guna Yala (15.2%), respecto del resto de los distritos, mientras que la mayor cantidad de mujeres se concentró en Panamá (28.1%). En Guna Yala (21.3%) y Colón (20.0%), se observa la mayor cantidad de mujeres después de Panamá (ver gráfica 1).

Gráfica 1



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Gráfica 2



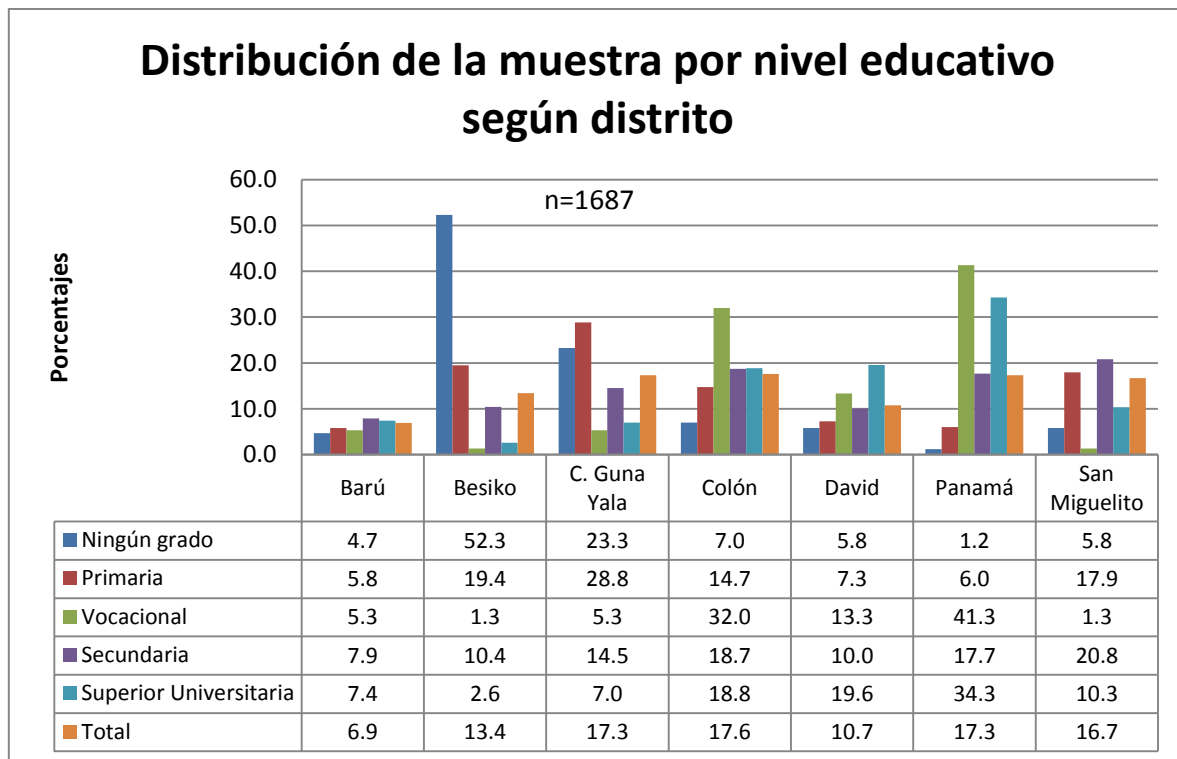
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En la gráfica 2 se observa que por grupo etario, entre los 15 y 19 años, la mayor cantidad de población se concentra en Panamá (26.0%), seguida de Besikó (19.0%) y Guna Yala (16.0%). Con relación al grupo de 20 a 39 años, sobresalen Panamá (19.6%), Guna Yala (17.9%) y Colón (16.1%). En el grupo de 40 a 59 años, San Miguelito (20.2%), Guna Yala (17.5%) y Colón, (17.3%) son los que más concentran. Finalmente, respecto al rango de 60 y más, Colón (22.5%), San Miguelito (20.1%) y Guna Yala (15.3%).

Con relación a la comarca de Guna Yala, ésta tiene una alta representación en todos los grupos de edad. Panamá, sobresale en el rango de 15 a 19 años, al igual que Besikó en la comarca Ngäbe-Buglé. Colón y San Miguelito, sobresalen en los rangos de mayor edad de 40 a 59 y 60 y más. Finalmente Barú y David, se ubican en el extremo inferior de las distribuciones, en el caso de Barú y en un lugar intermedio, David.

De acuerdo a las variables socioeconómicas se analiza la distribución por nivel educativo, condición laboral e ingresos.

Gráfica 3



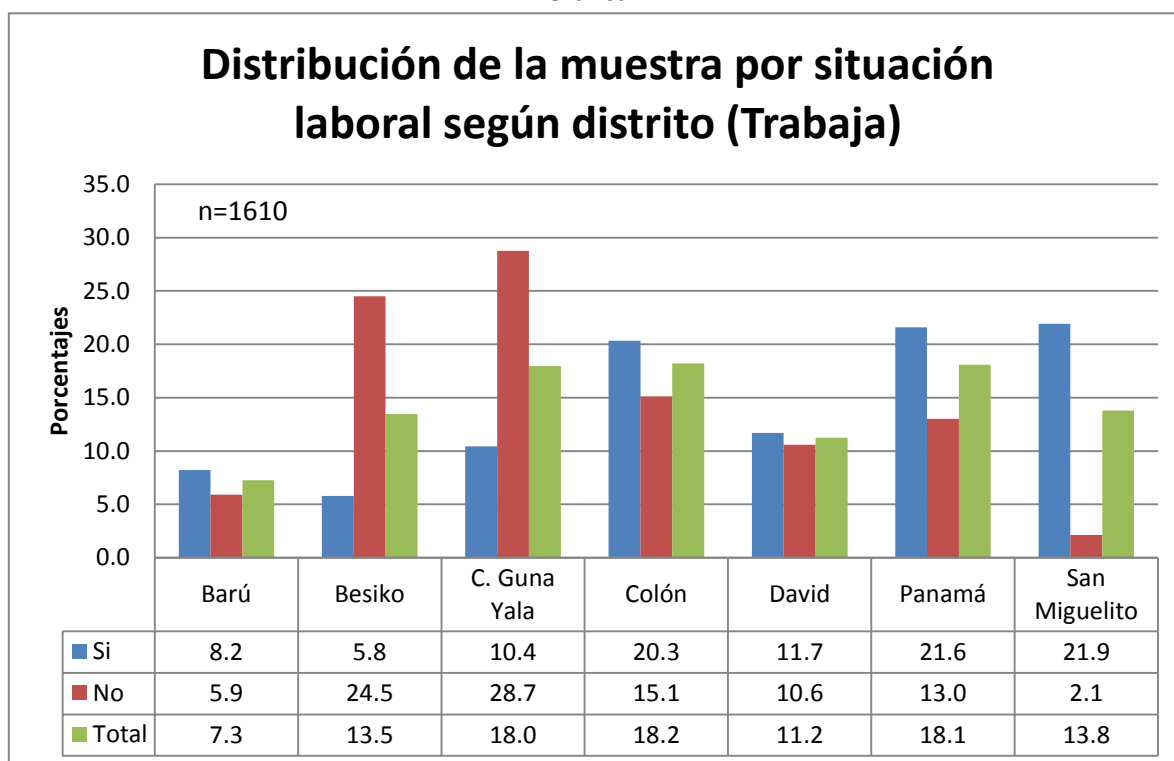
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

De acuerdo al nivel educativo se observa en la gráfica 3, que las comarcas indígenas tienen la población con el menor nivel de escolaridad. Sobresalen Besikó (52.3%) y Guna Yala (23.3%) con la

mayor cantidad de población sin ningún grado académico, al igual que con relación a la primaria, 19.4% y 28.8% respectivamente. En formación vocacional, Panamá, sobresale con el 41.3%. El nivel de secundaria, es el que aparece mejor distribuido entre todos los distritos y comarcas. Sin embargo, con relación a la educación superior, destacan Panamá (34.3%) como el distrito que concentra la mayor cantidad de personas, seguido de David (19.6%), Colón (18.8%) y San Miguelito (10.3%). Las comarcas indígenas y Barú quedan en el otro extremo, concentrando la menor cantidad de población con educación universitaria.

Respecto a la situación laboral (gráfica 4), las comarcas indígenas concentran la mayor cantidad de desempleados, de entre todos los que respondieron no tener empleo. Besikó con el 24.5% y Guna Yala con el 28.7%. Colón se ubica en un punto intermedio con el 15.1% y Panamá con el 13.0%, obviamente por tener una mayor cantidad de población activa y por ende mayores tasas de actividad laboral[12]. Estos resultados dejan una clara evidencia de las disparidades regionales y sociales, con relación al perfil sociodemográfico y socioeconómico, en que se destacan las comarcas indígenas como las regiones con mayor vulnerabilidad social y riesgo de pobreza al igual que Colón. Pero más aún destaca al distrito de Panamá como la región más desarrollada. En un lugar intermedio se ubican el resto de los distritos, tales, Barú, David y San Miguelito.

Gráfica 4



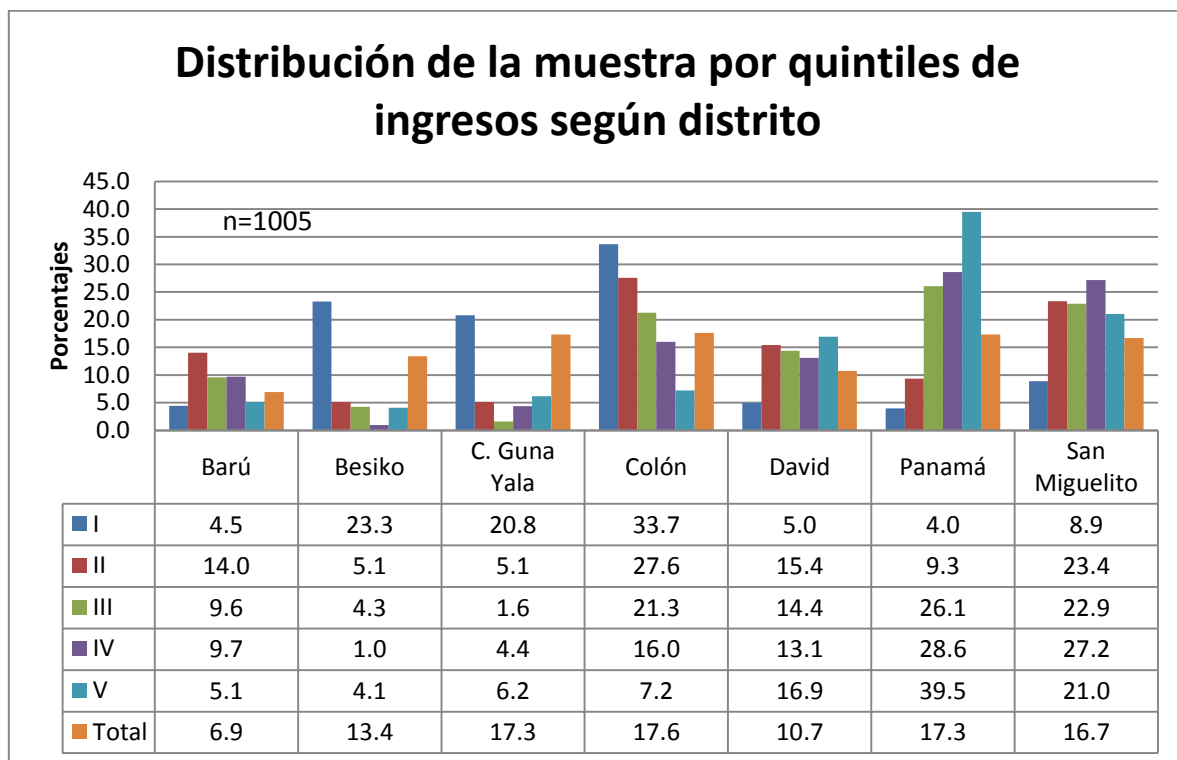
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Al hacer la distribución por quintiles de ingreso, se corroboran los comentarios anteriores respecto de la inequidad observada. Se evidencia que las zonas indígenas y Colón concentran la mayor

cantidad de entrevistados en el primer quintil, Besikó con 23.3%, Guna Yala con 20.8% y Colón 33.7%, indicando las zonas de mayor pobreza indígena y urbana. En el segundo quintil, se observa que Barú, Colón, David y San Miguelito, concentran la mayor cantidad de entrevistados, combinando pobreza rural y urbana. Pero a partir del tercer quintil, tanto Panamá con San Miguelito, destacan por tener la mayor cantidad de entrevistados, con el mayor nivel de ingresos.

Estos resultados dejan en claro el perfil socioeconómicos de las zonas consideradas en este estudio y guardan relación con la situación observada en los estudios nacionales, en los cuales Colón y las zonas indígenas son las más vulnerables del país, en especial la población afropanameña[13, 14].

Gráfica 5



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Hasta este punto se ha podido construir un perfil sociodemográfico y socioeconómico de la población estudiada y que permite establecer los tipos de consumidores de productos derivados del tabaco, en este caso de cigarrillos. Existen tres zonas bien definidas de acuerdo a las variables que miden el estatus social. Por un lado se ubican Guna Yala, Besikó y Colón, como las más pobres, mientras que Barú y David se ubican en un lugar intermedio y en el otro extremo los distritos de Panamá y San Miguelito, que son los de mayor desarrollo relativo de todo el país, y dejan en evidencia los contrastes regionales y sociales, como cabría esperar en el caso de Panamá, uno de los países con una de las mayores inequidades sociales de la región[15]. De igual forma estos se convierten en los sectores más vulnerables respecto al consumo de productos ilícitos de

tabaco, en especial de cigarrillos industriales y en las cuales las tabacaleras centran sus estrategias, mediante marcas de bajo valor[5, 16-18].

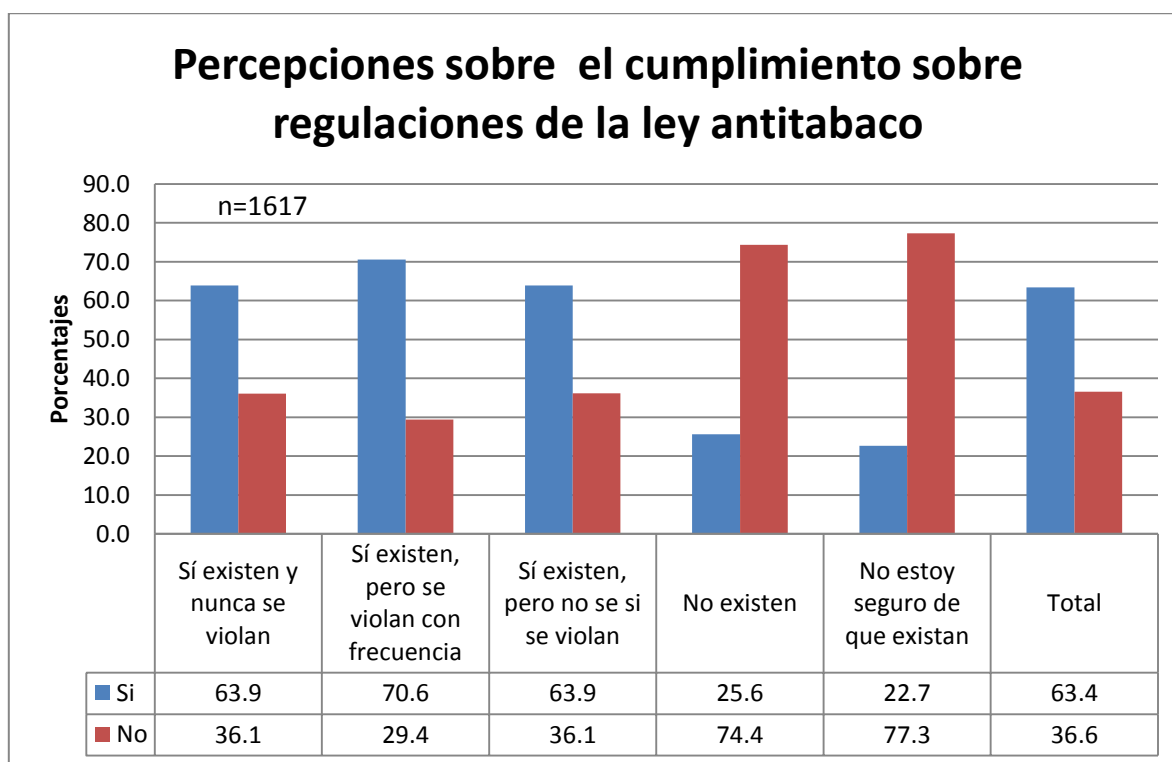
II. Conocimiento y cumplimiento de las regulaciones contra el consumo de tabaco

En este punto se presentarán los resultados básicos de las respuestas al cuestionario respecto de los conocimientos percepciones y actitudes con relación a las regulaciones y prohibiciones del consumo de productos de tabaco. Ello permitirá contextualizar el nivel de información que manejan los entrevistados, respecto de los peligros derivados del consumo de cigarrillos.

2.1. Conocimiento de la ley antitabaco y su cumplimiento.

La ley 13 de 2008, mejor conocida como ley antitabaco es la norma de última generación más importante contra el consumo de tabaco en Panamá y su conocimiento por parte de la población es fundamental no solo para la eficacia de las medidas sanitarias contra el uso del uso de productos de tabaco, sino también de una cultura de vida sin tabaco.

Gráfica 6



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

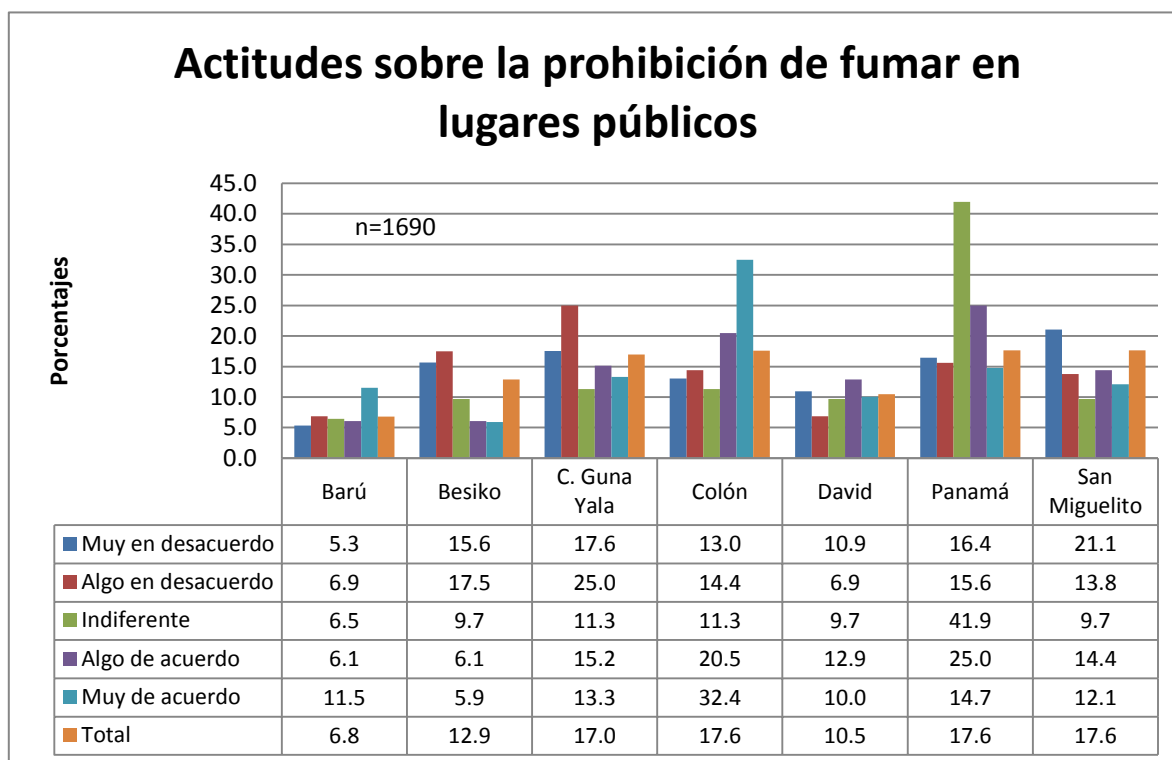
En la gráfica se observa que solo el 63.4% de los entrevistados que respondieron declaró conocer y 36.6%, señaló no tener conocimiento. Con relación a las percepciones respecto al cumplimiento de la misma, el 63.9% mencionó que sí se cumplen las regulaciones, pero el 36.1% declaró que no, lo cual deja una percepción muy baja respecto al cumplimiento, como se observa en el resto de las respuestas a las percepciones. El 70.6% declaró que se violan con frecuencia. 63.9% declaró estar

en incertidumbre respecto al cumplimiento de las mismas, mientras que el 25.6% y el 22.7% se ubican entre los que las desconocen.

2.2. Percepciones y aptitudes respecto a las prohibiciones sobre el consumo de tabaco.

Al analizar las actitudes con relación al nivel de aprobación de las medidas de control del consumo de tabaco por distrito, respecto a no fumar en lugares públicos, la mayor desaprobación (muy en desacuerdo) se observa en Guna Yala (17.6%), Panamá (16.4%) y San Miguelito (21.1%). De igual forma respecto a estar algo en desacuerdo, Besikó (17.5%), Guna Yala (25.0%) y Panamá (15.6%), están entre los distritos con menos aprobación. El mayor porcentaje de indiferencia lo tiene el distrito de Panamá con 41.9%. Con relación a la distribución a los niveles de aprobación parcial, algo de acuerdo, sobresalen Colón (20.5%) y Panamá (25.0%), y respecto a estar muy de acuerdo, Colón (32.4%) y Panamá (14.7%). Respecto a este último resultado, Barú (11.5%), Guna Yala (13.3%) y San Miguelito (12.1%) se ubican en un lugar intermedio. Mientras que Besikó (5.9%) se ubica en el otro extremo de menor aceptación. (Ver gráfica 7)

Gráfica 7

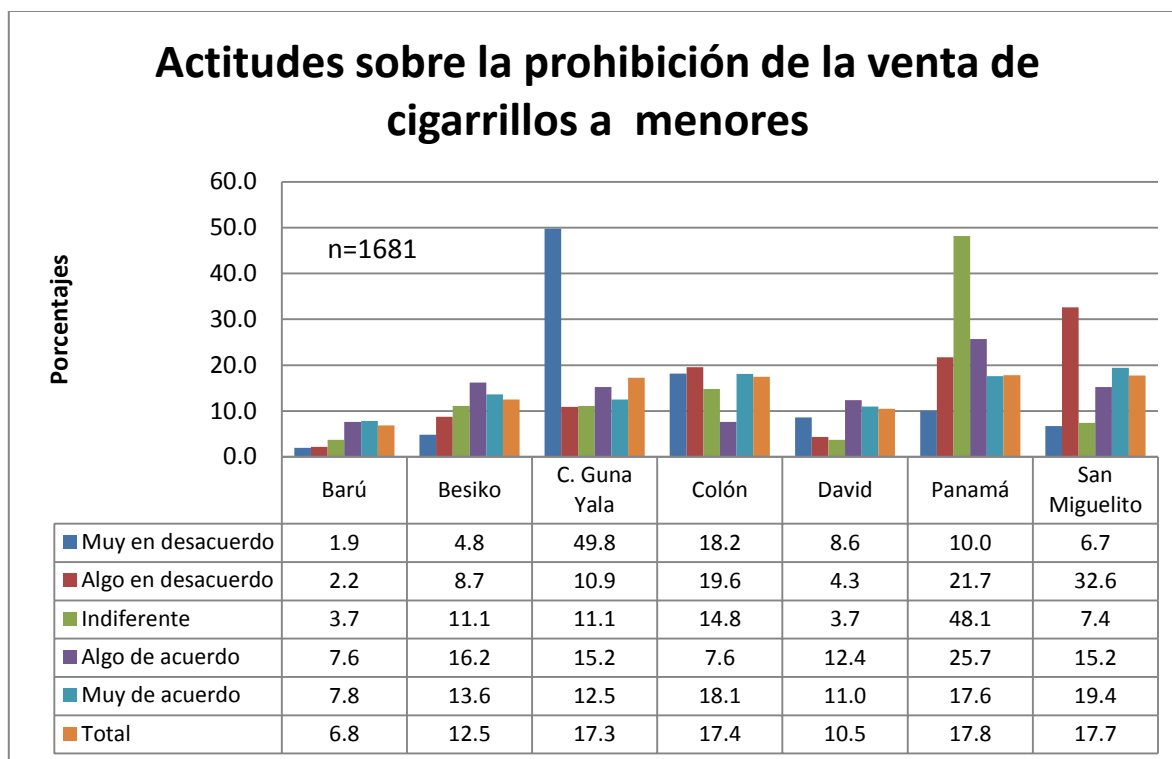


Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En la gráfica 8 se presentan las respuestas respecto a la prohibición de vender cigarrillos a menores de edad, en Barú se observan los menores niveles de aceptación en todas las respuestas de la escala. En Guna Yala, se observa el mayor rechazo, muy en desacuerdo (49.8%). En Colón (19.6%), Panamá (21.7%) y San Miguelito (32.6%) la mayor desaprobación parcial. Respecto a la mayor indiferencia, Panamá presenta la mayor proporción de entrevistados, con el 48.1%. En

cuanto a la aprobación parcial, algo de acuerdo, Panamá (25.7%) tiene la mayor proporción. Finalmente, con relación a la aprobación total de la medida, muy de acuerdo, existe un mayor equilibrio de las respuestas entre regiones, y solo destaca el porcentaje más bajo de Barú.

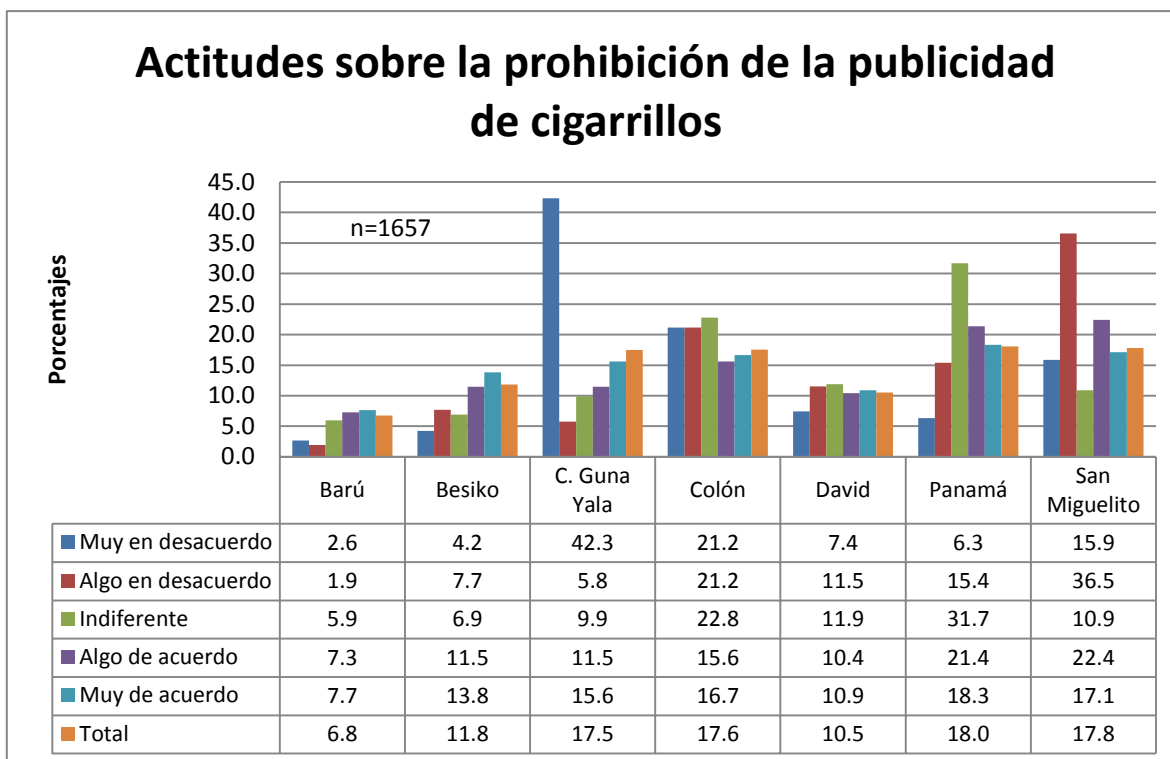
Gráfica 8



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

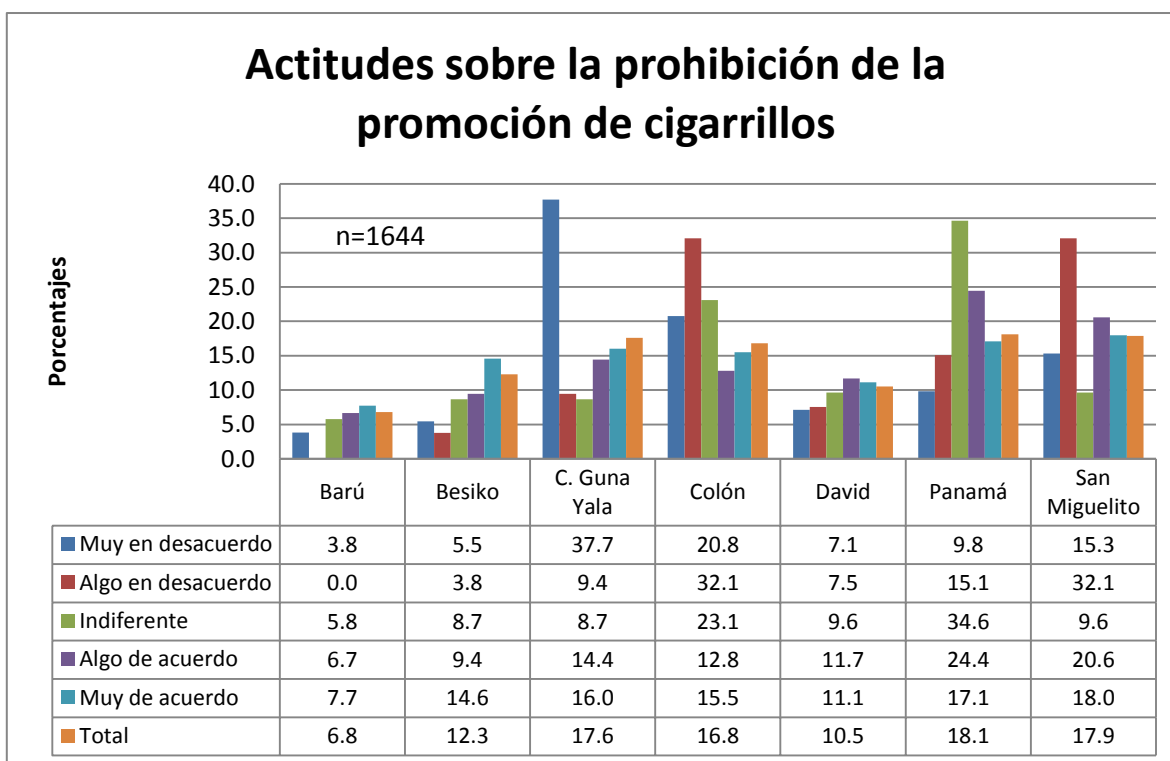
Respecto a la prohibición de la publicidad de cigarrillos (gráfica 9) el mayor rechazo, muy en desacuerdo, lo tienen Guna Yala (42.3%), mientras que en el rechazo parcial, Colón (21.2%), y San Miguelito (36.5%). Respecto a la mayor indiferencia Colón (22.8%) y Panamá (31.7%). En aprobación parcial, Colón (15.6%), Panamá (21.4%) y San Miguelito (22.4%) son los más sobresalientes y finalmente respecto a la aprobación total, muy de acuerdo, Barú (7.7%) y David (10.9%) tienen los niveles más bajos. En la gráfica 10 se presentan las respuestas con relación a la prohibición de la promoción de cigarrillos. Guna Yala tiene el mayor rechazo con el 37.7%, seguido de Colón (20.8%) y San Miguelito (15.3%). La mayor indiferencia se observó en Colón (23.1%) y Panamá (34.6%). Mientras que la mayor aprobación parcial, en Panamá (24.4%) y San Miguelito (20.6%). Finalmente la menor aceptación se dio en Barú (7.7%).

Gráfica 9



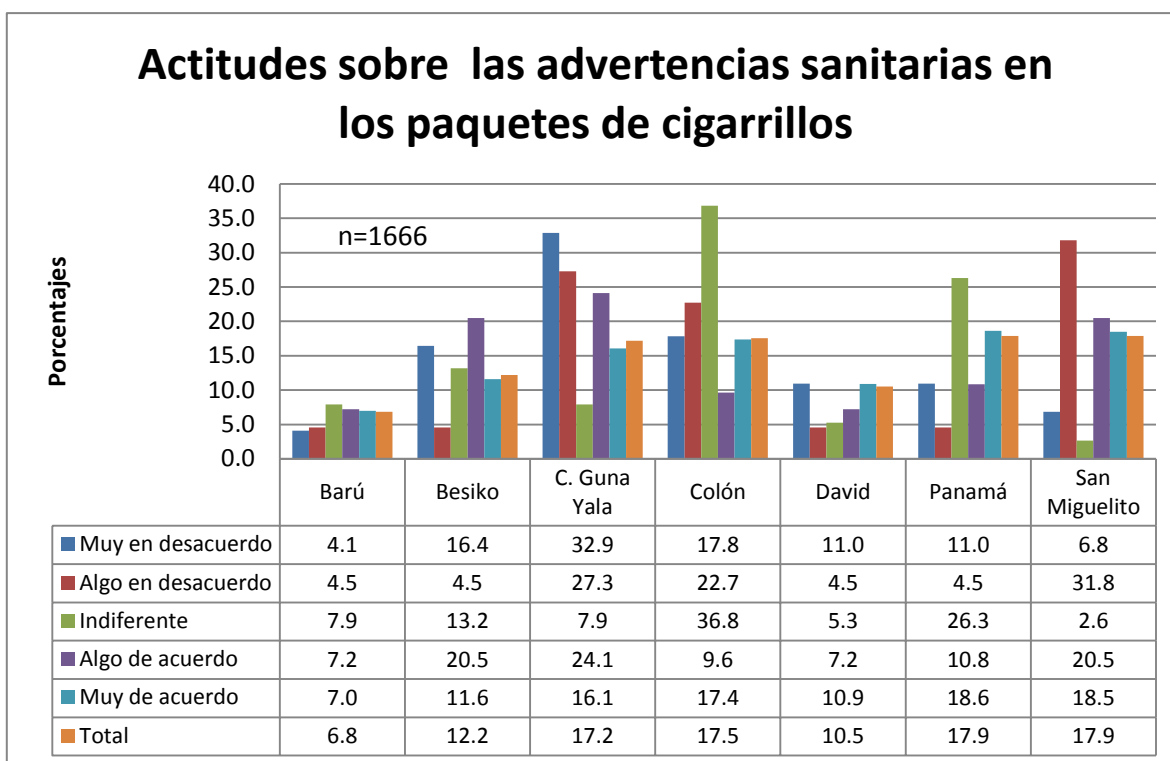
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Gráfica 10



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Gráfica 11



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Finalmente con relación a las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos, en Guna Yala se observa el mayor rechazo, muy en desacuerdo, 32.9%, seguido de Besikó (16.4%) y Colón (17.8%). En el rechazo parcial, Guna Yala (27.3%), Colón (22.7%) y Panamá (31.8%) (gráfica 11). La mayor indiferencia se observa en Colón, con 36.8% y en Panamá, 26.3%. La mayor aceptación parcial se observa en Guna Yala, con 24.1%, seguida de Besikó (20.5%) y San Miguelito (20.5%). La menor aceptación total la tiene Barú, con 7.0%. Esta última zona es la cercana al entorno de la frontera con Costa Rica, donde se ubica la zona franca comercial.

Hasta este punto se ha podido matizar las percepciones y actitudes de la población respecto a las medidas de control del consumo de tabaco establecidas en la ley, en las que los niveles de aceptación total, están mucho mejor distribuidos entre los distritos, pero no con relación a los rechazos totales y parciales, en los que se observa un mayor rechazo en la comarca indígena de Guna Yala (muy en desacuerdo), al igual que en Colón, Panamá y San Miguelito. Pese a esto, es dable destacar que con relación a estas medidas existe de manera global aceptación total muy baja de los entrevistados. En el caso de la prohibición de fumar en lugares públicos, la aceptación total global fue del 20.1%, respecto de la prohibición de la venta a menores, 77.0%, en la prohibición de la publicidad, 67.8%, prohibición de la promoción, 68.4% y con relación a las advertencias sanitarias, el 87.0%, estuvo en total acuerdo. Esto implica seguir profundizando las campañas educativas respecto a los peligros del consumo de productos de tabaco, en la cual los más jóvenes son los más vulnerables.

III. Caracterización del consumo de cigarrillos

Después de describir los aspectos generales de la población entrevistada en función de las variables sociodemográficas y socioeconómicas, en adición a analizar sus percepciones y actitudes respecto del conocimiento y cumplimiento de los aspectos normativos contra el consumo de tabaco, es importante analizar la composición del consumo de cigarrillos y discernir entre la compra legal e ilegal.

3.1. Caracterización de los fumadores.

Un indicador fundamental es la prevalencia de consumo de cigarrillos, con base en la cantidad de días fumados para distinguir entre fumadores ocasionales y diarios. En este sentido la prevalencia de los fumadores diarios, es decir aquellos fuman entre 22 y 31 días (mensual), es la fundamental que permite establecer la intensidad del consumo, en función de los que accedieron a responder esta parte del cuestionario.

Tabla 2

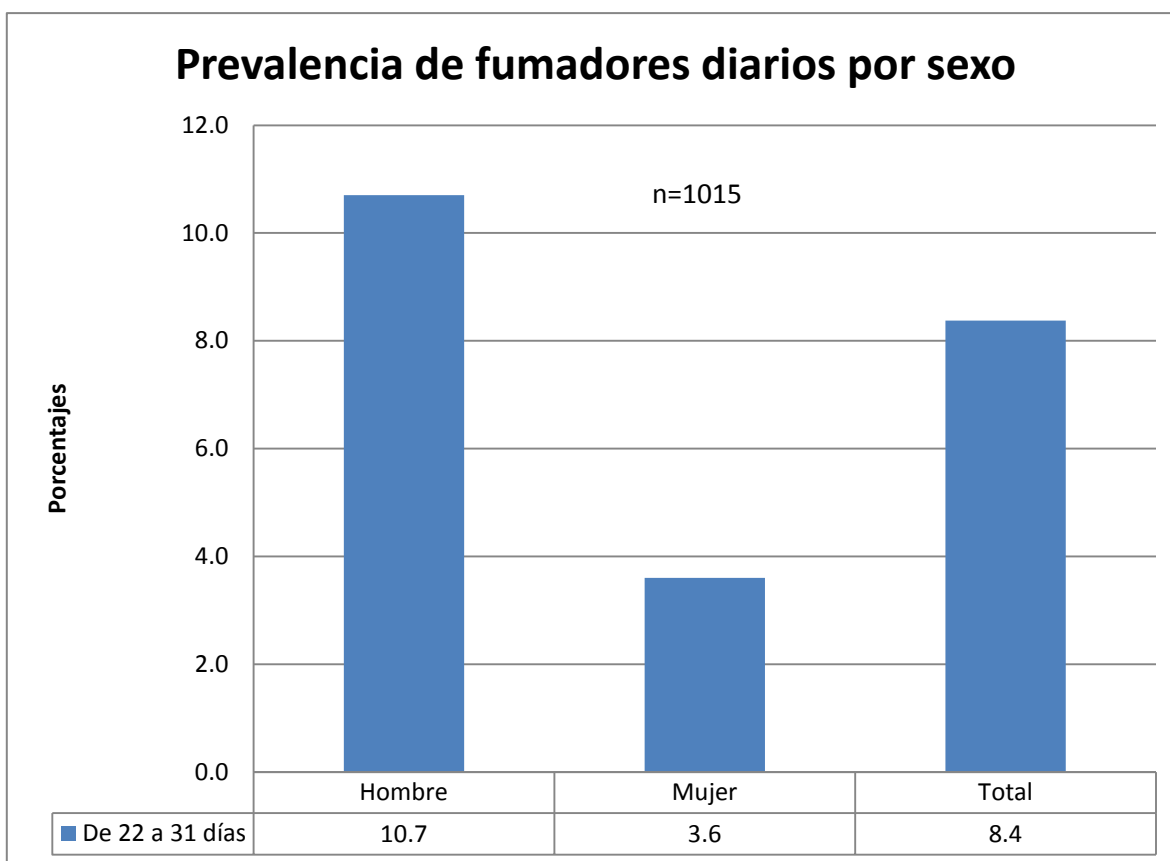
Prevalencia de consumo de cigarrillos por día de fumado

Sexo	Días de fumado									
	No he fumado		De 1 a 7 días		De 8 a 15 días		De 16 a 21 días		De 22 a 31 días	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Hombre	438	64.2	93	13.6	47	6.9	31	4.5	73	10.7
Mujer	289	86.8	18	5.4	10	3.0	4	1.2	12	3.6
Total	727	71.6	111	10.9	57	5.6	35	3.4	85	8.4

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

La prevalencia de 22 a 31 días, es de 8.4%, siendo de 10.7% en hombres y de 3.6% en mujeres. Como dato referente nacional, se tiene que en la Encuesta Mundial de Tabaco en Adultos (EMTA-2013), la prevalencia de consumo diario (30 días) fue de 6.1%, siendo de 9.4% en los hombres y de 2.8% en las mujeres con muestra expandida[2]. Por consiguiente, los resultados de la tabla 2, no están muy alejados de la EMTA e implica el impacto de las medidas de control contra el consumo de tabaco, en especial de las medidas fiscales como respaldo de las medidas no fiscales[7]. (Ver tabla 2 y gráfica 12).

Gráfica 12



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En cuanto a las prevalencias por distrito, de 22 a 31 días más altas se observan en Barú (16.5%) Colón (34.0%) y San Miguelito (29.9%). Mientras que las más bajas se observaron en las zonas indígenas Besikó (2.0%) y Guna Yala (1.0%). Sin embargo, en estos últimos dos casos las prevalencias de 1 a 7 días, por ejemplo, son relativamente más altas para esos grupos con 10.9% y 12.8%, respectivamente, indicando una mayor propensión al fumado ocasional. En un nivel intermedio se encuentran David (6.0%) y Panamá (5.0%).

Tabla 3

Prevalencia de consumo de cigarrillos por días de fumado según distrito

Distrito	Días de fumado											
	No he fumado		De 1 a 7 días		De 8 a 15 días		De 16 a 21 días		De 22 a 31 días		Total	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Barú	80	77.7	1	1.0	2	1.9	3	2.9	17	16.5	103	100.0
Besikó	119	81.0	16	10.9	7	4.8	2	1.4	3	2.0	147	100.0
C. Guna Yala	171	84.2	26	12.8	4	2.0	-	-	2	1.0	203	100.0

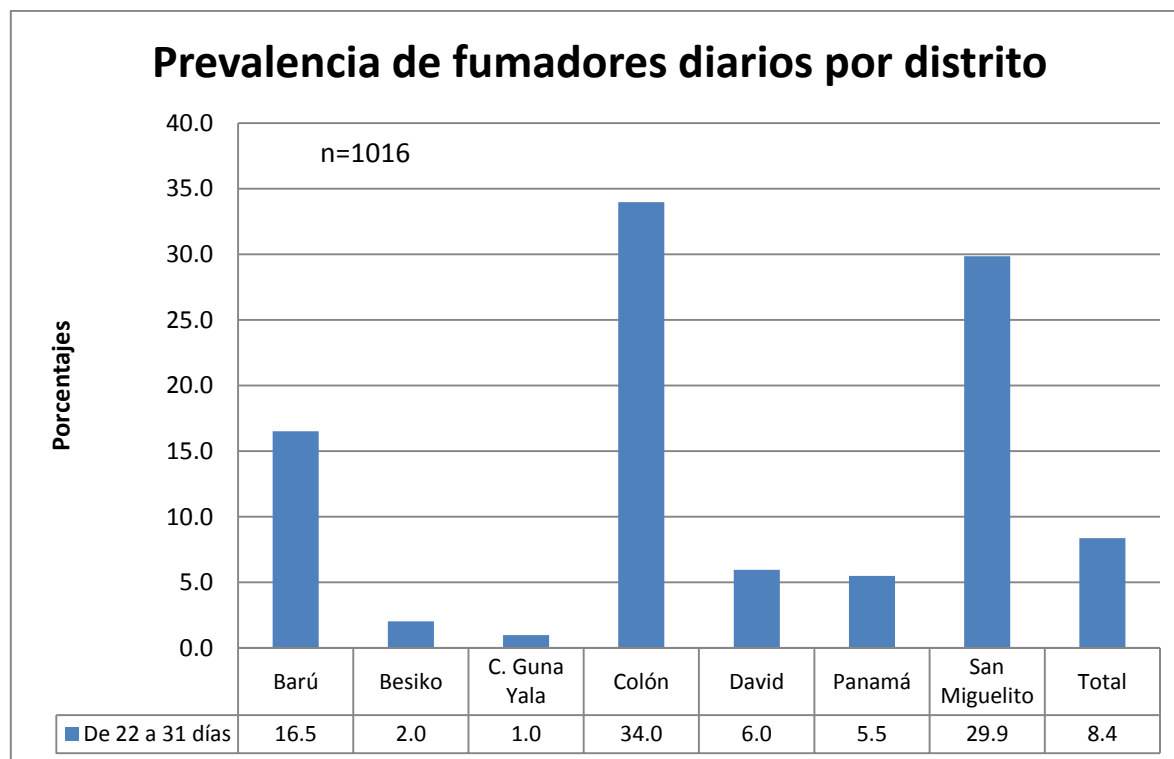
Prevalencia de consumo de cigarrillos por días de fumado según distrito

Distrito	Días de fumado											
	No he fumado		De 1 a 7 días		De 8 a 15 días		De 16 a 21 días		De 22 a 31 días		Total	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Colón	9	17.0	11	20.8	7	13.2	8	15.1	18	34.0	53	100.0
David	120	79.5	12	7.9	4	2.6	6	4.0	9	6.0	151	100.0
Panamá	227	77.7	27	9.2	14	4.8	8	2.7	16	5.5	292	100.0
San Miguelito	2	3.0	18	26.9	19	28.4	8	11.9	20	29.9	67	100.0
Total	728	71.7	111	10.9	57	5.6	35	3.4	85	8.4	1016	100.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

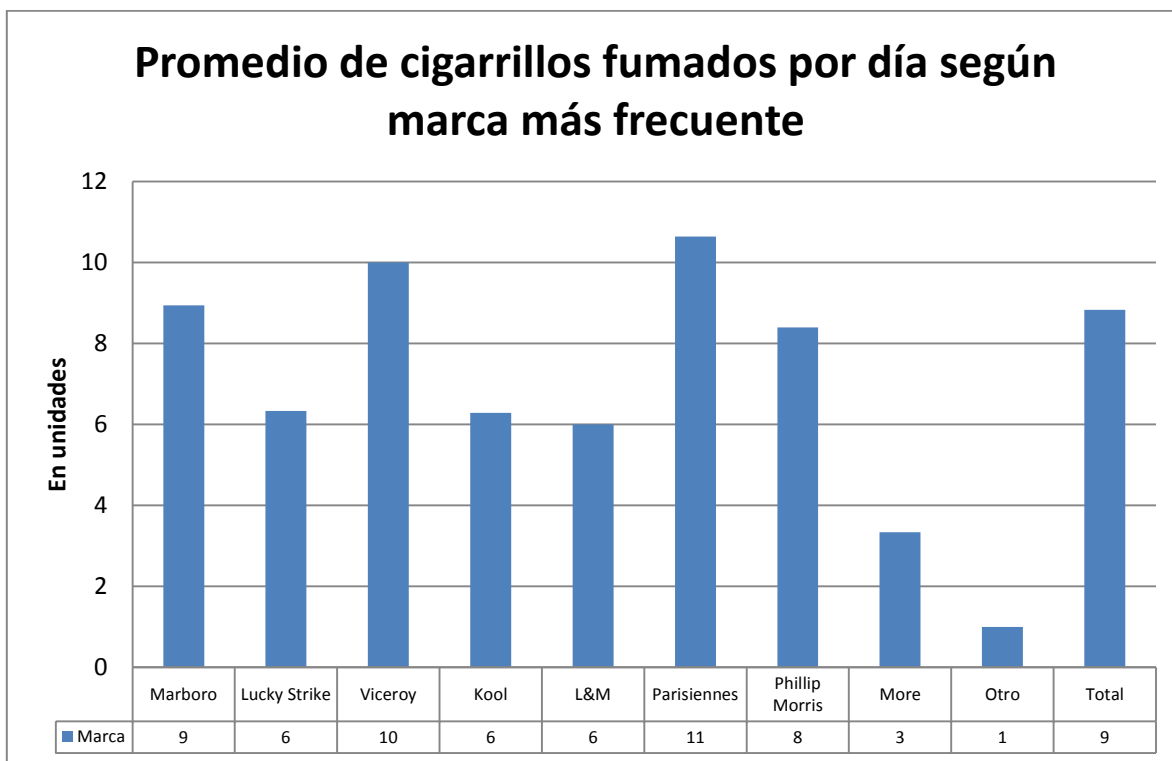
Sin embargo, Colón y San Miguelito, son los distritos con la prevalencia de consumo ocasional, es decir de menos de treinta días más altas observadas. Por ejemplo, de 16 a 21 días con 15.1% y 11.9%, respectivamente, muy por encima de la prevalencia general de 3.4%, e incluso de 1 a 7 días con 20.8% y 26.9% respectivamente, mientras que la prevalencia general es de 10.9%. Indicando que son los distritos con las prevalencias más altas tanto en consumo ocasional como diario, en especial Colón y las zonas indígenas, muy marcadas por la inequidad social. (ver tabla 3 y gráfica 13)

Gráfica 13



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Gráfica 14



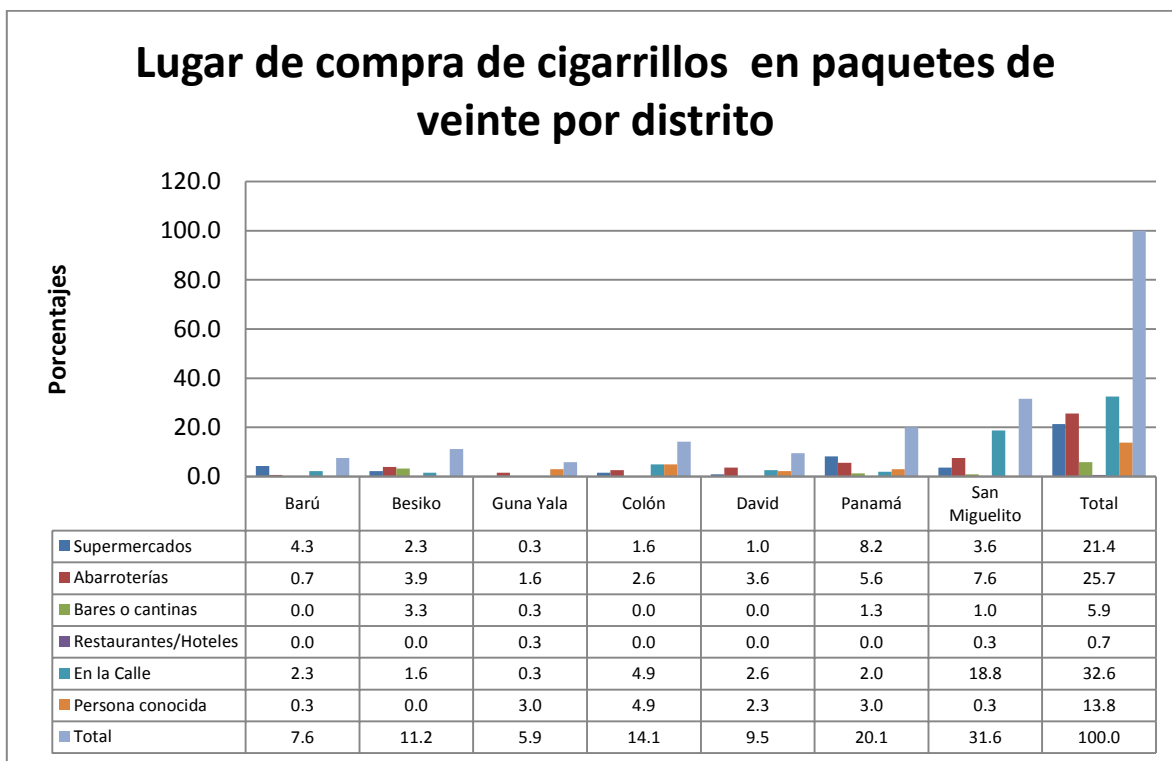
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En la gráfica 14 se observa la cantidad promedio de cigarrillos diarios fumados por la marca industrial más fumada. El promedio general es de 9 cigarrillos. Sin embargo, al observarlo por marca, Marlboro, es la que marca el promedio general, mientras que Viceroy tiene un promedio de 10 unidades, mientras que la marca ilegal Parisiennes tiene el promedio más alto con 11 unidades. Es decir, que existen marcas ilegales están tan posicionadas como algunas de las marcas legales. De acuerdo a la EMTA el consumo diario de cigarrillos es de 14.8[2].

3.2. Lugar de compra de cigarrillos.

Un último aspecto a considerar en la caracterización general del consumo, es el lugar de compra de los cigarrillos, dentro del canal de comercialización. Como se observa en la gráfica 15, la venta callejera (32.6%), es el formato de venta más común, seguido de las abarroterías (25.7%) y supermercados (21.4%). Indicando en el primer caso la alta prevalencia de venta informal, fundamentalmente en San Miguelito con el 18.8%. Este resultado no es de extrañar, dada la composición socioeconómica de este distrito que combina un amplio mosaico social dominado por los sectores populares marginados.

Gráfica 15



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

La venta de cigarrillos industriales comparte los canales de venta formal e informal y es un aspecto que será desarrollado más adelante, cuando se analice las compras de cigarrillos por marca, precios y lugar de compra. Este aspecto será fundamental para establecer los perfiles de compra de cigarrillos ilegales, pues esta es una variable muy relacionada a los perfiles socioeconómicos de los consumidores.

IV. Características de la compra de cigarrillos legales e ilegales

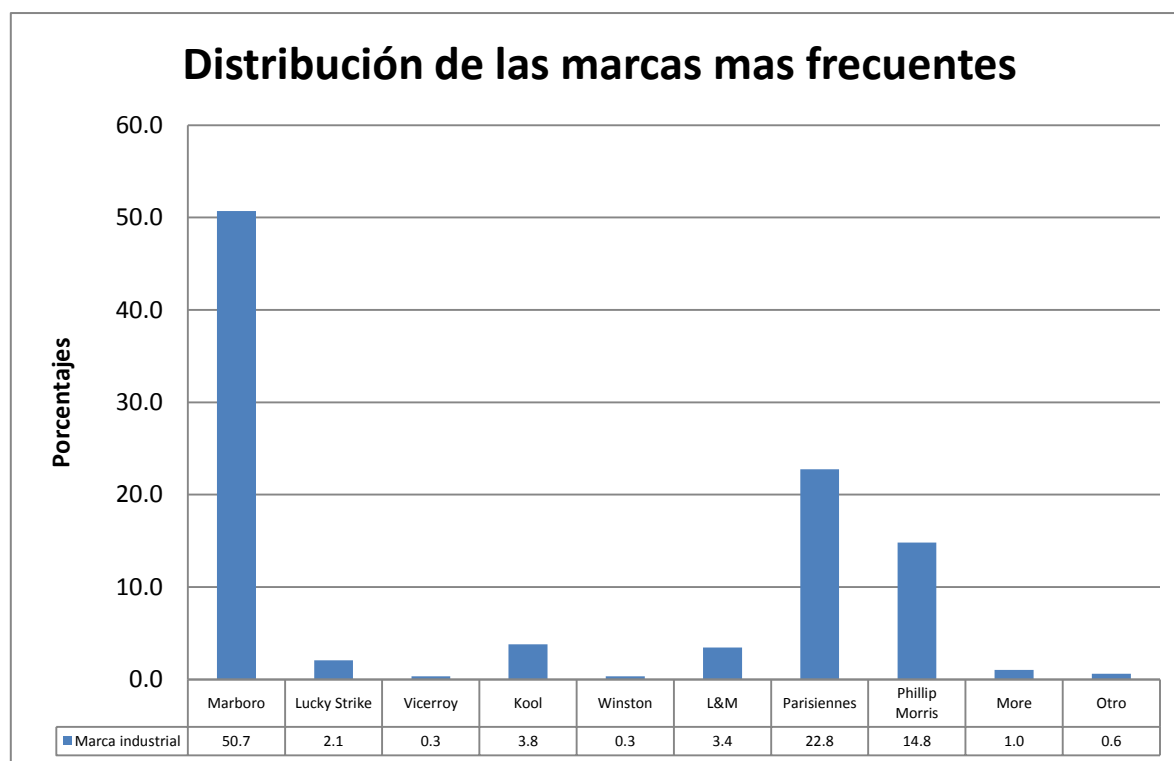
La caracterización del mercado permite establecer los patrones de consumo mediante la segmentación del mismo entre las compras de cigarrillos legales e ilegales en función del precio. Por ello es importante distribuir las compras de cigarrillos baratos a partir de un precio mínimo, es decir, con un margen apenas por encima del costo de distribución. También es importante identificar las marcas que aunque ilegales (por no tener las advertencias sanitarias o los pictogramas) se venden a precios altos al igual que las marcas legales. El precio promedio de las marcas legales que pagan impuestos estimado después del incremento del ISC (Impuestos Selectivo al Consumo de Cigarrillos y otros productos derivados del tabaco) de 2009 fue de USD 3.68 por cajetilla de veinte cigarrillos[7]. Al establecer que el precio mínimo de venta de las marcas legales es de USD 3.00 por cajetilla de veinte, ello permite hacer la segmentación entre los cigarrillos legales y los cigarrillos baratos. Es decir, que cigarrillos por debajo de los USD 3.00 estarían en el segmento de venta ilegal. Sin embargo, existen marcas que aunque ilegales (por no

tener advertencias sanitarias y pictogramas) se venden a precios por encima de los USD 3.00, como las marcas legales, las cuales están identificadas. Ello permitirá obtener una estimación más aproximada de la venta ilegal.

4.1. Marcas y precios pagados por cajetilla y unidad.

En la gráfica 16 se presenta una distribución de las marcas industriales de primera elección reportadas. Marlboro aparece en primer lugar con el 50.7%, seguida de la marca Parisiennes (22.8%) y Phillip Morris (14.8%), estos dos últimas, marcas ilegales.

Gráfica 16



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Para tener una mejor caracterización del tipo de compra entre legal e ilegal, se hizo una separación de las compras de marcas en función del precio de USD 3.00 por cajetilla y así separar los precios por cajetilla. En adición, cabe mencionar que existen marcas ilegales (por no tener las advertencias sanitarias o los pictogramas) que se venden a precios por encima de los USD 3.00.

En la tabla 4, se presenta esta división y los precios que están por encima del promedio, del mínimo o del máximo y se puede constatar que existen marcas ilegales que se venden a precios por encima de los USD 3.00, es decir, como las marcas legales. Por ejemplo, Phillips Morris, Camel, Ibiza, Silver, Blitz, More, Maxim, Jailsalmer y Kentucky. Ello implica que existen marcas ilegales tan o más caras que las legales. Por otro lado, al observar la distribución de los precios por

debajo de los USD 3.00 se observa, que marcas legales como Marlboro, L&M, Kool o Viceroy, se venden a precios tan bajos como las marcas ilegales. Obviamente, son el resultado de contrabando o falsificaciones, con lo cual la compra ilícita en estos distritos alcanza en promedio el 50%, mientras que la compra de marcas a precios bajos es del 29.4%, dejando en claro, que la venta ilícita parte de las estrategias de la industria.

Tabla 4

Distribución de los fumadores que compran cigarrillos legales e ilegales en función de los precios promedio por cajetilla y marca

Marcas	Precios promedio por cajetilla de 20 cigarrillos										Porcentaje de compra ilícita
	Precios promedio por cajetilla por arriba de los USD 3.00					Precios promedio por cajetilla por debajo de los USD 3.00					
	Cantidad de fumadores	Promedio	Máximo	Mínimo	% del N de la tabla	Recuento	Promedio	Máximo	Mínimo	% del N de la tabla	
Marlboro	37	4.72	6.00	3.50	17.3	4	1.38	2.00	1.00	1.9	1.9
Lucky Strike	6	3.93	4.80	3.00	2.8	-	-	-	-	-	-
Philip Morris	1	5.00	5.00	5.00	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Camel	3	5.00	6.00	4.00	1.4	3	1.33	2.00	1.00	1.4	2.8
Winston	-	-	-	-	-	1	1.00	1.00	1.00	0.5	0.5
L&M	3	3.67	4.50	3.00	1.4	3	1.83	2.75	1.25	1.4	1.4
Kool	28	4.50	7.00	3.00	13.1	8	1.63	2.25	1.00	3.7	3.7
Viceroy	33	4.21	7.00	3.00	15.4	2	1.25	1.25	1.25	0.9	0.9
Ibiza	10	4.33	5.25	3.00	4.7	5	1.65	2.50	1.00	2.3	7.0
Silver	1	5.00	5.00	5.00	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Blitz	1	5.35	5.35	5.35	0.5	5	2.00	2.00	2.00	2.3	2.8
More	2	4.88	5.00	4.75	0.9	-	-	-	-	-	0.9
Maxim	1	5.50	5.50	5.50	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Jailsalmer	14	4.50	5.00	3.00	6.5	24	1.58	2.50	1.00	11.2	17.8
Kentucky	7	4.18	4.75	3.75	3.3	1	2.25	2.25	2.25	0.5	3.7
Otro	4	4.50	5.25	3.75	1.9	7	1.29	1.50	1.00	3.3	5.1
Total	151	4.46	7.00	3.00	70.6	63	1.57	2.75	1.00	29.4	50.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Los datos de la tabla 5, complementan el análisis anterior, al observar los precios por unidad, tanto de las marcas caras como de las baratas. Marcas como Marlboro o Kool, tienen precios máximos de USD 0.50 en ambos segmentos e incluso marcas ilegales como Camel e Ibiza, alcanzan precios máximos de USD 0.50, en el segmento de compradores de marcas por debajo de los USD 3.00. Por otro lado, marcas como Moore o Jailsalmer, también alcanzan precios máximos de USD 0.50. Hasta este punto, tanto en las marcas legales como ilegales, se siguen estrategias de precios paralelas en algunos casos, en ambos segmentos.

Tabla 5

Distribución de los fumadores que compran cigarrillos legales e ilegales en función de los precios promedio por unidad y marca

Marca	Precios promedio por unidad (en USD)									
	Precios promedio por cajetilla por arriba de los USD 3.00					Precios promedio por cajetilla por debajo de los USD 3.00				
	Recuento	Media	Máximo	Mínimo	% de la fila	Recuento	Media	Máximo	Mínimo	% de la fila
Marlboro	37	.35	.50	.20	80.4	9	.21	.50	.05	19.6
Lucky Strike	2	.43	.60	.25	100.0	-	-	-	-	-
Camel	2	.05	.05	.05	40.0	3	.23	.50	.10	60.0
Winston	-	-	-	-	-	1	.10	.10	.10	100.0
L&M	3	.23	.25	.20	60.0	2	.25	.25	.25	40.0
Kool	20	.32	.50	.10	44.4	25	.22	.50	.05	55.6
Viceroy	27	.31	.60	.20	90.0	3	.17	.25	.10	10.0
Ibiza	1	.15	.15	.15	16.7	5	.30	.50	.10	83.3
Silver	1	.05	.05	.05	100.0	-	-	-	-	-
Blitz	-	-	-	-	-	4	.10	.10	.10	100.0
More	1	.50	.50	.50	100.0	-	-	-	-	-
Jailsalmer	9	.36	.50	.10	64.3	5	.16	.25	.10	35.7
Otro	3	.28	.50	.10	27.3	8	.11	.20	.05	72.7
Total	106	.32	.60	.05	62.0	65	.19	.50	.05	38.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En la tabla 6, se presenta una distribución horizontal del precio promedio por cajetilla de cada marca. El 70.6% de los compradores se ubica en el segmento de compra por encima de los USD 3.00, mientras que el 29.4% se ubica en el segmento de las marcas que se venden por debajo de los USD 3.00. Así por ejemplo, en el segmento de los que pagan por encima de USD 3.00, existen compradores de la marca Marlboro que han pagado como máximo hasta USD 6.00 por cajetilla y un precio mínimo de USD 3.50, mientras que en el segmento de precios menores a USD 3.00, pagan como máximo USD 2.00 y como mínimo USD 1.00. Se observa con muy pocas excepciones que tanto en las marcas legales como ilegales en el primer segmento, se tienen precios máximos por encima de los USD 5.00, tanto como en el segundo segmento tienen precios máximos por encima de los USD 2.00.

Pese a las diferencias de precios que se pueden observar tanto en las marcas legales como ilegales, posterior al incremento del ISC en 2009, se han encarecido tanto las marcas legales como ilegales. Hasta antes del incremento del ISC en 2009, el precio promedio de las marcas legales era de USD 1.83 por cajetilla de veinte[7].

Tabla 6

Distribución de los fumadores que compran cigarrillos legales e ilegales en función de los precios promedio por cajetilla y marca

Marcas	Precios promedio por cajetilla de 20 cigarrillos									
	Precios promedio por cajetilla por arriba de los USD 3.00					Precios promedio por cajetilla por debajo de los USD 3.00				
	Cantidad de fumadores	Promedio	Máximo	Mínimo	% de la fila	Recuento	Promedio	Máximo	Mínimo	% de la fila
Marlboro	37	4.72	6.00	3.50	90.2	4	1.38	2.00	1.00	9.8
Lucky Strike	6	3.93	4.80	3.00	100.0	-	-	-	-	-
Philip Morris	1	5.00	5.00	5.00	100.0	-	-	-	-	-
Camel	3	5.00	6.00	4.00	50.0	3	1.33	2.00	1.00	50.0
Winston	-	-	-	-	-	1	1.00	1.00	1.00	100.0
L&M	3	3.67	4.50	3.00	50.0	3	1.83	2.75	1.25	50.0
Kool	28	4.50	7.00	3.00	77.8	8	1.63	2.25	1.00	22.2
Viceroy	33	4.21	7.00	3.00	94.3	2	1.25	1.25	1.25	5.7
Ibiza	10	4.33	5.25	3.00	66.7	5	1.65	2.50	1.00	33.3
Silver	1	5.00	5.00	5.00	100.0	-	-	-	-	-
Blitz	1	5.35	5.35	5.35	16.7	5	2.00	2.00	2.00	83.3
More	2	4.88	5.00	4.75	100.0	-	-	-	-	-
Maxim	1	5.50	5.50	5.50	100.0	-	-	-	-	-
Jailsalmer	14	4.50	5.00	3.00	36.8	24	1.58	2.50	1.00	63.2
Kentucky	7	4.18	4.75	3.75	87.5	1	2.25	2.25	2.25	12.5
Otro	4	4.50	5.25	3.75	36.4	7	1.29	1.50	1.00	63.6
Total	151	4.46	7.00	3.00	70.6	63	1.57	2.75	1.00	29.4

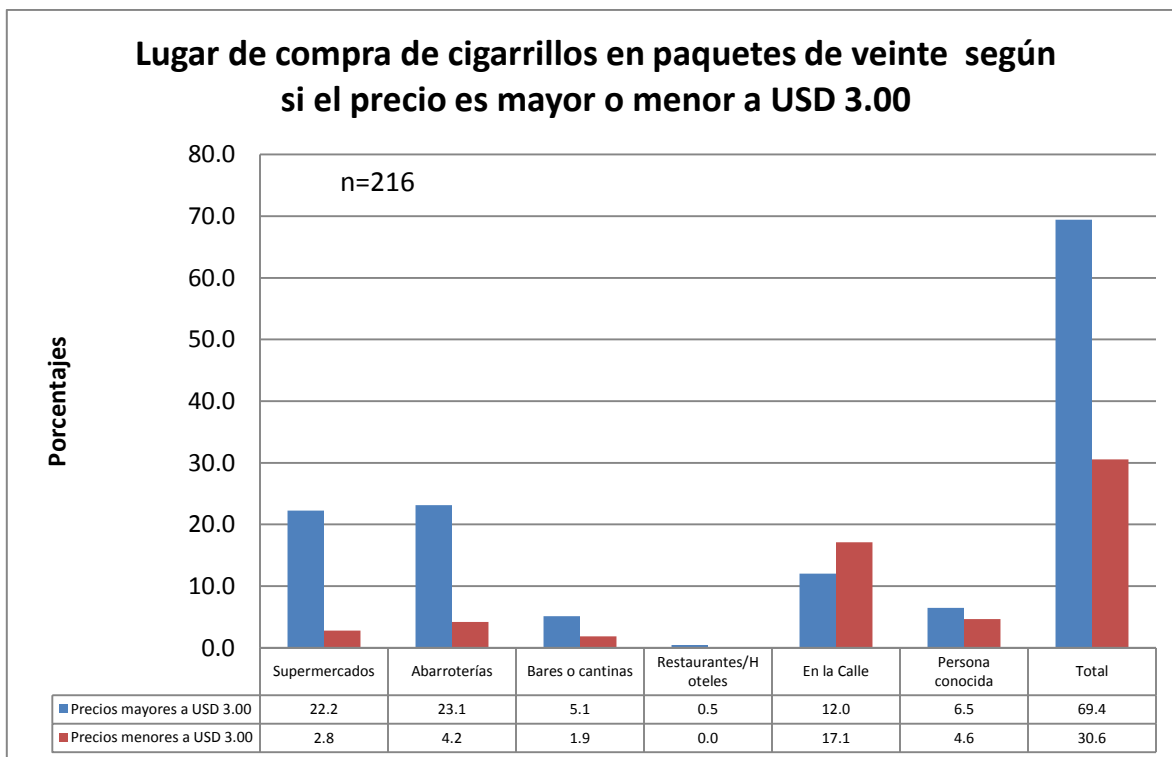
Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Finalmente en la gráfica 17 se presenta la distribución de la compra de acuerdo al lugar o tipo de establecimiento. Con relación al segmento que paga más de USD 3.00, el 45.3% realiza sus compras en supermercados y abarroterías y el 12.0% en la calle. Mientras que con relación a los del segmento que paga menos de USD 3.00, el 17.1% compra en la calle, pero el 2.8% compra en supermercados y el 4.2% en abarroterías y en total tienen el 30.6% de las compras de bajo valor.

Sin embargo, lo más relevante es el hecho que se revela que aunque marginalmente, marcas baratas presumiblemente de contrabando o de adquisición ilegal, se están vendiendo en el segmento de venta formal. Es un hallazgo importante toda vez que ante la prohibición de exhibir los productos de tabaco en los establecimientos (prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio), es posible que estos productos estén guardados en los cajones donde guardan los paquetes de cigarrillos las cajas de los supermercados y de las abarroterías. No es la primera vez que se detecta esta situación, pues en el estudio de 2012 también se dieron luces de alarma en este sentido al igual que con la EMTA de 2013[7, 8].

Es importante que ante estas revelaciones de los lugares de adquisición de cigarrillos, se refuerce la vigilancia sanitaria, haciendo inspecciones más profundas en los establecimientos de venta.

Gráfica 17



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Ello deja en evidencia que las marcas ilegales pueden estar compartiendo el canal de venta formal con las marcas legales, tal como revelan las estrategias de precios analizadas. En adición, existen marcas ilegales tan caras o tan baratas como marcas legales reportadas. Con el incremento del ISC no solo se encarecieron las marcas legales sino también las marcas ilegales, aunque la industria mantiene su estrategia con marcas o precios diferenciados de acuerdo a los segmentos de consumidores que pueden pagar precios por arriba o por debajo de los USD 3.00 por cajetilla de veinte cigarrillos.

4.2. Identificación de cigarrillos ilícitos.

Otro aspecto importante a considerar respecto a la caracterización de la compra ilícita, es la manera en que los compradores identifican las marcas ilegales, según algunos atributos. En la tabla 7, se presenta esta información, de igual manera haciendo la distribución en los dos segmentos, es decir, entre los que pagaron precios por arriba (caros) o debajo de los USD 3.00 (baratos).

Tabla 7

Distribución de los entrevistados de acuerdo a los precios pagados por cajetilla y características que identifican los cigarrillos ilegales

Características observadas		Precio pagado por cajetilla de 20 cigarrillos					
		Precio mayor a USD 3.00		Precio menor a USD 3.00		Total	
		Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Precio muy bajo	No	21	87.5	3	12.5	24	100.0
	Si	94	63.5	54	36.5	148	100.0
	Total	115	66.9	57	33.1	172	100.0
Sin etiquetas	No	31	66.0	16	34.0	47	100.0
	Si	28	87.5	4	12.5	32	100.0
	Total	59	74.7	20	25.3	79	100.0
Sin sello de calidad	No	36	69.2	16	30.8	52	100.0
	Si	27	87.1	4	12.9	31	100.0
	Total	63	75.9	20	24.1	83	100.0
Lugar de venta	No	32	74.4	11	25.6	43	100.0
	Si	34	66.7	17	33.3	51	100.0
	Total	66	70.2	28	29.8	94	100.0
Sin garantía	No	35	70.0	15	30.0	50	100.0
	Si	7	87.5	1	12.5	8	100.0
	Total	42	72.4	16	27.6	58	100.0
La marca difiere	No	35	67.3	17	32.7	52	100.0
	Si	23	95.8	1	4.2	24	100.0
	Total	58	76.3	18	23.7	76	100.0
Vencidos o deteriorados	No	37	67.3	18	32.7	55	100.0
	Si	9	100.0	-	-	9	100.0
	Total	46	71.9	18	28.1	64	100.0
Marcas extrañas	No	29	69.0	13	31.0	42	100.0
	Si	34	79.1	9	20.9	43	100.0
	Total	63	74.1	22	25.9	85	100.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Con relación a reconocer la venta ilícita por el precio muy bajo, fue donde se obtuvo la mayor cantidad de respuestas con 115. De ellos los que dijeron que sí, el 63.5% correspondió a los que compran marcas de alto valor (a más de USD 3.00) y el 36.5%, a los que compran a precios bajos (menos de USD 3.00). En ese mismo orden, sin etiquetas, correspondió al 87.5% y al 12.5% respectivamente. Sin sello de calidad, 87.1% y 12.9%. Respecto al lugar de venta, el 66.7% y 33.3%. Sin garantía, 87.5% y 12.5%. Diferencia en la marca, 95.8% y 4.2%. Vencidos o deteriorados, el 100% acumulado respecto a los que compran caro. Y con relación a las marcas extrañas, 79.1% y 20.9%, respectivamente.

Queda en evidencia que el precio muy bajo, las diferencias en la marca y el deterioro de los cigarrillos, son las características más importantes mediante las cuales se identifican los cigarrillos

legales e ilegales. En el caso de los que compran a precios altos, en general son los que mejor identifican los cigarrillos ilegales. Pero entre los que compran cigarrillos baratos el bajo precio, es la característica más importante y entre los que compran cigarrillos caros, lo son las diferencias en la marca. Ello establece que hay un alto nivel reconocimiento de los cigarrillos ilegales entre los entrevistados. Respecto al precio, es importante señalar que no solo las marcas ilegales son las que se venden a bajo precio, pues como se ha analizado a la luz de los datos, las marcas ilegales también se venden a precios altos, tanto como las marcas legales.

4.3. Principales atributos que definen la compra entre cigarrillos legales e ilegales.

Finalmente se analizan otros aspectos relacionados con la compra con relación a los atributos que los fumadores identifican como atractivos respecto a la adquisición. De igual manera se hace la distribución entre los que pagan por arriba y por debajo de USD 3.00 por cajetilla de veinte cigarrillos.

Tabla 8

Distribución de los fumadores de acuerdo a la compra de cigarrillos caros y baratos por tipo de atributo

Atributo de preferencia		Distribución de los fumadores por el precio promedio de la cajetilla de 20 cigarrillos					
		Precio mayor a USD 3.00		Precio menor a USD 3.00		Total	
		Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Aroma	No	22	59.5	15	40.5	37	100.0
	Si	53	75.7	17	24.3	70	100.0
	Total	75	70.1	32	29.9	107	100.0
Sabor	No	16	61.5	10	38.5	26	100.0
	Si	90	70.3	38	29.7	128	100.0
	Total	106	68.8	48	31.2	154	100.0
Tamaño	No	41	73.2	15	26.8	56	100.0
	Si	5	83.3	1	16.7	6	100.0
	Total	46	74.2	16	25.8	62	100.0
Color	No	41	71.9	16	28.1	57	100.0
	Si	3	60.0	2	40.0	5	100.0
	Total	44	71.0	18	29.0	62	100.0
Filtro	No	37	68.5	17	31.5	54	100.0
	Si	26	89.7	3	10.3	29	100.0
	Total	63	75.9	20	24.1	83	100.0
Ninguno	No	42	72.4	16	27.6	58	100.0
	Si	16	61.5	10	38.5	26	100.0
	Total	58	69.0	26	31.0	84	100.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

Con relación al aroma, los que compran cigarrillos caros, tuvieron el porcentaje más alto respecto a la respuesta afirmativa (si), con el 75.7%, respecto de los que compran barato, con el 24.3%. En esa misma secuencia, respecto al sabor, la distribución fue de 70.3% y 29.7%, respectivamente. Estos fueron los dos atributos con la mayor cantidad de respuestas.

Con relación al resto de los atributos la cantidad de respuestas fue muy baja. Respecto del tamaño, la distribución fue de 83.3% y 16.7%. En el color, 60.0% y 40.0%. Filtro, 89.7% y 10.3% y ninguno, 61.5% y 38.5%.

De todos los atributos sondeados, el aroma, el sabor y el filtro, puntuaron como los más importantes, no solo por la cantidad de respuestas sino por las participaciones relativas. Estos atributos son más percibidos por los que compran cigarrillos caros, respecto a los que compran cigarrillos baratos. Este elemento es importante, pues establece que entre los fumadores que compran cigarrillos caros, estos atributos son importantes a la hora de la elección, mientras que para los que compran cigarrillos baratos, son menos percibidos o bien hay tal vez una mayor indiferencia entre escoger una marca u otra, y en mayor medida responden a las diferencias en precios.

V. Caracterización socioeconómica de la compra ilegal

El último aspecto a ser tratado es con relación a la caracterización socioeconómica de la compra de cigarrillos, particionada entre la compra legal e ilícita en función de los precios de acuerdo a los resultados expuestos en la tabla 9.

5.1. Análisis descriptivo de variables sociodemográficas y socioeconómicas relacionadas con la compra de cigarrillos.

El análisis se realizará mediante la comparación horizontal de cada categoría en función de la distribución entre los cigarrillos caros y baratos (mayores o menores a USD 3.00), en función de la cantidad de respuestas obtenidas en cada una. Con relación al sexo, entre los hombres se da la mayor compra ilegal, con el 31.7%, mientras que entre las mujeres fue de 20.0%. Con relación a los grupos etarios, la mayor compra de cigarrillos ilegales o baratos se da en el tramo de 60 y más, con el 46.3% y de 40 a 59, con el 28.4%. Con relación a la educación, se observa, que a menores niveles educativos la compra ilegal tiende a ser mayor, siendo el más alto para los individuos con educación primaria el 36.2%, y el más bajo para los que cuentan con educación universitaria, con el 15.4%. Respecto a la situación laboral, el porcentaje más alto de compra ilegal lo tienen los desempleados con el 43.5%. Finalmente respecto al ingreso, los individuos el segundo quintil tienen el porcentaje más alto con 35.7% y el porcentaje más bajo los del quinto, con el 10.5%.

Estos resultados no dejan duda de que la compra ilícita tiene un fuerte componente socioeconómico, y muy marcado en los hombres y en las personas de mediana a tercera edad, siendo los grupos de mayor riesgo de compra[5].

Tabla 9

Determinantes socioeconómicos de la compra de cigarrillos

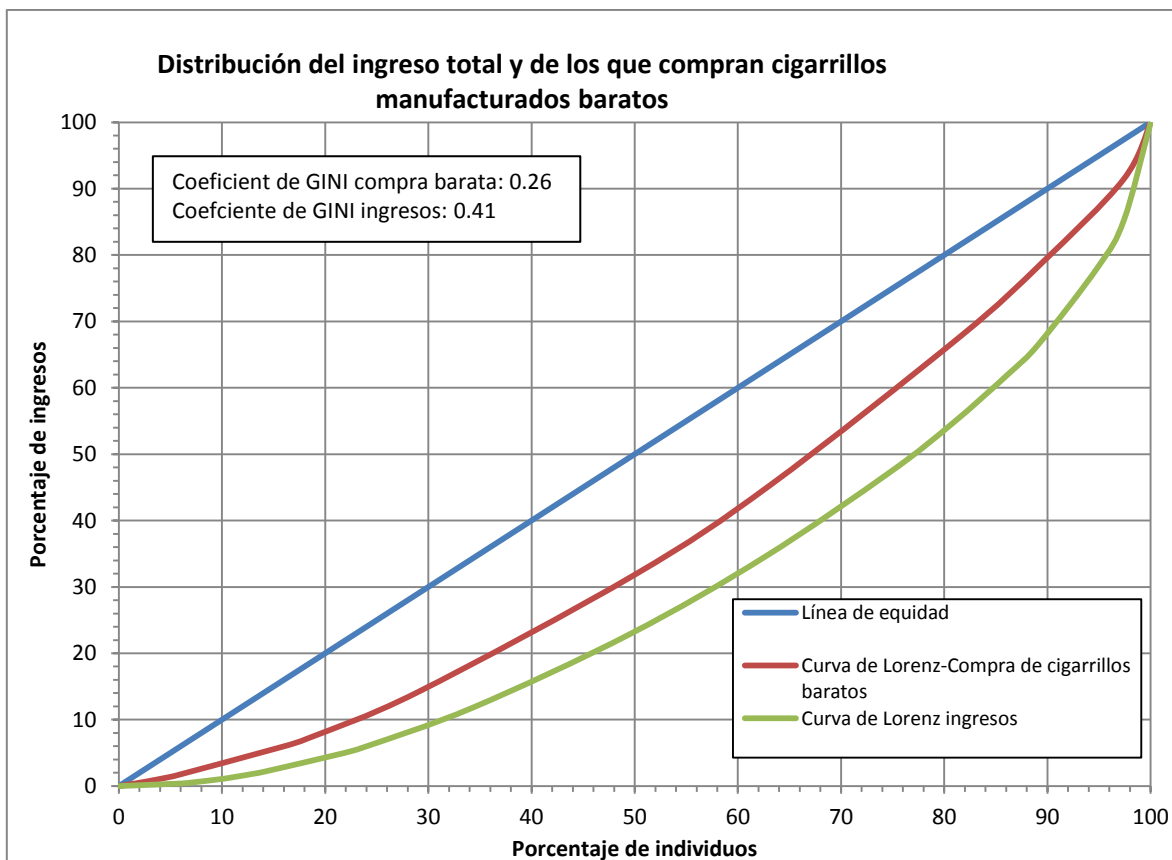
Variables	Categorías	Compra de cigarrillos ilegales en función de las marcas baratas a precios mayores y menores a USD 3.00 por cajetilla de 20 cigarrillos
-----------	------------	--

		Precios mayores a USD 3.00		Precios menores a USD 3.00		Total	
		Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
Sexo	Hombre	138	68.3	64	31.7	202	100.0
	Mujer	24	80.0	6	20.0	30	100.0
	Total	162	69.8	70	30.2	232	100.0
Edad en cuatro categorías	15 a 19	5	100.0	-	-	5	100.0
	20 a 39	82	73.2	30	26.8	112	100.0
	40 a 59	53	71.6	21	28.4	74	100.0
	60 y más	22	53.7	19	46.3	41	100.0
	Total	162	69.8	70	30.2	232	100.0
Nivel educativo	Ningún grado	7	70.0	3	30.0	10	100.0
	Primaria	37	63.8	21	36.2	58	100.0
	Vocacional	11	68.8	5	31.3	16	100.0
	Secundaria	84	70.0	36	30.0	120	100.0
	Superior Universitaria	22	84.6	4	15.4	26	100.0
	Total	161	70.0	69	30.0	230	100.0
Trabaja	Si	129	78.2	36	21.8	165	100.0
	No	26	56.5	20	43.5	46	100.0
	Total	155	73.5	56	26.5	211	100.0
Quintiles de ingreso	I	17	77.3	5	22.7	22	100.0
	II	18	64.3	10	35.7	28	100.0
	III	30	76.9	9	23.1	39	100.0
	IV	30	75.0	10	25.0	40	100.0
	V	34	89.5	4	10.5	38	100.0
	Total	129	77.2	38	22.8	167	100.0

Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En la gráfica 18 se representa la Curva de Lorenz muestra la forma en que se distribuye el ingreso de los respondientes, con un coeficiente de GINI de 0.41, bajo el entendimiento de que la encuesta fue realizada en los sectores populares y zonas de bajo perfil socioeconómico, por ser las zonas más expuestas al comercio ilícito de cigarrillos. De esta forma, el coeficiente de GINI entre los que compran cigarrillos baratos es de 0.26, indicando que hay menos diferencias socioeconómicas entre los que compran cigarrillos ilegales por estar relacionado con las zonas populares visitadas en las que predomina mucho más la economía informal[19, 20].

Gráfica 18



Fuente: ICGES. Encuesta de mercado de cigarrillos 2015.

En los dos últimos percentiles de la curva (interior) para la compra de cigarrillos baratos, se observa que entre los individuos de un mayor nivel de ingresos, la compra es menor, contrario a los tres primeros percentiles, en los que se agrupan los individuos con menores ingresos[6].

Queda demostrado que la venta ilícita se concentra fundamentalmente en zonas de bajo perfil socioeconómico y en un mercado en que la industria introduce marcas de bajo valor para atender dicho segmento, en que el bajo nivel de escolaridad y la situación laboral (desempleo), son sus factores más característicos[21, 22].

5.2. Análisis de demanda de la compra ilegal.

A manera de contar con una medición más precisa que caracterice al mercado de cigarrillos, se construyó una función de demanda, respecto del ingreso y del estrato de individuos que comprar cigarrillos baratos. De esta forma la función propuesta fue la siguiente:

$$\ln Q = \ln \alpha + \beta_1 \ln Y + \beta_2 \ln CB$$

Dónde:

\ln = Logaritmo natural

Q = Consumo diario promedio de cigarrillos (Variable continua)

Y = Ingreso mensual (Variable continua)

CB = Personas que compran cigarrillos baratos (Variable dicotómica)

β_1 = Elasticidad ingreso de la demanda

α = Término constante no incluido

Los resultados de la estimación se muestran en la tabla siguiente:

Tabla 10

Coefficientes estimados

Variables explicativas	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95.0% para B	
	B	Error típico	Beta			Límite inferior	Límite superior
ln(Ingreso mensual)	.291	.016	.855	18.436	.000	.260	.323
CB	.406	.192	.098	2.114	.037	.025	.788

Nota: No incluye la constante.

n= 111

R cuadrado: 0.824

De acuerdo a los resultados, la elasticidad ingreso de la demanda de 0.291, tipifica por el signo, a los cigarrillos como un bien normal, por signo y como un bien necesario por el tamaño del coeficiente, menor que uno, entre los fumadores. Respecto a la variable CB, el coeficiente de 0.406, indica que por cada comprador de cigarrillos baratos, el consumo diario promedio de cigarrillos se incrementa menos que proporcional.

Estos resultados son corolario de que dada la baja prevalencia obtenida con la EMTA 6.1% en tabaco fumado, implica que pese al incremento del ISC el mercado lejos de expandirse, ha sufrido una redistribución de los fumadores, entre el mercado legal e ilegal, como una respuesta de la industria basada en sus estrategias de mercado[23, 24]. Lo cual demuestra la costo-efectividad de los incrementos en los impuestos al tabaco[25, 26].

Conclusiones

La demanda de cigarrillos en Panamá es una de las áreas menos estudiadas desde el punto de vista de la teoría del consumidor y con este instrumento se ha intentado por primera vez hacer una aproximación a los gustos y preferencias del consumidor, incorporando las variables socioeconómicas que inciden en la elección y ante las cuales la industria ha establecido sus estrategias.

Pese a que se trata de un estudio realizado solo en cinco distritos y dos zonas indígenas, los resultados revelan patrones de consumo ligados a la zonas geográfica y en las que las zonas indígenas y Colón, resultan las más vulnerables al comercio ilícito, dadas las condiciones socioeconómicas de las mismas, dada la inequidad social observada por los bajos niveles educativos, de ingreso y situación laboral más desfavorable.

Si bien el comercio ilícito de cigarrillos no tiene fronteras geográficas ni económicas, estas zonas son en principio las más vulnerables, sobre todo en el caso de las zonas indígenas por su ubicación geográfica más remota. Esta situación es mucho más preocupante debido a las actitudes o percepciones observadas respecto por ejemplo, a las prohibiciones de fumar en lugares públicos, donde se observan mayores rechazos a las mismas, junto a las zonas urbanas más importantes del país, como lo son los distritos de Panamá y San Miguelito.

Ello hace necesario tal vez replantear las estrategias de divulgación con relación a los peligros que causa la exposición al humo de tabaco, pues de igual manera respecto a la prohibición de la publicidad de productos de tabaco, tienen los más altos niveles de rechazo, respecto a estar muy en desacuerdo, como en el caso de Guna Yala (42.3%) o a la prohibición a la promoción (37.7%). De igual forma Guna Yala, Colón y San Miguelito, puntuaron como las zonas con el mayor rechazo a las advertencias sanitarias (muy en desacuerdo y algo en desacuerdo).

Esta situación deja en claro que aún hace falta mucho por alcanzar una cultura de vida sin tabaco, sobre todo en el caso de las zonas con mayor prevalencia observada, como en el caso de Colón (34.0%) y San Miguelito (29.9%), dos de las zonas urbanas más grandes del país. Igualmente en el caso de Barú, con una prevalencia de 16.5%, zona fronteriza con la República de Costa Rica y en la cual existe una frontera abierta con una alta actividad de comercio informal. Estas zonas tienen prevalencias mucho más altas que la prevalencia media calculada de 8.4%.

Si bien el consumo promedio de cigarrillos diarios fumados fue de 9 de acuerdo a las marcas industriales de primera opción más compradas, en la que Marlboro, marcó igual con 9, resultando ser la marca de referencia más importante, también es cierto que las llamadas marcas legales comparten el segmento de venta formal e informal con las marcas ilegales. Lo cual hace redoblar los esfuerzos de vigilancia respecto a la venta ilícita.

Otro hallazgo importante, es el hecho de que la venta ilegal haya penetrado el segmento de venta formal a través de los supermercados, dejando serias señales de alarma por ser un patrón observado en encuestas anteriores.

Si bien el contrabando o el comercio ilícito es funcional a la industria, la compra de marcas ilícitas baratas total resultó de 30.6%^[2]. Posterior al incremento del ISC en 2009, la prevalencia general ha caído al 6.1% de acuerdo a la EMTA, la recaudación fiscal se ha más que duplicado, ante lo cual la industria distribuyó la venta entre el segmento legal e ilegal con estrategias de precios complementarias, dado que el mercado global no se ha expandido.

Referencias

1. Organization, W.H., *Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco*, W.H. Organization, Editor 2003, World Health Organization: World Health Organization. p. 1-42.
2. Organization, W.H. *Global Adult Tobacco Survey*. 2015 [cited 2015; Available from: <http://www.who.int/tobacco/surveillance/survey/gats/en/>].
3. Panamá, A.L.d.L.R.d., *Ley 69 del 2009; Prohibición de la Equiparación en Contratos y Modalidades Jurídicas en las que el estado sea parte.*, in *Gaceta Oficial* 2009, Asamblea Legislativa de La República de Panamá: Gaceta oficial. p. 15.
4. Panamá, A.N.d.I.R.d., *Ley N° 13 que adopta medidas para el control del tabaco y sus efectos nocivos en la salud.*, in *Gaceta Oficial N° 259662008*, Panamá: Panamá. p. 2-6.
5. Chuang, Y.-C., et al., *Effects of neighbourhood socioeconomic status and convenience store concentration on individual level smoking*. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 2005. **59**(7): p. 568-573.
6. M A Winkleby, D.E.J., E Frank, and S P Fortmann., *Socioeconomic status and health: how education, income, and occupation contribute to risk factors for cardiovascular disease*. *American Journal of Public Health.*, 1992. **Vol. 82**(No. 6): p. 816-820.
7. Herrera Ballesteros, V.H. *Análisis de la demanda de tabaco en Panamá y el control del efecto asequibilidad con medidas fiscales y control del contrabando : implicaciones para Política Fiscal, 2000-2011*. 2013; Available from: <http://hdl.handle.net/10625/51992>.
8. Ministerio de Salud, I.C.G.d.E.d.I.S., Centro para el Control y Prevención de Enfermedades, Organización Panamericana de la Salud, Organización Mundial de la Salud, Ministerio de Economía y Finanzas y Instituto Nacional de Estadística y Censo., *Global Adult Tobacco Survey Panama.*, 2013.
9. Panamá, A.N.d., *Proyecto de Ley 176. Que modifica y adiciona artículos del código penal, código judicial y dicta otras disposiciones*, 2015, Asamblea Nacional: Panamá.
10. Panamá, A.N.d.I.R.d., *Por la cual se declara improcedente la comercialización de los cigarrillos electrónicos y similares en el mercado panameño*, in *Resolución N° 6602009*, Asamblea Nacional de la República de Panamá: Panamá.
11. Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud, I.D.R.C. *Encuesta de marcas de cigarrillos*. 2012; 23-25]. Available from: <http://gorgas.gob.pa/SitioWebTabaco/documentos/faltantes/INFORME%20FINAL%20MARCAS.pdf>.
12. Censos, I.N.d.E.y. *Estadísticas del trabajo*. Encuesta de mercado laboral, marzo de 2015 2015; Available from: http://www.contraloria.gob.pa/inec/Publicaciones/Subcategoria.aspx?ID_SUBCATEGORIA=38&ID_IDIOMA=1.
13. Censo, I.N.d.E.y. *Diagnóstico de la población indígena de Panamá con base en los Censos de Población y Vivienda 2010*. 29 de enero de 2015]; Available from: http://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P6571INDIGENA_FINAL_FINAL.pdf.
14. Censo, I.N.d.E.y. *Diagnóstico de la población afrodescendiente en Panamá 2014*. 3 de febrero de 2015]; Available from: http://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P6541Afrodescendiente_Integrados.pdf.
15. Mundial, B. *Índice de Gini*. 2012 [cited 2014; Available from: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI>].

16. Armendares Pedro Enriquez *Expansión de la industria tabacalera y contrabando: retos para la salud pública*. 2006. **48(1)**, 183-189.
17. Smith, K.E., E. Savell, and A.B. Gilmore, *What is known about tobacco industry efforts to influence tobacco tax? A systematic review of empirical studies*. *Tobacco control*, 2013. **22(2)**: p. 144-153.
18. Soto Mas, F. and F.J. García León, *La industria tabaquera y la promoción del tabaquismo entre los menores y jóvenes: una revisión internacional*. *Gaceta Sanitaria*, 2009. **23(5)**: p. 448-457.
19. Sen, A.K., J.E.A. FOSTER, and E.L.S. Galindo, *La Desigualdad económica*. 2001: Fondo de Cultura Económica de España, S.L.
20. Verguet, S., et al., *The consequences of tobacco tax on household health and finances in rich and poor smokers in China: an extended cost-effectiveness analysis*. *The Lancet Global Health*, 2015. **3(4)**: p. e206-e216.
21. Herrada Delgado, E.Z.y.H.C. *Estrategias de la industria tabacalera en México ante la aplicación de nuevas leyes de consumo y producción*. Observatorio de la Economía Latinoamericana, Nº 167, 2012, 2012. 28.
22. J., R.H.a.T., *Undermining Government Tax Policies: Common strategies employed by the tobacco industry in response to increases in tobacco taxes.*, 2015, Universtity of Cape Town: South Africa. p. 17.
23. Gospodinov, N. and I. Irvine, *Tobacco taxes and regressivity*. *Journal of Health Economics*, 2009. **28**: p. 375-384.
24. Guindon, G.E., G.R. Paraje, and F.J. Chaloupka, *The Impact of Prices and Taxes on the Use of Tobacco Products in Latin America and the Caribbean*. *Am J Public Health*, 2015: p. e1-e11.
25. Ahrens, D., *Tobacco taxes and cigarette consumption in low income populations*. *American Journal of Public Health*, 2009. **99(1)**: p. 6-7.
26. Ahsan, A., *Pp025 tobacco excise policy in indonesia: Bringing the health objectives back in*, in *Respiratory Medicine* 2013, International Conference on Public Health Priorities in the 21st Century: The Endgame for Tobacco: New Dheli India. p. S12.