ENCUESTA MUNDIAL DE TABACO EN JÓVENES

EMTJ – PANAMÁ 2023

Panamá

ENCUESTA MUNDIAL DE TABAQUISMO EN JÓVENES. EMTJ

PANAMÁ 2023

Ciudad de Panamá

Panamá

2024

Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes. EMTJ Panamá 2023- Reina Roa, Hedley Knewjen Quintana, Fulvia Bajura, Cecilio Niño-Panamá: 84p.; 21.5x28 cm.

978-9962-699-56-9

Clasificación THEMA: MBN - Salud pública y medicina preventiva.

Este documento contó con el apoyo técnico de la OPS/OMS y de los Centros de Prevención y Control de Enfermedades de Estados Unidos, CDC.

Elaboración

Dra. Reina Roa, MD, MSP

Edición y sistematización

Dra. Reina Roa, MD, MSP
Dra Fulvia Bajura. MO, MSP
Dr. Hedley Knewjen Quintana MD, MSc PhD
Mgter. Cecilio Niño, MScIT

Revisión

Dra. Reina Roa, MD, MSP

Dra. Adriana Bacelar, MD, M Asesora Regional para Control de Tabaco, OPS/Washington DC, EEUU

Esta publicación se puede reproducir total o parcialmente, mencionando la fuente de autoría

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas **9**
Lista de Gráficas **12**
Lista de siglas **13**
AGRADECIMIENTOS **15**
Coordinadores del Trabajo de Campo 15
RESUMEN EJECUTIVO **17**
Consumo de Tabaco 17
Cesación 17
Exposición al humo de tabaco de segunda mano 17
Acceso y disponibilidad 17
Medios de comunicación 17
Conocimientos y actitudes 18
1. Introducción **19**
1.1 Algunas características generales del país 21
1.1.1 Localización **21**
1.1.2 Idioma **21**
1.1.3 Religión **21**
1.1.4 Moneda **21**
1.1. 5 División de las Regiones de Educación **22**
1.2 Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco y el MPOWER 22
1.3 Propósitos 23
1.4 Estado actual de las políticas de salud 23
1.4.1. Políticas alineadas con el MPOWER **23**
1.4.2 Disposiciones legales para el control del tabaco **23**
1.4.3 Demandas realizadas por la industria tabacalera ante la Corte Suprema de Justicia **25**
1.5 Otras encuestas del tabaco y evidencia científica del país en relación con el control del tabaco 25
1.6 Objetivos Nacionales de la EMTJ 26
Objetivos Generales **26**

Objetivos Específicos **26**

2 Metodología **27**

2.1 Cuestionario 27

2.2 Diseño de muestreo 27

2.3 Recolección de los datos 27

2.4 Análisis de los datos 28

3. Resultados Nacionales **30**

3.1 Uso de tabaco (M) 30

3.1.1 Tabaco fumado **31**

3.1.1.1 Uso actual de tabaco fumado **31**

3.1.1.2 Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco fumado **31**

3.1.2 Cigarrillos electrónicos **31**

3.1.3 Tabaco sin humo **32**

3.1.4 Susceptibilidad a los productos de tabaco **32**

3.1.4 Uso concomitante actual de productos de Tabaco y SEAN **34**

3.1.4 Frecuencia de consumo de productos de tabaco fumado entre fumadores actuales **35**

3.1.6 Lugar de consumo de productos de tabaco **36**

3.1.7 Edad de inicio al consumo cigarrillos en jóvenes de 13 a 15 años **37**

3.2 Humo de Tabaco de segunda mano (P) 37

3.3 Cesación (O) 39

3.3.1 Signos de tabaquismo entre los usuarios actuales **39**

3.4 Medios de comunicación 40

3.4.1 Mensajes contra el uso de tabaco (W) **40**

3.4.1.1 Medios de comunicación y eventos donde los jóvenes notaron mensajes contra el uso de los productos de tabaco **40**

3.4.1.2 Mensajes contra el uso de productos de tabaco en eventos **41**

3.4.1.3 Advertencias sanitarias en paquetes de cigarrillos **43**

3.4.2 Mercadeo de productos de tabaco (E) **44**

3.4.2.1 Concienciación del mercadeo de productos de tabaco **44**

3.5 Acceso y disponibilidad a productos de tabaco (R) 49

3.5.1 Fuentes de obtención de cigarrillos entre usuarios actuales 49

3.5.2 Fumadores actuales de 13 a 15 años donde la edad no fue impedimento para comprar productos de tabaco 51

3.5.3 Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años según cómo compró los cigarrillos la última vez 51

3.5.4 Opinión del costo estimado del paquete de cigarrillos 52

3.6 Conocimientos y actitudes con respecto al tabaco 54

3.6.1 Indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a el tabaquismo..... 54

3.6.3 Creencias en cuanto a la motivación para fumar 56

3.6.4 Cambio en la frecuencia de consumo de productos de tabaco tradicionales y emergentes a consecuencia de la pandemia de COVID-19..... 57

4. Comparación con EMTJ previas 58

4.1 Uso de Tabaco 58

4.1.4 Publicidad de productos de tabaco..... 62

4.1.5 Concienciación acerca de los peligros de los productos de tabaco..... 63

4.2. Resultados de Regiones de Salud Priorizadas 65

4.2.1 Resultados de Bocas del Toro..... 65

4.2.1.1 Uso del tabaco..... 65

4.2.1.1.1 Tabaco fumado..... 65

Uso actual de tabaco fumado..... 65

Prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fumado 66

4.2.1.1.2 Cigarrillos electrónicos..... 66

4.2.1.1.3 Tabaco sin humo 67

4.2.1.1.4 Susceptibilidad a productos del tabaco 67

4.3 Resultados de la Comarca Ngäbe-Buglé..... 69

5.Conclusiones 77

5.1. Relevancia para el CMCT 77

5.2. Relevancia para el país..... 77

6. Recomendaciones 81

7. Referencias 82

Lista de Tablas

Nº de Tabla	Título	Página
Tabla 1	Personal de campo por región de salud. EMTJ 2023	28
Tabla 2	Tamaño de la muestra y tasas de respuesta según etapa de muestreo por lugar de aplicación de la encuesta. EMTJ Panamá, 2023.	30
Tabla 3	Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	33
Tabla 4	Jóvenes de 13 a 15 años por cantidad de productos de tabaco consumido actualmente según sexo - EMTJ Panamá, 2023.	34
Tabla 5	Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años por número de productos usados - EMTJ Panamá, 2023.	34
Tabla 6	Fumadores actuales de cigarrillos electrónicos o vapers de 13 a 15 años por tipo de productos usados- EMTJ Panamá, 2023.	35
Tabla 7	Fumadores actuales de 13 a 15 años por número de cigarrillos fumados en los últimos 30 días según sexo - EMTJ Panamá, 2023.	35
Tabla 8	Fumadores actuales en pipas de agua de 13 a 15 años según número de sesiones diarias. EMTJ Panamá, 2023.	36
Tabla 9	Consumidores de 13 a 15 años que usan actualmente productos de tabaco según tipo de evento o lugar de uso por sexo. EMTJ 2023.	36
Tabla 10	Fumadores de 13 a 15 años que usan actualmente cigarrillos según edad de inicio por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	37
Tabla 11	Jóvenes de 13 a 15 años según el ambiente donde se exponen al humo de tabaco de segunda mano en los últimos siete días por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	38
Tabla 12	Jóvenes de 13 a 15 años según el número de ambientes donde se exponen al humo del cigarrillo de segunda mano en los últimos siete días por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	38
Tabla 13	Fumadores actuales de 13 a 15 años según indicadores de cesación por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	39

Tabla 14	Jóvenes de 13 a 15 años expuestos o no a mensajes contra el tabaquismo en los últimos 30 días según tipo de medio de comunicación por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	40
Tabla 15	Jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el tabaquismo en medios de comunicación en los últimos 30 días según antecedentes de consumo de productos de tabaco por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	41
Tabla 16	Jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el tabaquismo en eventos sociales y deportivos en los últimos 30 días por antecedentes de consumo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	42
Tabla 17	Jóvenes de 13 a 15 años que asistieron a eventos sociales y deportivos en los últimos 30 días y que observaron mensajes contra el consumo de tabaco por consumo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	42
Tabla 18	Jóvenes de 13 a 15 años por tipo de indicador relacionado con las advertencias sanitarias en el empaquetado de los productos tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	43
Tabla 19	Jóvenes de 13 a 15 años que observaron publicidad o promoción de productos de tabaco por lugar, tipo de evento o medio de comunicación según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	44
Tabla 20	Jóvenes de 13 a 15 años que observaron publicidad o promoción de nuevos productos de tabaco por lugar, tipo de evento o medio de comunicación según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	47
Tabla 21	Jóvenes de 13 a 15 años que manifestaron tener o que podrían usar algún artículo, ropa con marca o logotipo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	49
Tabla 22	Fumadores de 13 a 15 años por fuente de obtención de cigarrillos según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	50
Tabla 23	Jóvenes de 13 a 15 años que son usuarios actuales de cigarrillos electrónicos por fuente de obtención según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	51
Tabla 24	Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años que adquirieron en los últimos 30 días por forma de compra según sexo. EMTJ Panamá, 2023.	52

Tabla 25	Jóvenes de 13 a 15 años según su opinión del costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	53
Tabla 26	Jóvenes de 13 a 15 años según opinión del costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos por antecedentes de consumo de cigarrillo. EMTJ Panamá, 2023.	53
Tabla 27	Jóvenes de 13 a 15 años según indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a el tabaquismo por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	55
Tabla 28	Jóvenes de 13 a 15 años según indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a humo de segunda mano por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	57
Tabla 29	Jóvenes de 13 a 15 años según sus creencias en cuanto a la motivación para fumar por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	58
Tabla 30	Jóvenes de 13 a 15 años que usan productos de tabaco fumados según el cambio en la frecuencia de consumo a consecuencia de la pandemia de COVID-19 por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	58
Tabla 31	Jóvenes de 13 a 15 años que usan productos novedosos de tabaco según el cambio en la frecuencia de consumo a consecuencia de la pandemia de COVID-19 por sexo. EMTJ Panamá, 2023.	59
Tabla 32	Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Bocas del Toro, 2023.	68
Tabla 33	Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Ngäbe-Buglé, 2023.	72
Tabla 34	Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo, año de encuesta y modelos de regresión logística crudos y ajustados para el cambio de encuesta por año. EMTJ Guna Yala, 2017-2023.	77

Lista de Gráficas

Nº de Gráfica	Título	Página
Gráfica 1	Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco por sexo según año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.	59
Gráfica 2	Jóvenes de 13 a 15 años que nunca han probado productos de tabaco según susceptibilidad al consumo por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2012, 2017 y 2023.	60
Gráfica 3	Jóvenes de 13 a 15 años según exposición al humo de tabaco de segunda mano en el hogar por sexo y el año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023	61
Gráfica 4	Jóvenes de 13 a 15 años según exposición al humo de tabaco de segunda mano en la escuela o sus alrededores por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ Panamá 2012, 2017 y 2023.	62
Gráfica 5	Jóvenes de 13 a 15 años según obsevación de alguien fumando en películas, televisión o videos por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.	63
Gráfica 6	Jóvenes de 13 a 15 años que observaron a mensajes contra el uso de tabaco en televisión, películas o videos por sexo según año de realización de encuesta. EMTJ Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.	64
Gráfica 7	Jóvenes de 13 a 15 años que recibieron información en clases acerca de los peligros del uso de productos de tabaco según sexo por año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.	65

Lista de siglas

Siglas	Definición
ASIS	Análisis de la Situación de Salud
CDC	Centro de Control de Enfermedades de los Estados Unidos (*siglas en inglés*)
CMCT de la OMS	Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco
CPHA	Asociación de Salud Pública del Canadá (*siglas en inglés*)
COVID-19	Enfermedad causada por coronavirus 2019
FCA	Alianza para el control del tabaquismo (*siglas en inglés*)
DIETS	Departamento de Investigación y Evaluación de Tecnología Sanitaria
EMTEPS	Encuesta Mundial de Tabaquismo en Estudiantes Profesiones de la Salud
EMTJ	Encuesta Mundial de Tabaco en Adultos
ENSPA	Encuesta Nacional de Salud de Panamá
ESPAD	Proyecto europeo de encuestas escolares sobre el alcohol y otras drogas (*siglas en inglés*)
GSPS	Encuesta Mundial sobre Personal Escolar (*siglas en inglés*)
GTSS	Sistema Global de Vigilancia del tabaquismo (*siglas en inglés*)
HBSC	Comportamiento de los escolares en materia de salud (*siglas en inglés*)
HTA	Humo de Tabaco Ajeno
ICGES	Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud
LIC 95%	Límites del intervalo de confianza 95% [de dos colas]
MEDUCA	Ministerio de Educación
MINSA	Ministerio de Salud
MPOWER	Paquete de medidas básicas de reducción demanda del Convenio Marco del Control de Tabaco de la OMS (*siglas en inglés*)
M:	Monitorear el uso de tabaco y políticas de prevención
P:	Protección de personas del humo del tabaco
O:	Ofrecer ayudar para dejar de usar tabaco
W:	Advertir sobre los peligros del Tabaco (*siglas en inglés*)

E:	Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio (*sigla en inglés*)
R:	Aumentar los impuestos sobre el Tabaco (*siglas en inglés*)
SEAN	Sistemas Electrónicos Administradores o no de Nicotina
OPS	Organización Panamericana de la Salud
OMS	Organización Mundial de la Salud
OSH	Oficina de Tabaco y Salud
PPPPT	Publicidad, promoción y patrocinio de los productos de Tabaco
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (*siglas en inglés*)
SISVICTA	Sistema de Vigilancia de Control de Tabaco
TFI	"Liberarse del tabaco" de la Organización Mundial de la Salud (*siglas en inglés*)

AGRADECIMIENTOS

Panamá reconoce el apoyo de Organización Panamericana de la Salud y de la Organización Mundial de la Salud (OPS-OMS) y del Centro de Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos (CDC) por proveer apoyo técnico para desarrollar este estudio.

Coordinadores del Trabajo de Campo

REGIÓN DE SALUD	COORDINADOR
BOCAS DEL TORO	Abdiel Rodríguez
COCLÉ	Luis Campos
GNÄBE BUGLÉ	Roberto Montecer
COLÓN	Vicente Meneses
CHIRIQUÍ	María Juanita Guerra
HERRERA	Manuel Crespo
LOS SANTOS	Gilberto Vaz
PANAMÁ OESTE	María Elena Corrales
PANAMÁ NORTE	María Claudia Gill
GUNA YALA	Gilberto Llerenas
SAN MIGUELITO	Ingrid González

EQUIPO NACIONAL	FUNCIONARIO
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD	Fanny Castillo
	Miguel Ángel Jordán
	Aldacira de Bradshaw
PLANIFICACIÓN DE SALUD	Reina Roa
	Fulvia Bajura
	Rebeca Bazán de Baena
	Ciara Díaz
	Norma Astudillo
	Sara Aparicio
PROMOCIÓN DE LA SALUD	Carolina Vanega
	Beatriz Díaz
	Ana Hurtado
	Raisa Cuero
INSTITUTO CONMEMORATIVO GORGAS DE ESTUDIOS DE LA SALUD (ICGES)	Hedley Quintana
	Roger Montenegro
	Alicia Sosa
	Cecilio Niño
	Bernardo González

Este informe ha sido preparado por Hedley Knewjen Quintana MD MSc PhD (Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud, ICGES), Cecilio Niño MScIT (Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud), Fulvia Bajura DMD MSc (Dirección de General de Salud Pública, Ministerio de Salud de Panamá) y Reina Roa MD MSc (Dirección de General de Salud Pública, Ministerio de Salud de Panamá). Para su confección se han utilizado los datos de la Encuesta Mundial del Tabaco en Jóvenes (EMTJ) del año 2023 realizada en Panamá.

RESUMEN EJECUTIVO

Consumo de Tabaco

- 8.5% de los estudiantes, 10.2% de los chicos y un 6.9% de las chicas usan productos de tabaco actualmente (incluidos los productos de tabaco calentado).
- 5.5% de los estudiantes, 6.7% de los chicos, y 4.2% de las chicas son fumadores actuales de tabaco.
- 3.1% de los estudiantes, 3.5% de los chicos y 2.6% de las chicas fuman cigarrillos en la actualidad.
- 2.5% de los estudiantes, 2.6% de los chicos y 2.3% de las chicas utilizan productos de tabaco calentado en la actualidad.
- 2.4% de los varones, 2.2% de las mujeres, y el 2.4% del total de encuestados consumen actualmente tabaco sin humo.

Cigarrillos electrónicos

- 8.5% de los estudiantes, 9.0% de los chicos, y 8.1% de las chicas usan actualmente cigarrillos electrónicos.

Cesación

- 7 de cada 10 (68.7%) de los fumadores actuales hicieron el intento de dejar de fumar en los últimos 12 meses.
- 6 de cada 10 (57.2%) de los fumadores actuales deseaban de dejar de fumar en los últimos 12 meses.

Exposición al humo de tabaco de segunda mano

- 15.8% de los estudiantes estuvieron expuestos al humo de tabaco de segunda mano en el hogar.
- 28.6% de los estudiantes estuvieron expuestos al humo de tabaco de segunda mano en espacios públicos cerrados.
- 34.0% de los estudiantes que vieron a alguien fumar dentro o en los alrededores las instalaciones de la escuela.

Acceso y disponibilidad

- 36.4% de los fumadores actuales de cigarrillos los compraron en un kiosco, supermercado, tiendas, negocio o vendedor callejero.
- Entre los fumadores actuales que compraron cigarrillos, a la mitad de éstos (50.6%) no se le negó la venta debido a su edad.

Medios de comunicación

- Cerca de 5 de cada 10 estudiantes (49.2%) observaron mensajes contra el consumo de productos de tabaco en los medios de comunicación.
- Cerca de 1 de cada cuatro estudiantes (23.6%) observaron publicidad o promoción de tabaco en puntos de venta.

- 1 de cada 10 estudiantes (18.9%) posee algún elemento con la marca o el logo de una empresa tabacalera.

Conocimientos y actitudes

- 60.7% de los estudiantes piensa que el humo de tabaco de otras personas es perjudicial para ellos.

1. Introducción

En diciembre de 1998, la iniciativa "Liberarse del tabaco" de la Organización Mundial de la Salud (TFI/OMS) y la Oficina sobre Tabaco y Salud de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de Estados Unidos (OSH/CDC) convocaron una reunión para abordar la necesidad de recopilar datos sobre el consumo de tabaco en adultos y adolescentes. Además de la OMS y los CDC, asistieron a la reunión al menos un representante nacional de cada una de las seis Regiones de la OMS y otros organismos internacionales, como el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Banco Mundial. Los grupos llegaron a un consenso en varios puntos:

En primer lugar, no existían datos interpaíses uniformes con respecto al contenido del cuestionario, la metodología de muestreo y el análisis de datos; esto ocurría tanto con los adultos y como con los adolescentes. Muchos países (en especial los países desarrollados) tenían buenos sistemas de vigilancia implantados para los datos de los adultos (véase *Tobacco Control Country Profiles,* volúmenes I y II), algunos países (por ejemplo, Australia, Canadá, Tailandia y los Estados Unidos) habían implantado sistemas para los datos de los adolescentes, pero solo estaban funcionando unos pocos sistemas interpaíses y la mayoría de ellos se encontraban en Europa occidental (por ejemplo, Comportamiento de los escolares en materia de salud [HBSC] y el Proyecto europeo de encuestas escolares sobre el alcohol y otras drogas [ESPAD]).

En segundo lugar, los datos interpaíses referentes a los adolescentes eran una prioridad máxima. La OMS y los CDC se comprometieron a apoyar el desarrollo de un Sistema Mundial de Vigilancia del Tabaco (GTSS) y lanzaron el primer componente del sistema, la Encuesta Mundial sobre Tabaco en Jóvenes (EMTJ).

En tercer lugar, las encuestas del Sistema Mundial de Vigilancia del Tabaco incluirían un conjunto “básico” de preguntas (incluyéndose preguntas propias de cada país cuando fuera preciso), idéntica metodología de muestreo y procedimientos de campo y manejo de datos uniformes.

En 1999 se inició la EMTJ, una encuesta escolar dirigida a estudiantes de 13-15 años. En 2007, la EMTJ se había ampliado hasta incluir 160 países de las seis Regiones de la OMS, y más de 40 países habían llevado a cabo otra ronda de la Encuesta Mundial sobre el Tabaco y los Jóvenes. En el año 2000, la OMS y los CDC reconocieron la oportunidad que ofrecía esta encuesta para recopilar datos del personal escolar y sé presentar la Encuesta Mundial sobre Personal Escolar (GSPS). La Encuesta Mundial sobre Personal Escolar incluye a todo el personal, docente y administrativo de las escuelas seleccionadas para participar en la EMTJ. En 2007, la GSPS se había llevado a cabo en más de 50 países.

En el 2003, la OMS, los CDC y la Asociación de Salud Pública del Canadá (CPHA) ampliaron el GTSS al iniciar la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Estudiantes Profesiones de la Salud (EMTEPS). La EMTEPS es una encuesta que se aplica a los estudiantes de tercer año que asisten a las facultades de Odontología, Medicina, Enfermería o Farmacia y se ha llevado a cabo con éxito en 10 países en el 2004, ampliándose a más de 40 países en el 2007.

En menos de un decenio, el Sistema Mundial de Vigilancia del Tabaco ha evolucionado para convertirse en un sistema básico de vigilancia de salud pública que proporciona datos sobre diversos indicadores importantes para el control del consumo de tabaco. Esperamos que este suplemento constituya un hito importante entre el reconocimiento

de la necesidad de un sistema mundial de vigilancia del consumo de tabaco y el desarrollo, la ejecución y la evaluación de programas integrales y eficaces de control del tabaquismo.

Este documento contiene los elementos técnicos que permiten la aplicación homogénea de la EMTJ en todas las escuelas seleccionadas del país para garantizar su calidad científica. Para nuestro país es importante su realización porque permite generar y actualizar los conocimientos sobre la situación del tabaquismo en la población adolescente de 13 a 15 años de edad residente en la República de Panamá y comparar el comportamiento de la epidemia de tabaquismo en jóvenes en los diferentes países del mundo. Con ella se podrá disponer de datos actualizados de prevalencia de consumo de tabaco en este grupo poblacional, identificar conocimientos, actitudes y prácticas de la población juvenil frente al tabaco, determinar la exposición de la población juvenil al humo de tabaco producido por otras personas, identificar los conocimientos sobre mensajes publicitarios y propagandas a favor o en contra del tabaco e identificar los conocimientos que la población juvenil ha recibido mediante programas educativos en las escuelas. También se indaga sobre otros factores relacionados al consumo de tabaco, tal es el caso del acceso/disponibilidad, precio y cesación. Además, se investiga sobre los conocimientos, actitudes y prácticas relacionados con los sistemas electrónicos administradores de nicotina (cigarrillos electrónicos) y productos de tabaco calentado; y se indaga acerca de los conocimientos y prácticas de los jóvenes con respecto al tabaco y la enfermedad causada por el coronavirus 2019 (COVID19, siglas en inglés).

La información recabada aportará elementos para el sistema de vigilancia nacional y mundial del consumo de tabaco en jóvenes, facilitará información para el mejor cumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 20.2 de la Ley No. 40 de julio de 2004 (Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco – CMCT de la OMS) y para el desarrollo de eventos de promoción de estilos de vida sin tabaco y de concienciación de la población sobre los riesgos y daños que causa el consumo de tabaco a la juventud del país, con base en la evidencia. Esto contribuirá a transformar la tendencia incremental del consumo de tabaco en nuestros jóvenes, mediante un trabajo coordinado y en equipo entre organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, para la aplicación de políticas integrales, la participación efectiva de las familias y las comunidades en el abordaje de este problema.

La EMTJ 2023 es un estudio descriptivo multicéntrico de ámbito nacional realizado en jóvenes escolares entre los 13 y 15 años, que fueron seleccionados como población objetivo dada la tendencia mundial en la disminución en la edad de inicio del consumo de tabaco. Su diseño muestral es aleatorio y se estructuró considerando dos etapas. En la primera etapa la probabilidad de que las escuelas fueran seleccionadas dependió del tamaño de la matrícula, seleccionándose así, 25 colegios secundarios. En la segunda etapa, los salones de clases de cada escuela fueron escogidos en forma aleatoria y todos los estudiantes de las clases seleccionadas, sin importar la edad, fueron elegibles para participar del estudio. Para garantizar que los participantes se ubicaban entre los 13 y 15 años, se realizó una selección previa de aquellos grados que concentran la mayor parte de los estudiantes en este grupo de edad. Los mismos cursaban el 8vo, 9no y 10mo grado. El instrumento fue auto aplicado por barrido en cada salón. Estos procedimientos de selección de la muestra permiten garantizar la representatividad de los resultados para los estudiantes de todo el país que cursan los grados mencionados, así como los principios bioéticos y la confidencialidad. La participación de los estudiantes es de

carácter voluntaria. La muestra consta de 5761 estudiantes de 13 a 15 años, en la que se incluye un factor de corrección debido a una estimación de no respuesta del 20%. Los resultados fueron procesados en R y publicados manteniendo el anonimato de los participantes.

Es la quinta ocasión en que Panamá aplicó este estudio a nivel nacional y por tanto se valoró el comportamiento de la epidemia de tabaquismo en la población adolescente entre 13 y 15 años. Por segunda ocasión se realizó en la Comarca Guna Yala y se incluyeron dos regiones salud adicionales: Bocas del Toro y Ngäbe Buglé. Con este estudio se aporta al sistema de vigilancia sanitaria para el control y seguimiento de riesgos y daños a la salud vinculados con el consumo de tabaco, al igual que nuevos productos y a la evaluación de las acciones desarrolladas para la adecuación de los programas de control integral del consumo de tabaco que se ofrecen a la población juvenil en los colegios secundarios del país.

1.1 Algunas características generales del país

Panamá es un estado miembro de OMS y de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y se considera según el Banco Mundial un país de ingreso alto (1).

Los aspectos demográficos de la población panameña y otros relativos a la situación de salud del país están en detallados en el Análisis de la Situación de Salud (ASIS) 2020 (2). A continuación, se describen los siguientes aspectos.

1.1.1 Localización

La República de Panamá está ubicada entre las siguientes coordenadas: los 7º12’07" y 9º38’46" de latitud norte y los 77º09’24" y 83º03’07" de longitud oeste. Limita al norte con el Mar Caribe, al este con la República de Colombia, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con la República de Costa Rica.

El Istmo está ubicado en la zona intertropical próxima al Ecuador terrestre y tiene la forma de una “S” mayúscula acostada y presenta una dirección de este a oeste, contraria a la dirección del resto de los istmos centroamericanos los cuales van de norte a sur.

1.1.2 Idioma

El español es el idioma oficial de la República.

1.1.3 Religión

La religión predominante es católica (69.7%), seguida por la evangélica (18.0%), 8.5% ninguna especificó su religión.

1.1.4 Moneda

El Balboa es la unidad monetaria del país y es equivalente al dólar de los Estados Unidos de América.

1.1. 5 División de las Regiones de Educación

El territorio panameño se divide basado en la estructura organizativa del Ministerio de Educación, en 16 Regiones de Educación: Bocas del Toro, Coclé, Colón, Chiriquí, Darién, Herrera, Los Santos, Panamá Centro, Panamá Oeste, Panamá Norte, San Miguelito, Guna Yala, y Ngäbe-Buglé (2).

1.2 Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco y el MPOWER

En respuesta a la globalización de la epidemia del tabaquismo, 191 estados miembros de la OMS adoptaron de manera unánime el CMCT de la OMS en la quincuagésima sexta Asamblea Mundial en mayo de 2003. El CMCT de la OMS es el primer tratado mundial de salud pública para el control del tabaquismo. El CMCT de la OMS ha sido el motor y la guía en materia de control del tabaco en respuesta a la pandemia de muertes y enfermedades inducidas por este flagelo. El tratado comprende un plan de acción coordinado, efectivo y urgente para frenar el tabaquismo y dispone de estrategias de políticas de salud públicas costo-efectivas, como lo son la prohibición de la publicidad directa e indirecta de productos de tabaco (PPPPT), el incremento en los impuestos y el precio de dichos productos, la promoción de espacios públicos y ambientes laborales libres de humo, la presentación de mensajes de salud en empaques de productos de tabaco, al igual que la vigilancia, la investigación y el libre intercambio de información relacionado al tema del tabaco.

Para ayudar a los países a cumplir con las obligaciones impuestas por el CMCT, en el año 2008 la OMS introduce el **MPOWER**, el cual es un paquete técnico de seis medidas de control basadas en evidencia científica que ha probado reducir el tabaquismo y subsecuentemente salvar vidas:

- Monitorizar el uso de tabaco y las medidas de prevención pública (M: "*Monitor*" en inglés).
- Proteger a las personas del humo del tabaco (P: "*Protect*" en inglés).
- Ofrecer ayuda para dejar el hábito del uso de los productos de tabaco (O: "*Offer*" en inglés).
- Advertir de los peligros del tabaquismo (W: "*Warn"* en inglés).
- Hacer cumplir las medidas de prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco (E: "*Enforce"* en inglés).
- Elevar los impuestos a los productos de tabaco (R: "*Raise"* en inglés).

La EMTJ representa el componente de *monitorización* del **MPOWER** brindando datos específicos de país referente a indicadores de prevalencia, conocimientos y comportamiento en relación al tabaquismo en adolescentes.

1.3 Propósitos

La EMTJ promueve la capacidad de los países de monitorizar el consumo e iniciación del tabaquismo, guía nacionalmente los programas de prevención y de control del tabaquismo, además de facilitar la comparación de los datos de los indicadores a nivel nacional, regional y global. Los resultados de la EMTJ son también útiles para documentar los cambios de las diversas variables de las medidas de las leyes de control de tabaquismo y los artículos relevantes del CMCT de la OMS.

El propósito para la participación de Panamá en la EMTJ son los siguientes:

1. Aportar elementos para el sistema de vigilancia nacional y mundial del consumo de tabaco en jóvenes.
2. Facilitar información para el mejor cumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 20.2 de la Ley No. 40 de julio de 2004 (CMCT de la OMS).
3. Facilitar el desarrollo de eventos de promoción de estilos de vida sin tabaco y de concienciación de la población sobre los riesgos y daños que causa el consumo de tabaco a las personas, con base en la evidencia.

1.4 Estado actual de las políticas de salud

1.4.1. Políticas alineadas con el MPOWER

Actualmente, en Panamá, hay 5 políticas en vigor que corresponden a las políticas **M**, **P**, **O**, **W**, **E**, pues se ha implementado el CMCT de manera irrestricta en Panamá.

El incremento de impuesto (la **R** del paquete **MPOWER**) en Panamá fue establecido por la **Ley 69 de 6 de noviembre de 2009**, la cual establece que el impuesto es de 100% del valor de los productos de tabaco. Dicho incremento aumentó la recaudación en 2.3 veces entre 2009 y 2015 (3).

1.4.2 Disposiciones legales para el control del tabaco

Las disposiciones legales para el control de tabaco están detalladas en la página web del MINSA (4).

Las medidas son las siguientes:

- **Ley 40 de 7 de julio de 2004** que aprueba el Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS.
- **Ley 13 de 24 de enero de 2008** que adopta medidas para el control del tabaco y sus efectos nocivos en la salud.
- **Decreto ejecutivo 230 de 6 de mayo de 2008**, que reglamenta la ley 13 de 2008.

- **Resolución 251 de 7 de abril de 2009** del ministerio de salud, que faculta a la autoridad nacional de aduanas para que tome medidas para el control del tabaco y su comercialización.
- **Ley 49 de 17 de septiembre de 2009**, que reforma el código fiscal y adopta otras medidas fiscales y adopta el impuesto selectivo a los productos de tabaco al 50% del valor de los mismos.
- **Ley 69 de 6 de noviembre de 2009**, se incrementa el valor del impuesto selectivo a los productos de tabaco al 100% del valor de los mismos.
- **Decreto ejecutivo 611 de 3 de junio de 2010**, que modifica el artículo 18 del decreto ejecutivo 230 de 2008, que reglamenta la ley 13 de 2008 y se prohíbe la exhibición de productos de tabaco.
- **Decreto ejecutivo 1838 de 5 de diciembre de 2014**, que prohíbe el uso de los sistemas electrónicos de administración de nicotina, cigarrillos electrónicos, vaporizadores u otros dispositivos similares, con o sin nicotina.
- **Ley 34 de 8 de mayo de 2015**, que modifica y adiciona artículos al código penal y dicta otras disposiciones.
- **Resolución 0415 de 2 de marzo de 2016** del Ministerio de Salud, que señala la obligatoriedad de colocar el letrero de prohibición de uso de los sistemas electrónicos de administración o no de nicotina, en todos los lugares en donde esté prohibido el uso de tabaco, de conformidad con el decreto ejecutivo 1838 de 2014.
- **Resolución 2175 de 22 de septiembre de 2016**, que modifica el nombre de la Comisión Nacional para Estudiar el Tabaquismo en Panamá.
- **Resolución 2742 de 21 de agosto de 2017**, que establece que, para la República de Panamá, los sistemas electrónicos de administración o no de nicotina (SEAN), mejor conocidos como cigarrillos electrónicos, no son considerados productos de tabaco y declara improcedente su comercialización en el mercado panameño, por ser nocivos y perjudiciales a la salud de las personas y al ambiente.
- **Resolución 0554 de 8 de marzo de 2018**, que establece que las pipas de agua, narguiles, hookah, shisha, cachimbas o de cualquier otra denominación que en el futuro se tengan, son productos de tabaco y dicta otras disposiciones.
- **Resolución 0953 de 15 de mayo de 2018**, que declara improcedente la comercialización de los productos de tabaco calentados en la República de Panamá, ya que no se cuenta con la evidencia científica que permita considerarlos inocuos o de beneficio para la salud de los consumidores.
- **Decreto ejecutivo 178 de 8 de junio de 2018**, que modifica artículos del decreto ejecutivo n°63 de 27 de febrero de 2003, que crea el Consejo Nacional para la Salud Sin Tabaco y dicta otras disposiciones en materia de control de productos de tabaco.

1.4.3 Demandas realizadas por la industria tabacalera ante la Corte Suprema de Justicia.

A la fecha el Ministerio de Salud de Panamá ha sido demandado ante la Corte Suprema de Justicia en ocho ocasiones por la industria tabacalera. Dichas demandas ya cuentan con los fallos de este ente de justicia los cuales han sido a favor de las medidas aplicadas por el **MINSA**:

- Demanda interpuesta por la **British American Tobacco Panamá (BAT)** al **Decreto Ejecutivo 230 de mayo de 2008**, mediante el que se reglamenta la Ley 13 de enero de 2008.
- Demanda de la BAT a la **Nota No. 1277-DGS**, mediante la cual se proscribe el diseño de la cajetilla de *Kool Click On* por considerarlo publicidad subliminal.
- Demanda de inconstitucionalidad realizada por la **BAT** al **Decreto Ejecutivo 611 de 3 de junio de 2010**
- Tres demandas de ilegalidad interpuestas por la **BAT**, **Philip Morris** y **Obrigada Panamá**, **Habanos Panamá SA** y **GR Internacional**, al **Decreto Ejecutivo 611 de 3 de junio de 2010** mediante la cual se prohíbe la exhibición de los productos de tabaco en los puntos de venta.
- Una demanda de inconstitucionalidad por la emisión de las **Resoluciones 0120** y **0125 de enero de 2017** en las cuales se indica la prohibición del uso de los términos *red*, *blue* y *menthol* en cajetillas de *Viceroy* y *Kool*.
- Una demanda de inconstitucionalidad por la emisión de la **Resolución 0733 de marzo de 2017** que establece la prohibición del uso del término *freezin point* en las cajetillas de productos de tabaco.

En adición, se presentó una demanda de inconstitucionalidad a la **Ley 315** de 30 de junio de 2022, que prohíbe el uso, importación y comercialización de sistemas electrónicos de administración de nicotina, cigarrillos electrónicos, vaporizadores, calentadores de tabaco y otros dispositivos similares, con o sin nicotina, en la República de Panamá. Esta demanda fue interpuesta por la Asociación de Reducción de Daños por Tabaquismo de Panamá y el 30 de abril de 2024, el Pleno de la Corte Suprema de Justicia falla en favor del demandante, declarando inconstitucional la Ley 315 de 2022, por infracción del artículo 170 de la Constitución Política de la República de Panamá.

1.5 Otras encuestas del tabaco y evidencia científica del país en relación con el control del tabaco

Esta es la quinta ocasión en que Panamá realiza la EMTJ a nivel nacional. Además de la EMTJ, en Panamá se realizaron las siguientes encuestas y estudios en materia de control de tabaco, todas ellas publicadas en la página web del Observatorio Documental del Sistema de Vigilancia para el Control de Tabaco (SISVICTA) en Panamá (5).

Entre estas publicaciones, tenemos las siguientes:

1. Evaluación del Cumplimiento de la Prohibición de la Publicidad, Promoción y Patrocinio de Productos de Tabaco. Panamá. 2016 (6).
2. Tobacco Advertisement Promotion and Sponsorship Ban Enforcement Index in Sales Points in Panama, 2017 (7).
3. Impacto del incremento del impuesto a los productos de tabaco sobre la recaudación y los precios en Panamá. Año: 2017 (8).
4. Factores socioeconómicos asociados con la compra ilegal de productos de tabaco en Panamá (3).
5. Evaluación del Cumplimiento de la Prohibición de la Publicidad, Promoción y Patrocinio de Productos de Tabaco. Panamá. 2023. (9)

1.6 Objetivos Nacionales de la EMTJ

Objetivos Generales

1. Generar y actualizar los conocimientos sobre la situación del tabaquismo en la población adolescente de 13 a 15 años de edad residente en la República de Panamá.
2. Comparar el comportamiento de la epidemia de tabaquismo en jóvenes en los diferentes países del mundo.

Objetivos Específicos

1. Determinar la prevalencia de consumo de productos de tabaco y SEANS en la población de 13 a 15 años de edad.
2. Identificar conocimientos, actitudes y prácticas de la población juvenil frente al tabaco.
3. Determinar la exposición de la población juvenil al humo de tabaco producido por otras personas.
4. Identificar los conocimientos sobre mensajes publicitarios y propagandas a favor o en contra del tabaco.
5. Identificar los conocimientos que la población juvenil ha recibido mediante programas educativos en las escuelas.
6. Identificar los conocimientos de la población juvenil en relación al uso de productos de tabaco y el COVID19.

2 Metodología

2.1 Cuestionario

El cuestionario de la EMTJ contiene 82 preguntas de selección múltiple. De dichas preguntas se incluyeron 56 preguntas del cuestionario básico de la EMTJ, 26 preguntas opcionales, específicas definidas por el país. El cuestionario final fue traducido del inglés al español y nuevamente traducido al inglés para verificar su certeza. Puede escanear el cuestionario de la EMTJ para el año 2023,

2.2 Diseño de muestreo

La EMTJ del año 2023 realizada en Panamá es una encuesta aplicada en escuelas con un diseño de dos etapas, para producir una muestra representativa a nivel nacional. El esquema de muestreo incluyó todas las escuelas públicas y privadas que tenían estudiantes que cursaban del 8vo al 10mo grado. En la primera etapa la probabilidad de que las escuelas fueran seleccionadas dependió el tamaño de la matrícula. Durante la segunda etapa, se escogieron aleatoriamente los salones de clases de cada escuela previamente seleccionada en la etapa anterior y todos los estudiantes de las clases seleccionadas, sin importar la edad, fueron elegibles para participar del estudio.

La EMTJ fue realizada en 104 escuelas, en las cuales se eligieron 353 salones de clases que contenían 7,439 alumnos, de los cuales 5,761 tenían de 13 a 15 años.

2.3 Recolección de los datos

La recolección de los datos inició en julio y finalizó en noviembre, el cual fue apoyada por 218 personas de 10 regiones de salud como parte del personal de campo (Tabla 1). La Región de Panamá Metro fue realizada por personal de los Departamentos de Planificación de Salud, Promoción de la Salud y de la Dirección General, al igual que personal del Departamento de Investigación y Evaluación de Tecnología Sanitaria (DIETS) del ICGES.

Tabla 1. Número de personas para recolección de hojas en los salones de clases por región de salud. EMTJ 2023

Región de salud	Número de personas
Total	**218**
Bocas Del Toro	36
Coclé	11
Colón	12
Chiriquí	17
Guna Yala	55
Herrera	11
Los Santos	10
Ngäbe Buglé	15
Panamá Metro*	20
Panamá Oeste	13
San Miguelito	18

*El personal que recobró las encuestas de los estudiantes pertenecen al MINSA nacional o al ICGES.
Fuente: Departamento de Planificación de Salud. Ministerio de Salud de Panamá.

La encuesta está diseñada para proteger la confidencialidad de los estudiantes al permitir una participación anónima y voluntaria. Los estudiantes después de llenar la hoja de respuestas, los datos son escaneados por una computadora.

2.4 Análisis de los datos

Un factor de ponderación fue aplicado a cada estudiante con el fin de ajustar la probabilidad de selección, la no respuesta y realizar ajustes posteriores a la selección, para obtener estimados de la población. Este informe está escrito utilizando R versión 4.3.3, R Studio versión 2024.04.2 y generado mediante el paquete rmarkdown versión 1.13.

Para realizar los análisis estadísticos de datos de encuestas complejas se utilizó el paquete "survey" versión 4.4-2, desarrollado por Thomas Lumley con el cual se calcularon estimaciones de prevalencia con respectivos límites de intervalo de confianza (LIC 95%:) 95%. Las tablas de frecuencia fueron desarrolladas a partir de la plantilla del informe de la EMTJ, dichas medidas reflejan indicadores requeridos por el CMCT y las necesidades del país.

Según datos oficiales suministrados Ministerio de Educación (MEDUCA) para el año 2022 se contaba con una matrícula de 194,578 estudiantes de 8 a 10 grado.

La descripción del tamaño de la muestra, las etapas de muestro y la tasa de respuesta global pueden apreciase a continuación (Tabla 1). Para el año 2023 la

EMTJ fue realizada en la República de Panamá en 104 escuelas, se contó con la participación de un total de 7,439 estudiantes de los cuales 5,761 tenían de 13 a 15 años (chicos: 2785, chicas: 2967 y 9 no definidos).

Para la versión de esta encuesta, se definieron 3 Regiones de Salud que fueron priorizadas por tener las prevalencias de consumo de productos de tabaco más elevadas en la Encuesta Nacional de Salud de Panamá (ENSPA) 2019: Bocas del Toro, las Comarcas Indígenas Ngäbe-Buglé y Guna Yala.

La tasa de respuesta de las escuelas en el país fue de 99.0%, la tasa de respuesta en los salones de clase fue de 99.4% y la de los estudiantes fue de 88.7%. La tasa global de respuesta fue de 87.4%. Las tasas globales de respuesta para las Regiones priorizadas fueron de 87.7% para Bocas del Toro, 86.8% y 86.5% para las Comarcas Indígenas de Ngäbe-Buglé y Guna Yala, respectivamente (Tabla 2).

Tabla 2. Tamaño de la muestra y tasas de respuesta según etapa de muestreo por lugar de aplicación de la encuesta. EMTJ Panamá, 2023.

Etapas del muestreo	Lugar de aplicación de la encuesta			
	Nacional	Bocas del Toro	Ngäbe-Buglé	Guna Yala
Nivel de escuelas				
Número de escuelas seleccionadas	105	25	24	31
Número de escuelas participantes	104	25	24	30
Tasa de respuesta a nivel de escuela	99.0%	100%	100%	96.8%
Nivel de salones de clases				
Número de salones seleccionados	355	86	87	102
Número de salones participantes	353	85	86	102
Tasa de respuesta a nivel de salones de clase	99.4%	98.8%	98.9%	100%
Nivel de estudiantes				
Número de estudiantes seleccionados	8,383	2,412	2,168	1,740
Número de estudiantes participantes	7,439	2,141	1,903	1,556
Tasa de respuesta a nivel de estudiantes	88.7%	88.8%	87.8%	89.4%
Tasa global de respuesta[1]	87.4%	87.7%	86.8%	86.5%

[1]Tasa global de respuesta = "Tasa de respuesta a nivel de escuelas" x "Tasa de respuesta a nivel de salones de clase" x "Tasa de respuesta a nivel de estudiantes"
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá, 2023.

3. Resultados Nacionales

3.1 Uso de tabaco (M)

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fue de 8.5% [límite del intervalo de confianza (LIC) 95%: 6.9%-10.6%)], siendo esta prevalencia 3.3 veces más elevada en los chicos (LIC 95%: 7.8%-13.3%) que las chicas (LIC 95%: 5.2%-9.2%). No se estimaron diferencias estadísticamente por edad (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fue de 27.5% (LIC 95%: 24.3%-31.0%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

3.1.1 Tabaco fumado

3.1.1.1 Uso actual de tabaco fumado

La prevalencia del uso actual de productos de tabaco fumado fue de 5.5% (LIC 95%: 4.2%-7.1%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

La prevalencia del consumo actual de cigarrillo fue de 3.1% (LIC 95%: 2%-4.5%), sin diferencias estadísticamente por sexo (Tabla 3).

La prevalencia del consumo actual de pipas de agua fue de 0.8% (LIC 95%: 0.5%-1.2%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas para este indicador por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco calentado fue de 2.5% (LIC 95%: 1.7%-3.6%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

La prevalencia del consumo actual de otros productos de tabaco fumado fue de 3.2% (LIC 95%: 2.5%-4.2%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

3.1.1.2 Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco fumado

La prevalencia de vida de productos de tabaco fumado fue de 22.3% (LIC 95%: 19.4%-25.4%), no se estimaron diferencias estadísticamente para en este indicador por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de cigarrillos fue de 13.9% (LIC 95%: 11.5%-16.7%), no se estimaron diferencias estadísticamente por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de pipas de agua fue de 5.5% (LIC 95%: 4.6%-6.5%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fue de 8.4% (LIC 95%: 7.1%-9.9%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de otros productos fumados fue de 10.0% (LIC 95%: 8.3%-12.1%), sin diferencia estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

3.1.2 Cigarrillos electrónicos

La prevalencia de uso actual de cigarrillos electrónicos fue de 6.4% (95% LIC 95%: 5.1%-7.9%). Los chicos (LIC 95%: 5.5%-9.2%) tienen una prevalencia de uso actual de cigarrillos electrónicos de 7.1%, siendo 1.9% más elevada que las

chicas (LIC 95%: 3.9%-6.8%), no hay diferencias estadísticamente significativas por edad para esta proporción (Tabla 3).

La prevalencia de vida de uso de cigarrillos electrónicos fue de 10.1% (LIC 95%: 8.2%-12.5%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

3.1.2.2 Tabaco calentado

La prevalencia del consumo actual de tabaco calentado fue de 2.5% (95% LIC: 1.7%-3.6%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de tabaco calentado fue de 8.4% (95% LIC: 7.1%-9.9%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

3.1.3 Tabaco sin humo

La prevalencia del consumo actual de productos de tabaco sin humo fue de 2.3% (LIC 95%: 1.7%-3.1%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo para esta proporción (Tabla 3).

La prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo fue de 4.7% (LIC 95%: 3.7%-6%), no hay diferencias estadísticamente significativas para este indiciador por sexo (Tabla 3).

3.1.4 Susceptibilidad a los productos de tabaco

La susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores fue de 15.7% (LIC 95%: 13.5%-18.1% p=95%). Las chicas [17.7%, (LIC 95%: 14.6%-21.2%)] tienen una susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores 4.2 veces más que los chicos [13.5%, (LIC 95%: 11.0%-16.4%, p= 95%)] (Tabla 3).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar un cigarrillo en el futuro fue de 8.2% (LIC 95%: 6.9%-9.7%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 3).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar de fumar pipas de agua en el futuro fue de 10.5% (LIC 95%: 8.9%-12.4%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 3).

Tabla 3. Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Tipo de producto/susceptibilidad al consumo	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Productos de tabaco fumado			
Prevalencia actual del consumo de productos de tabaco fumado[1]	5.5 (4.2-7.1)	6.7 (4.7-9.4)	4.2 (2.9-6.2)
Prevalencia actual del consumo de cigarrillos[2]	3.1 (2.0-4.5)	3.5 (2.1-5.9)	2.6 (1.7-4.0)
Prevalencia consumidores de productos de cigarrillo frecuentes[3]	0.2 (0.1-0.6)	0.5 (0.2-1.2)	0.0 (0.0-0.1)
Prevalencia actual de los fumadores en pipas de agua[4]	0.8 (0.5-1.2)	0.9 (0.5-1.6)	0.6 (0.3-1.5)
Prevalencia actual del consumo de tabaco calentado[5]	2.5 (1.7-3.6)	2.6 (1.7-3.9)	2.3 (1.5-3.6)
Prevalencia actual del consumo de otros productos de tabaco fumado[6]	3.2 (2.5-4.2)	4.1 (2.8-5.8)	2.4 (1.5-4.0)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco fumado[7]	22.3 (19.4-25.4)	23.0 (19.5-26.9)	21.6 (18.7-24.8)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillos[8]	13.9 (11.5-16.7)	13.6 (10.6-17.4)	14.2 (12.2-16.4)
Prevalencia de vida del consumo de pipas de agua[9]	5.5 (4.6-6.5)	6.0 (4.7-7.7)	4.9 (4.1-6.0)
Prevalencia de vida del consumo de tabaco calentado[10]	8.4 (7.1-9.9)	8.8 (7.2-10.6)	8.0 (6.6-9.6)
Prevalencia de vida del consumo de otros productos de tabaco fumado[11]	10.0 (8.3-12.1)	10.7 (8.3-13.7)	9.4 (7.2-12.0)
Productos de tabaco sin humo			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco sin humo[12]	2.4 (1.9-3.1)	2.8 (1.9-4.1)	2.0 (1.5-2.8)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo[13]	4.9 (4.1-5.8)	5.5 (3.9-7.8)	4.2 (3.5-5.1)
Productos del tabaco			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco[14]	8.5 (6.9-10.6)	10.2 (6.2-10.9)	6.9 (5.2-9.2)
Prevalencia de vida consumo de productos de tabaco[15]	27.5 (24.3-31.0)	28.7 (17.9-26.0)	26.4 (23.4-29.6)
Cigarrillo electrónico			
Prevalencia de consumo actual de cigarrillo electrónico[16]	8.5 (7.4-9.9)	9.0 (7.6-10.6)	8.1 (6.6-10.0)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillo electrónico[17]	24.0 (21.5-26.8)	23.8 (20.4-27.6)	24.3 (21.0-27.9)
Susceptibilidad a usar productos de tabaco			
Adolescentes que nunca han usado productos de tabaco, pero son susceptibles a usarlo en el futuro[18]	15.7 (13.5-18.1)	13.5 (11.0-16.4)	17.7 (14.6-21.2)
Adolescentes que nunca han fumado, pero piensan que podrían disfrutar de un cigarrillo[19]	9.4 (8.3-10.7)	9.2 (7.4-11.5)	9.6 (7.8-11.8)
Adolescentes que nunca han fumado pipas de agua, pero piensan que podrían disfrutar hacerlo[20]	10.5 (8.9-12.4)	11.2 (9.3-13.5)	9.8 (8.1-11.9)

[1]Consumo de tabaco fumado en los últimos 30 días (incluye cigarrillos, pipas de agua, tabaco calentado y otros), [2]Fumar cigarrillos en cualquier momento en los últimos 30 días, [3]Haber consumido 20 o más días cigarrillos en los últimos 30 días, [4]Fumar pipas de agua en cualquier momento en los últimos 30 días,[5]Usar productos de tabaco calentado en cualquier momento en los últimos 30 días, [6]Fumar cualquier producto de tabaco fumado, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calendado, [7]Haber fumado cualquier producto del tabaco aunque sea uno o dos pufs, [8]Haber fumado cigarrillos aunque sea uno o dos pufs, [9]Haber fumado pipas de agua en cualquier momento antes de realizar la encuesta, [10]Haber usado productos de tabaco calentado, [11]Haber fumado cualquier producto del tabaco, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calentado [12]Uso de productos de tabaco sin humo en los últimos 30 días, [13]Haber usado productos de tabaco sin humo en cualquier momento previo a la encuesta, [14]Uso de productos de tabaco en los últimos 30 días, [15]Haber usado productos de tabaco en cualquier momento previo a la encuesta, [16]Utilizar cigarrillos electrónicos en cualquier momento en los últimos 30 días, [17]Haber usado cigarrillos electrónicos en cualquier momento antes de la encuesta, [18]Responder "definitivamente sí", "probablemente sí" o "probablemente no" a la pregunta "si usaría algún producto de tabaco si uno de sus amigos le ofrece en los próximos 12 meses" o a la pregunta "si van a usar productos de tabaco en los próximos 12 meses" y no haber consumido nunca ningún producto de tabaco, [19]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar un cigarrillo", [20]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar pipas de agua".
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.1.4 Uso concomitante actual de productos de Tabaco y SEAN

3.1.4.1 Consume un único producto del tabaco

El 74.1% de los estudiantes manifestaron ser consumidores actuales de productos de tabaco, es decir, tres de cada cuatro (74.1%; LIC 95%: 67.1%-80.1%) lo hicieron con un solo producto; uno de cada cinco (19.8%, LIC 95%: 15.2%-25.2%) consumieron dos productos; y el resto 6.1% (LIC 95%: 3.6%-10.2%) consumieron al menos tres productos. No se observaron diferencias estadísticamente significativas por sexo para estas proporciones. (Tabla 4)

Tabla 4. Jóvenes de 13 a 15 años por cantidad de productos de tabaco consumido actualmente según sexo - EMTJ Panamá, 2023.

	Sexo (%)		
Cantidad de productos*	**Todos**	**Chicos**	**Chicas**
Uno	74.1 (67.1-80.1)	73.4 (63.0-81.8)	74.9 (65.0-82.7)
Dos	19.8 (15.2-25.2)	21.6 (15.4-29.4)	17.7 (10.9-27.3)
Tres o más	6.1 (3.6-10.2)	5.0 (2.2-10.8)	7.4 (3.7-14.4)

*Se incluyen productos de tabaco y nuevos productos
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

Dos de cada cinco de los fumadores actuales de cigarrillos, es decir un 39.2% (LIC 95%: 22.4%-59.2%) consumían solamente ese producto. Una cifra similar de estos estos estudiantes (37.0%, LIC 95%: 21.7%-55.4%) consumían otro productos. El resto, es decir uno de cada cuatro (23.9%, LIC 95%: 14.5%-36.7%) consumía al menos otros dos productos adicionales. Para esta proporción no se pueden valorar diferencias por sexo (Tabla 5).

Tabla 5. Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años por número de productos usados - EMTJ Panamá, 2023.

Número de productos consumidos	**Nacional**
Solamente fuman cigarrillos	39.2 (22.2-59.2)
Fuma cigarrillos y usa otro producto	37.0 (21.7-55.4)
Fuma cigarrillos y al menos otros dos productos	23.9 (14.5-36.7)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

Siete de cada diez de los usuarios actuales de cigarrillos electrónicos, es decir un 69.8% (LIC 95%: 60.6%-77.6%) consumían solamente ese producto. Cerca de tres de cada cuatro (23.8%, LIC 95%:18.6%-29.8%) similar de estos estos estudiantes (37.0%, LIC 95%: 21.7%-55.4%) consumían otro producto. El resto, es decir uno de cada cuatro (23.9%, LIC 95%: 14.5%-36.7%) consumía al menos otros dos productos adicionales. Para esta proporción no se pueden valorar diferencias por sexo (Tabla 6).

Tabla 6. Fumadores actuales de cigarrillos electrónicos o vapers de 13 a 15 años por tipo de productos usados- EMTJ Panamá, 2023.

Tipo	Nacional
Solamente utiliza cigarrillos electrónicos o vapers	69.8 (60.6-77.6)
Utiliza cigarrillos electrónicos o vapers y otro producto	23.8 (18.6-29.8)
Utiliza cigarrillos electrónicos o vapers y al menos otros dos productos	6.4 (2.9-13.6)

NA: no se puede segregar esta variable por sexo, debido a que el denominador de tabla sin expandir es menor de 35 estudiantes, [1]Estudiantes que actualmente utilizan cualquier producto de tabaco (tabaco fumado y/o no fumado) y/o cigarrillos electrónicos, [2]Estudiantes que actualmente fuman cigarrillos, [3]Estudiantes que actualmente utilizan cualquier cigarrillos electrónicos o vapeadores.

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.1.4 Frecuencia de consumo de productos de tabaco fumado entre fumadores actuales

La mayoría de los fumadores actuales de cigarrillos fuman un cigarrillo o menos al día (76.2%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 7).

Tabla 7. Fumadores actuales de 13 a 15 años por número de cigarrillos fumados en los últimos 30 días según sexo - EMTJ Panamá, 2023.

Número de cigarrillos fumados	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Menos de 1	48.6 (38.8-58.5)	42.5 (31.1-54.8)	56.9 (39.2-73.0)
Uno	27.6 (18.6-38.9)	35.9 (21.8-52.8)	16.5 (7.1-33.8)
De 2 a 5	19.4 (10.8-32.4)	15.4 (6.2-33.2)	24.9 (14.9-38.6)
Más de 6	4.4 (1.7-10.6)	6.2 (2.0-17.9)	1.7 (0.8-3.5)
De 6 a 10	3.2 (1.0-9.9)	4.2 (0.9-18.0)	1.7 (0.8-3.5)
De 11 a 20	0.8 (0.2-2.9)	1.4 (0.4-5.2)	0
Más de 20	0.3 (0.1-1.6)	0.6 (0.1-2.9)	0

[1]En los días donde se fuman en los últimos 30 días

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

Entre los fumadores actuales de pipas de agua, el 56.6% participaron en una sesión al día, un 26.5% participaron en dos sesiones al día, el 5.4% participaron en tres sesiones al día y un 11.5% participaron en cuatro o más sesiones al día. No

se pueden valorar diferencias por sexo ni por edad, porque el número de estudiantes en los respectivos denominadores es menor de 35.

Tabla 8. Fumadores actuales de tabaco en pipas de agua de 13 a 15 años según número de sesiones diarias. EMTJ Panamá, 2023.

Número de sesiones	Porcentaje
Una sesión	56.6 (29.3-80.4)
Dos sesiones	26.5 (9.0-56.8)
Tres sesiones	5.4 (2.5-11.5)
Cuatro o más sesiones	11.5 (2.2-42.3)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

3.1.6 Lugar de consumo de productos de tabaco

El consumo de productos de tabaco fue más frecuente en los eventos sociales, con un 29.5% (LIC 95%: 19.0%-42.7%), seguido de las viviendas de los consumidores (LIC 95%: 10.3%-35.1% p=95%) y en la casa de sus amigos, con aproximadamente un 19.0% (LIC 95%: 12.7%-27.5% p=95%) respectivamente. En la cuarta posición, con un 11.2% se ubicaron los lugares públicos (LIC 95%: 6.4%-19.0% p=95%) y en un 5.7% se reportaron las escuelas (LIC 95%: 2.2%-14.3% p=95%). Uno de cada diez (10.2%, 95% LIC 95%: 4.5%-21.7%) de los estudiantes señalaron que fumaban en un lugar distinto a los mencionados en las opciones anteriores. (Tabla 9).

Tabla 9. Consumidores de 13 a 15 años que usan actualmente productos de tabaco según tipo de evento o lugar de uso por sexo. EMTJ 2023.

Tipo de evento o lugar	Sexo (%)		
	Todos	**Chicos**	**Chicas**
En eventos sociales	29.5 (19.0-42.7)	32.0 (20.8-45.8)	26.2 (10.4-51.9)
En su casa	19.9 (10.3-35.1)	17.1 (7.7-33.8)	23.7 (10.7-44.6)
En la casa de mis amigos	19.0 (12.7-27.5)	22.2 (10.2-41.6)	15.0 (5.2-36.4)
En lugares públicos	11.2 (6.4-19.0)	14.3 (7.1-26.6)	7.3 (2.3-20.7)
En la escuela	5.7 (2.2-14.3)	4.1 (1.8-8.8)	7.6 (1.6-29.8)
En el trabajo	4.4 (2.1-9.1)	7.5 (4.0-13.6)	0.5 (0.1-3.3)
En otro lugar	10.2 (4.5-21.7)	2.9 (1.2-6.7)	19.7 (8.7-38.8)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.1.7 Edad de inicio de consumo cigarrillos en jóvenes de 13 a 15 años

Entre aquellos adolescentes que alguna vez probaron los cigarrillos, uno de cada diez (11.7%, LIC 95%: 6.4%-20.2%) inició su consumo antes de los 10 años. No se observaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 10).

Tabla 10. Fumadores de 13 a 15 años que usan actualmente cigarrillos según edad de inicio por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Edad de inicio	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
5 o menos	4.5 (1.8-10.7)	5.6 (2.0-14.6)	3.3 (0.7-13.6)
6 o 7 años o menos	4.2 (1.7-10.2)	0.3 (0.1-1.2)	8.9 (3.6-20.4)
8 o 9 años de edad	2.9 (0.7-11.7)	2.9 (0.8-9.5)	3.0 (0.5-15.5)
Menos de 10 años de edad	**11.7 (6.4-20.2)**	**8.8 (4.0-18.2)**	**15.2 (7.7-27.7)**
10 o 11 años de edad	29.0 (18.9-41.5)	33.0 (23.1-44.6)	24.1 (12.7-40.8)
12 o 13 años	58.2 (44.8-70.4)	56.2 (43.0-68.5)	60.5 (45.2-74.0)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

3.2 Humo de Tabaco de segunda mano (P)

La proporción de jóvenes expuestos al humo de tabaco de segunda mano en su casa fue de 15.8% (95% LIC 95%: 14.5%-19.3%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo para esta proporción (Tabla 11).

La proporción de jóvenes expuestos al humo de tabaco de segunda mano en espacios públicos cerrados fue de 28.6% (LIC 95%: 25.8%-31.5%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo para esta proporción (Tabla 11).

La proporción de jóvenes expuestos al humo de tabaco de segunda mano en espacios públicos abiertos fue de 34.2% (95% LIC 95%: 28.5%-35.1%). Esta proporción de los chicos (31.8%, LIC 95%: 25.9%-33.2%) fue 4,6% menos que la proporción de las chicas [36.5% (LIC 95%: 30.2%-38.0%)] (Tabla 11).

La proporción de jóvenes que observaron a algún vecino fumando en su casa, en su terraza, en su patio o en su balcón fue de 32.3% (95% LIC 95%:29.2%-35.5%). Esta proporción en los chicos (28.0%, LIC 95%: 24.1%-32.2%) fue 8.4% menos que la proporción de las chicas [36.4% (LIC 95%: 33.3%-39.7%)] (Tabla 11).

La proporción de jóvenes que observó a alguien fumando dentro de áreas interiores o exteriores de la escuela fue de 34.0% (LIC 95%: 31.0%-37.2%). No se observaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 11).

Tabla 11. Jóvenes de 13 a 15 años según el ambiente donde se exponen al humo de tabaco de segunda mano en los últimos siete días por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Ambiente	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Expuestos al humo de segunda mano en su casa	15.8 (14.2-17.5)	14.4 (11.2-18.2)	17.3 (15.2-19.6)
Expuestos al humo de segunda mano en espacios públicos cerrados	28.6 (25.8-31.5)	24.6 (20.6-29.1)	32.4 (29.7-35.3)
Expuestos al humo de segunda mano en espacios públicos abiertos diferente su casa	34.2 (31.1-37.3)	31.8 (27.3-36.6)	36.5 (33.5-39.6)
Observó a algún vecino fumando en su casa, en su terraza, en su patio o en su balcón	32.3 (29.2-35.5)	28.0 (24.1-32.2)	36.4 (33.3-39.7)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

Dos de cada cinco estudiantes es decir el 46.6% (LIC 95%: 42.9%-50.4%) no han tenido exposición al humo de segunda mano en ninguno de los cuatro ambientes evaluados en los últimos siete días. Uno de cada cinco estudiantes, un 20.4% (LIC 95%:18.9%-21.9%) ha sido expuesto al humo de segunda mano en un solo ambiente. En tanto que, un 11.8% (LIC 95%: 29.3%-34.7%) han sido expuestos al humo de segunda mano dos ambientes y 18.5% (LIC 95%: 16.4%-20.8%) para tres o más ambientes. En las categorías con mayor número de ambientes, las chicas tienen una mayor proporción que los chicos (Tabla 12).

Tabla 12. Jóvenes de 13 a 15 años según el número de ambientes donde se exponen al humo del cigarrillo de segunda mano en los últimos siete días por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Número de ambientes	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
0	46.6 (42.9-50.4)	50.7 (45.4-56.0)	42.6 (39.5-45.8)
1	20.4 (18.9-21.9)	21.1 (18.9-23.6)	19.6 (17.7-30.9)
2	14.5 (12.6-16.6)	11.8 (9.2-14.4)	17.2 (15.3-19.3)
3 o 4	18.5 (16.4-20.8)	16.3 (13.3-19.8)	20.6 (18.6-22.8)

Los cuatro ambientes evaluados: la casa, ambientes públicos cerrados, ambientes públicos abiertos y observar a algún vecino fumando en su cada.
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes 2023.

3.3 Cesación (O)

3.3.1 Signos de tabaquismo entre los usuarios actuales

La proporción de fumadores actuales con signos de dependencia a los productos del tabaco fue de 35.3% (LIC 95%: 26.7%-45%). Siendo en los chicos (LIC 95%: 32.0%-53.1%) 17,3 veces más que las chicas (LIC 95%: 14.0%-40.2%).

La prevalencia de jóvenes fumadores actuales que intentaron dejar de fumar fue de 57.2% (LIC 95%:39.9%-73%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 13).

La proporción de jóvenes fumadores actuales que intentaron dejar de fumar en los últimos 12 meses fue de 68.6% (LIC 95%: 56.1%-78.9%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 13).

La proporción de jóvenes fumadores actuales que podrían dejar de fumar *sí lo quisieran* fue de 86.1% (LIC 95%: 72.8%-93.5%) No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 13).

La proporción de jóvenes fumadores actuales que recibieron ayuda de algún programa o un profesional fue de 17.7% (LIC 95%: 11.1%-27%). Sin diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 13).

Tabla 13. Fumadores actuales de 13 a 15 años según indicadores de cesación por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Indicadores de cesación	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
…quisieron dejar de fumar ahora	57.2 (39.9-73.0)	60.2 (35.6-80.5)	52.3 (35.3-68.8)
…intentaron dejar de fumar en los últimos 12 meses	68.6 (56.1-78.9)	76.1 (59.6-87.3)	53.6 (37.7-68.9)
…pensaron que podrían dejar de fumar si ellos quisieran	86.1 (72.8-93.5)	86.9 (72.5-94.4)	84.6 (56.8-95.8)
…recibieron ayuda de un profesional o un programa	17.7 (11.1-27.0)	17.5 (7.1-37.2)	17.9 (8.0-35.6)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

3.4 Medios de comunicación

3.4.1 Mensajes contra el uso de tabaco (W)

3.4.1.1 Medios de comunicación y eventos donde los jóvenes notaron mensajes contra el uso de los productos de tabaco

Un 48.3%, es decir aproximadamente la mitad (LIC 95%: 43.3%-49.7%) estudiantes negaron notar mensajes contra el tabaquismo en algún medio de comunicación. Uno de cada 5, es decir el 22.1% (LIC 95%: 18.5%-26.2%) observó mensajes contra del tabaco en la televisión, el 17.3% (LIC 95%: 15.2%-16.9%) lo leyeron en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, Litmatch) e Internet, un 7.0% (LIC 95%: 5.4%-9.2%, p= 95%) lo vieron e vallas publicitarias o afiches, el 2.7% (LIC 95%: 2.0%-3.7%) lo escucharon en la radio, un 0.5% (LIC 95%: 0.2%-1.1%) los observaron en mensajería móvil y un 0.3% (0.2%-1.1%) en el cine. No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo para ninguno de los medios evaluados, excepto para los que leyeron los mensajes en redes sociales donde las chicas los observaron con 7.7% más que los chicos (Tabla 14).

Tabla 14. Jóvenes de 13 a 15 años expuestos o no a mensajes contra el tabaquismo en los últimos 30 días según tipo de medio de comunicación por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Tipo de medio de comunicación	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Negaron ver o escuchar mensajes	**48.3 (44.2-52.4)**	**49.4 (45.9-52.8)**	**47.3 (41.7-53.1)**
Vieron o escucharon			
Televisión	22.1 (18.5-26.2)	23.1 (19.2-27.6)	21.1 (17.1-25.8)
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, Litmatch) e Internet	17.3 (15.2-19.5)	13.8 (11.8-16.1)	20.5 (17.5-24.0)
Vallas publicitarias, pósteres afiches	7.0 (5.4-9.2)	7.8 (5.6-10.7)	6.4 (4.0-9.5)
Radio	2.7 (2.0-3.7)	2.8 (2.1-3.9)	2.6 (1.6-4.0)
Periódicos y revistas	1.7 (1.2-2.8)	2.4 (1.4-4.3)	1.2 (0.8-1.9)
Mensajería Móvil (WhatsApp, Telegram, WeChat)	0.5 (0.2-1.1)	0.3 (0.1-0.9)	0.7 (0.3-1.5)
Cine	0.3 (0.2-1.1)	0.4 (0.1-0.9)	0.7 (0.3-1.5)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

3.4.1.2 Mensajes contra el uso de productos de tabaco en eventos

La proporción de jóvenes que notaron mensajes contra el tabaquismo en eventos deportivos, reuniones y fiestas en los últimos 30 días y que asistieron a dichos eventos fue de 42.3% (LIC 95%: 37.3%-47.4%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (valor de p para chi cuadrado con ajuste de Rao & Scott: 0.40) ni por consumo de productos (valor de p para chi cuadrado con ajuste de Rao & Scott: 0.11) (Tabla 15).

La proporción de jóvenes que se les enseñó en clase acerca de los daños que representa el fumar en los últimos 12 meses fue de 55.0% (95% LIC 95%: 50%-60%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo.

Tabla 15. Jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el tabaquismo en medios de comunicación en los últimos 30 días según antecedentes de consumo de productos de tabaco por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Consumo	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Todos	**51.7 (47.6-55.8)**	**50.6 (47.2-54.1)**	**52.7 (46.9-58.3)**
Usuarios actuales	59.3 (50.5-67.5)	59.2 (44.3-72.5)	59.5 (44.7-72.7)
Exusuarios	52.9 (48.4-57.4)	50.5 (43.8-57.2)	55.2 (48.6-61.6)
Nunca han usado productos de tabaco	50.6 (46.0-55.3)	49.6 (45.1-54.1)	51.5 (45.7-57.3)

Medios de comunicación se refiere a: televisión, radio, internet, vallas publicitarias, pósteres, periódicos, revistas, películas
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

La proporción de jóvenes que notaron mensajes contra el tabaquismo en eventos deportivos, reuniones y fiestas en los últimos 30 días fue de 20.9% (LIC 95%: 18.9%-23.1%). Un 23.3% de los chicos (LIC 95%: 20.5%-26.4%) notaron mensajes contra el tabaquismo en eventos deportivos, reuniones y fiestas en los últimos 30 días en una proporción más elevada que las chicas (18.6%, LIC 95%: 16.4%-20.9%). Al valorar por el consumo se aprecia que los exusuarios de productos de tabaco y los usuarios actuales ven dichos productos con una mayor proporción (Tabla 16).

Al valorar un modelo de regresión logística para valorar esta proporción en función del sexo y del consumo de productos, se aprecia que los chicos tienen una mayor propensión a observar estos mensajes (OR: 1.3, LIC 95%: 1.1-1.6); en tanto que los exusuarios (OR: 1.5, LIC 95%:1.2-1.9) y los usuarios actuales también tienen una mayor probabilidad de ver estos anuncios (OR: 1.6, LIC 95%: 1.1-2.4).

Tabla 16. Jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el tabaquismo en eventos sociales y deportivos en los últimos 30 días por antecedentes de consumo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Consumo	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Todos	**20.9 (18.9-23.1)**	**23.3 (20.5-26.4)**	**18.6 (16.4-20.9)**
Usuarios actuales	**27.6 (20.2-36.6)**	**29.7 (20.7-40.6)**	**24.7 (16.5-35.2)**
Exusuarios	**25.9 (22.3-29.8)**	**28.8 (21.3-37.6)**	**23.2 (18.5-28.6)**
Nunca han usado productos de tabaco	**18.8 (16.6-21.3)**	**21.0 (17.9-24.4)**	**16.8 (14.2-19.6)**

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

La proporción de jóvenes que asistieron a eventos sociales y deportivos en los últimos 30 días que notaron mensajes contra el tabaquismo 42.3% (LIC 95%: 37.3%-47.4%). Al valorar por el consumo se aprecia que los exusuarios de productos de tabaco y los usuarios actuales ven dichos productos con una mayor proporción (Tabla 17).

Al valorar un modelo de regresión logística para valorar esta proporción en función del sexo y del consumo de productos, se aprecia que el sexo no tiene que ver con la propensión a observar estos mensajes (OR: 1.0, LIC 95%: 0.8-1.3); en tanto que los exusuarios (OR: 1.6, LIC 95%:1.2-2.2) tienen una mayor probabilidad de ver estos anuncios que los no usuarios, pero los usuarios actuales tienen igual propensión (OR: 1.2, LIC 95%:0.8-2.0).

Tabla 17. Jóvenes de 13 a 15 años que asistieron a eventos sociales y deportivos en los últimos 30 días y observaron mensajes contra el consumo de tabaco por antecedentes de consumo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Consumo	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Todos	**42.3 (37.3-47.4)**	**42.6 (36.7-48.6)**	**41.9 (36.2-47.8)**
Usuarios actuales	44.7 (32.8-57.2)	45.8 (33.8-58.3)	42.9 (27.3-60.1)
Exusuarios	51.3 (45.0-57.6)	52.9 (43.9-61.7)	49.6 (40.5-58.7)
Nunca han usado productos de tabaco	39.4 (33.8-45.2)	39.2 (32.7-46.2)	39.5 (33.2-46.1)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

3.4.1.3 Advertencias sanitarias en paquetes de cigarrillos

La proporción de fumadores actuales que vieron las advertencias sanitarias en cajetillas de cigarrillos fue de 62.7 % (LIC 95%: 53.8%-70.8%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo para esta proporción (Tabla 18).

La proporción de fumadores actuales que pensaron en dejar de fumar fue de 33.1% (LIC 95%: 26.0%-41.1%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo.

Un 53.4% (LIC 95%: 39.4%-66.8%) de fumadores actuales vieron las advertencias sanitarias en cajetillas de cigarrillos y que a consecuencia de éstas pensaron en dejar de fumar, no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo para esta proporción.

El 11.4% (LIC 95%: 8.2%-15.6%) de los jóvenes encuestados indicaron que nunca han fumado y que han pensado en no iniciar el hábito de fumar después de ver las advertencias sanitarias. No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo.

Tabla 18. Jóvenes de 13 a 15 años por tipo de indicador relacionado con las advertencias sanitarias en el empaquetado de los productos tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Indicador	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Fumadores actuales que notaron las advertencias sanitarias	62.7 (53.8-70.8)	64.0 (52.3-74.3)	60.7 (46.1-73.7)
Fumadores actuales que pensaron en dejar de fumar debido a las advertencias sanitarias en el paquete	33.1 (26.0-41.1)	34.9 (25.8-45.2)	30.2 (18.1-45.9)
Jóvenes que nunca han fumado y que han pensado en no iniciar el hábito de fumar	11.4 (8.2-15.6)	10.9 (7.6-15.4)	12.0 (7.5-18.7)

Estos indicadores se refieren a los últimos 30 días
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.4.2 Mercadeo de productos de tabaco (E)

3.4.2.1 Concienciación del mercadeo de productos de tabaco

La proporción de jóvenes que vieron publicidad o promociones de productos de tabaco en redes sociales fue de 28.1% (LIC 95%: 25.7%-30.8%, p= 95%). Cabe señalar que las chicas (LIC 95%: 26.8%-34.0%) vieron 4,2 veces más publicidad o promociones de productos de tabaco en redes sociales que los chicos [26.0% (LIC 95%: 23.5%-28.6%)] (Tabla 19).

Un 17.7% (LIC 95%: 15.6%-20.1%) de los jóvenes encuestados vieron publicidad o promociones de productos de tabaco en puntos de venta, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 19).

La proporción de jóvenes que vieron publicidad o promociones de productos de tabaco en puntos de venta y visitaron dichos puntos de venta fue de 23.6% (95% LIC 95%: 20.9%-26.6%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 19).

Aproximadamente 5 de cada 10, es decir un 54.5% (LIC 95%: 51%-58%) de jóvenes encuestados vieron a alguien fumando en televisión, videos o películas, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo(Tabla 19).

La proporción de jóvenes que vieron a alguien fumando en televisión, videos o películas fue de 64.3% (LIC 95%: 60.8%-67.6%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 19).

Un 5.1% (LIC 95%: 4%-6.4%) de jóvenes manifestó que algún representante de la industria tabacalera les ofreció algún producto tabaco gratuito, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo.

Tabla 19. Jóvenes de 13 a 15 años que observaron publicidad o promoción de productos de tabaco por lugar, tipo de evento o medio de comunicación según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Lugar, medio de comunicación o tipo de eventos	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Puntos de venta			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	17.7 (15.6-20.1)	16.5 (14.3-19.0)	18.9 (16.0-22.2)
Entre aquellos que visitaron los puntos de venta en los últimos 30 días	23.6 (20.9-26.6)	22.6 (19.8-25.7)	24.6 (20.8-28.7)
Programas de televisión, videos o películas			

Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	54.5 (51.0-58.0)	52.6 (47.2-57.8)	56.4 (52.8-59.8)
Entre aquellos que vieron programas de televisión videos o películas en los últimos 30 días	64.3 (60.8-67.6)	64.0 (58.1-69.5)	64.6 (61.5-67.5)
Eventos deportivos			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	7.0 (5.9-8.3)	8.1 (6.5-10.0)	6.0 (4.5-7.8)
Entre aquellos que asistieron a eventos deportivos en los últimos 30 días	16.3 (13.1-20.1)	17.0 (13.2-21.5)	15.5 (11.6-20.5)
Conciertos			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	5.3 (4.6-6.1)	6.5 (5.2-8.2)	4.1 (3.1-5.3)
Entre aquellos que asistieron a conciertos en los últimos 30 días	14.6 (13.0-16.4)	17.3 (13.6-21.7)	11.7 (9.1-14.9)
Eventos comunitarios o reuniones sociales			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	6.9 (5.3-9.0)	7.2 (5.6-9.1)	6.7 (4.6-9.6)
Entre aquellos que asistieron a reuniones comunitarios o reuniones sociales en los últimos 30 días	12.9 (9.9-16.6)	13.3 (10.7-16.4)	12.5 (8.6-17.8)
Internet			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	26.4 (24.0-29.0)	23.8 (21.2-26.7)	28.9 (25.3-32.8)
Entre aquellos que usaron servicios de internet en los últimos 30 días	30.0 (27.4-32.9)	27.8 (25.1-30.8)	32.1 (28.2-36.3)
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Litmatch) de mensajería móvil (WhatsApp, Telegram, WeChat)	28.1 (25.7-30.8)	26.0 (23.5-28.6)	30.2 (26.8-34.0)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

La proporción de jóvenes que vieron mensajes a favor de los nuevos productos en los últimos 30 días fue de 32.6% (LIC 95%: 30.1%-35.2%). El 28.8% (LIC 95%: 25.9%-31.8%), de los chicos vieron mensajes a favor de los nuevos productos, siendo 7.6 veces más bajo que las chicas, donde el 36.4% los observó (LIC 95%: 32.4%-40.6%) (Tabla 20).

Un 56.4% (LIC 95%: 49.5%-63%) de los estudiantes indicaron que utilizaron redes sociales en los últimos 30 días y en dichas redes observaron mensajes a favor de los nuevos productos. De estos, un 65.7% (LIC 95%: 58.9%-71.9%, p=95) de las chicas observaron mensajes a favor de los nuevos productos, en tanto que, en los chicos vieron el 21,3% (LIC 95%: 36.6%-52.5%), es decir 3 veces menos que las chicas (Tabla 20).

La proporción de jóvenes que vieron televisión en los últimos 30 días y observaron mensajes a favor de los nuevos productos fue de 28.6% (LIC 95%: 22.7%-35.4%). De esta proporción un 34.6% (LIC 95%: 27.9%-42.0%) se estimó para los chicos encontrándose 10.6 puntos porcentuales más elevados que las chicas (LIC 95%: 17.9%-31.4%) (Tabla 20).

La proporción de jóvenes que vieron vallas, pósteres y/o afiches en los últimos 30 días y en esos medios observaron mensajes a favor de los nuevos productos fue de 5.8% (95% LIC 95%: 4.1%-8.2%). No hay diferencias estadísticamente significativas para la proporción de jóvenes que vieron vallas, pósteres y/o afiches en los últimos 30 días y en esos medios observaron mensajes a favor de los nuevos productos por sexo (Tabla 20).

La proporción de jóvenes que escucharon en la radio mensajes a favor de los nuevos productos en los últimos 30 días fue de 5.2% (95% LIC 95%: 4.1%-6.5%) en los últimos 30 días. Siendo los chicos (LIC 95%: 5.8%-10.5%), con cifras 4.8 veces más que las chicas donde se registró 3.1% (LIC 95%: 2.0%-4.7%) (Tabla 20).

La proporción de jóvenes que leyeron el periódico, revistas y/o libros en los últimos 30 días y observaron mensajes a favor de los nuevos productos fue de 2.8% (95% LIC 95%: 1.8%-4.5%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo para este indicador (Tabla 20).

La proporción de jóvenes que vio una película en el cine en los últimos 30 días y observaron mensajes a favor de los nuevos productos fue de 1.2% (95% LIC 95%: 0.6%-2.1%). No hay diferencias estadísticamente significativas para la proporción por sexo (Tabla 20).

Tabla 20. Jóvenes de 13 a 15 años que observaron publicidad o promoción de nuevos productos de tabaco por lugar, tipo de evento o medio de comunicación según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Tipo de comunicación	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Vieron mensajes a favor de los nuevos productos	32.6 (30.1-35.2)	28.8 (25.9-31.8)	36.4 (32.4-40.6)
Vieron mensajes a favor de nuevos productos en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, Litmatch) e Internet			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	18.4 (15.3-22.0)	12.8 (9.9-16.3)	23.9 (19.9-28.5)
Entre aquellos que vieron los mensajes en ese medio en los últimos 30 días	56.4 (49.5-63.0)	44.4 (36.6-52.5)	65.7 (58.9-71.9)
Vieron publicidad o promoción de nuevos productos en la televisión			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	9.3 (7.8-11.2)	10.0 (8.3-11.9)	8.7 (6.8-11.1)
Entre aquellos que vieron los mensajes televisión en los últimos 30 días	28.6 (22.7-35.4)	34.6 (27.9-42.0)	24.0 (17.9-31.4)
Vieron publicidad o promoción de nuevos productos vallas publicitarias, pósteres o afiches			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	2.1 (1.6-3.5)	2.1 (1.3-3.4)	1.6 (1.0-2.6)
Entre aquellos que vieron los mensajes en ese medio en los últimos 30 días	5.8 (4.1-8.2)	7.5 (4.7-11.7)	4.5 (2.9-7.0)
Vieron publicidad o promoción de nuevos productos en la radio			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	1.7 (1.3-2.2)	2.3 (1.7-3.1)	1.1 (0.7-1.7)
Entre aquellos que oyeron los mensajes en la radio en los últimos 30 días	5.2 (4.1-6.5)	7.9 (5.8-10.5)	3.1 (2.0-4.7)

Vieron publicidad o promoción de nuevos productos en periódicos, revistas y/o libros			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	0.9 (0.6-1.4)	1.2 (0.6-2.2)	0.6 (0.3-1.4)
Entre aquellos que vieron los mensajes en ese medio en los últimos 30 días	2.8 (1.8-4.5)	4.2 (2.2-7.8)	1.8 (0.8-3.8)
Vieron publicidad o promoción de nuevos productos en el cine			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	0.4 (0.3-0.6)	0.4 (0.2-0.7)	0.3 (0.1-1.0)
Entre aquellos que vieron los mensajes en ese medio en los últimos 30 días	1.2 (0.6-2.1)	1.4 (0.8-2.4)	0.9 (0.3-2.7)
Vieron mensajes a favor de nuevos productos en mensajería Móvil (WhatsApp, Telegram, WeChat)			
Entre todos los estudiantes en los últimos 30 días	0	0	0
Entre aquellos que vieron los mensajes en ese medio en los últimos 30 días	0	0	0

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023

Un 7.4% (LIC 95%: 6.3%-8.8%) de los jóvenes de 13 a 15 años que manifestaron tener algún artículo o ropa con alguna marca o logotipo de productos de tabaco. No se observaron diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 21).

Un 22.6% (LIC 95%: 20.1%-25.4%) de los jóvenes de 13 a 15 años que manifestaron usarían tener algún artículo o ropa con alguna marca o logotipo de productos de tabaco. Esta proporción es mayor en chicos (24.5%, LIC 95%: 20.8-28.6%) que las chicas (20.9%, LIC 95%: 18.6%-23.3%) (Tabla 21), pero estas diferencias son estadísticamente marginales (valor de p: 0.057, prueba de chi cuadrado con ajuste de Rao & Scott para muestras complejas).

La proporción de jóvenes no fumadores que poseen o podrían usar algún objeto con una marca o logotipo de productos de tabaco fue de 18.9% (LIC 95%: 16.3%-21.8%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 21).

Tabla 21. Jóvenes de 13 a 15 años que manifestaron tener o que podrían usar algún artículo, ropa con marca o logotipo de productos de tabaco según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Indicadores de promoción de productos de tabaco	Sexo (%)		
	Todos	**Chicos**	**Chicas**
Manifestaron tener alguna ropa o artículo con el logotipo o distintivo de alguna marca[1]	7.4 (6.3-8.8)	7.3 (5.8-9.0)	7.6 (5.9-9.8)
Manifestaron que podrían ser usuarios de algún artículo[1]	22.6 (20.1-25.4)	24.5 (20.8-28.6)	20.9 (18.6-23.3)
No fumadores que poseen o podrían usar un objeto[2,3]	18.9 (16.3-21.8)	20.7 (16.9-25.2)	17.1 (15.1-19.3)

[1]Por ejemplo, un suéter, un bolígrafo, o una mochila [2]Aquellos que usan algún objeto con la marca de algún producto de tabaco [3]Aquellos considerados altamente receptivos al mercadeo de productos de tabaco (y a riesgo de consumir productos de tabaco en el futuro).
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.5 Acceso y disponibilidad a productos de tabaco (R)

3.5.1 Fuentes de obtención de cigarrillos entre usuarios actuales

Un 44.1% (LIC 95%: 31.9%-57.1%) de los fumadores actuales obtuvo un cigarrillo de otras personas, no se estimaron diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 22).

La proporción de fumadores actuales que compró cigarrillos de una persona fue de 36.4% (95% LIC 95%: 25%-49.4%). Un 49.8% (LIC 95%: 34.1%-65.5%) de los chicos indicó comprar cigarrillos a una persona, siendo más alta que en las chicas quienes reportaron el 17.3% (LIC 95%: 8.3%-32.7%) (Ver Tabla 22).

La proporción de fumadores actuales que compró cigarrillos en una tienda o minisúper fue de 19.0% (95% LIC 95%: 12.3%-28.1%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 22).

La proporción de fumadores actuales que compró cigarrillos de un vendedor ambulante fue de 14.2% (95% LIC 95%: 6.9%-26.9%). Los chicos (LIC 95%: 11.9%-36.6%) tienen una proporción 18,4 % más elevada que las chicas [3.4% (LIC 95%: 1.4%-8.3%)] (Tabla 22).

No se reportó compra en quioscos o supermercados.

La proporción de fumadores actuales que compró los cigarrillos en una máquina expendedora fue de 0.7% (LIC 95%: 0.2%-2.9%). Sin diferencias estadísticamente por sexo. (Tabla 22).

Tabla 22. Fumadores de 13 a 15 años por fuente de obtención de cigarrillos según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Fuente de obtención	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Obtenido de otras personas	44.1 (31.9-57.1)	38.9 (23.6-56.8)	51.3 (35.8-66.6)
Comprado a una persona	36.4 (25.0-49.4)	49.8 (34.1-65.5)	17.3 (8.3-32.7)
Comprado en una tienda, o minisúper	19.0 (12.3-28.1)	26.1 (15.7-40.3)	8.7 (2.7-24.9)
Obtenido de otros medios	18.8 (13.4-25.8)	10.3 (4.6-21.4)	31.1 (19.6-45.4)
Comprado de un vendedor ambulante	14.2 (6.9-26.9)	21.8 (11.9-36.6)	3.4 (1.4-8.3)
Comprado de una máquina expendedora de cigarrillos	0.7 (0.2-2.9)	1.0 (0.2-5.2)	0.3 (0.0-2.2)

[1]Cómo los fumadores actuales de cigarrillos obtuvieron los mismos en los últimos 30 días.
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

El 50.2% (95% LIC 95%: 40.4%-60.0%) de los consumidores actuales de cigarrillos electrónicos lo obtuvo de otras personas. El 34.5% (LIC 95%: 23.2%-47.8%) de los chicos manifestaron que obtuvo cigarrillos electrónicos de otras personas, siendo esta prevalencia más baja que en las chicas, que lo indicaron en 65.0% (LIC 95%: 54.1%-74.6%) (Tabla 23).

La proporción de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos que los compró en internet fue de 7.7% (LIC 95%: 4.8%-12%). La misma fue 7.8 veces más elevada en los chicos 11.7% (LIC 95%: 7.4%-18.0%, p= 95%) que en las chicas que lo reportaron en 3.9%, (LIC 95%: 1.3%-11.0%) (Tabla 23).

La proporción de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos que los compró en una tienda o minisúper fue de 19.0% (LIC 95%: 12.3%-28.1%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 23).

La prevalencia de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos que los compró de un vendedor ambulante fue de 7.1% (LIC 95%: 3.8%-12.8%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 23).

La proporción de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos que los compró en la escuela fue de 2.3% (LIC 95%: 1.1%-4.8%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas para este indicador por sexo (Tabla 23).

El 0.8% (95% LIC 95%: 0.1%-5.4%, p= 95%) de los usuarios actuales de cigarrillos electrónicos los compró el exterior. No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 23).

La proporción de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos que los obtuvo a través de otros medios fue de 16.3% (LIC 95%: 11.6%-22.3%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo para este indicador (Tabla 23).

Tabla 23. Jóvenes de 13 a 15 años que son usuarios actuales de cigarrillos electrónicos por fuente de obtención según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

	Sexo (%)		
Fuente de obtención	**Todos**	**Chicos**	**Chicas**
Obtenido de otras personas	50.2 (40.4-60.0)	34.5 (23.2-47.8)	65.0 (54.1-74.6)
Comprado en el internet	15.7 (10.4-23.0)	20.9 (11.5-34.9)	10.8 (6.1-18.2)
Comprado en una tienda, minisúper, quiosco o supermercado	7.7 (4.8-12.0)	11.7 (7.4-18.0)	3.9 (1.3-11.0)
Comprado de un vendedor ambulante	7.1 (3.8-12.8)	8.4 (3.8-17.4)	5.9 (2.5-13.5)
Comprado la escuela	2.3 (1.1-4.8)	3.4 (1.1-10.1)	1.3 (0.2-7.8)
Comprado el exterior	0.8 (0.1-5.4)	0.0 (0.0-0.0)	1.5 (0.2-10.2)
Obtenido de otros medios	16.3 (11.6-22.3)	21.2 (12.4-33.7)	11.7 (6.4-20.4)

Cómo los usuarios actuales de cigarrillos electrónicos obtuvieron los mismos en los últimos 30 días.
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.5.2 Fumadores actuales de 13 a 15 años donde la edad no fue impedimento para comprar productos de tabaco

La proporción de fumadores actuales de cigarrillos donde la edad no fue impedimento para comprar los mismos fue de 50.6% (LIC 95%: 34%-67.1%). Sin diferencias estadísticamente significativas según sexo.

3.5.3 Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años según cómo compró los cigarrillos la última vez

Un 61.4% (LIC 95%: 42.2%-77.6%) de los encuestados que son fumadores actuales indicaron comprar cigarrillos individuales. Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 24).

La proporción de fumadores actuales que compraron cajetillas de 20 cigarrillos fue de 28.0% (95% LIC 95%: 14.1%-48%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 24).

Un 9.3% (LIC 95%: 3.1%-24.8%) de los fumadores actuales indicaron que comprar cartones de cigarrillos. Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 24).

La proporción de fumadores actuales que compraron cigarrillos liados a mano fue de 1.1% (LIC 95%: 0.4%-3.2%, p= 95%). Sin diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 24).

El 0.2%(LIC 95%: 0%-1.6%, p= 95%) de fumadores actuales compraron cigarrillos enrollados por sí mismos. No se estimaron diferencias estadísticamente significativas según sexo (Tabla 24).

Tabla 24. Fumadores actuales de cigarrillos de 13 a 15 años que adquirieron en los últimos 30 días por forma de compra según sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Forma de compra	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Cigarrillos individuales	61.4 (42.2-77.6)	72.2 (47.1-88.4)	42.3 (25.5-61.0)
Cajetilla de 20 cigarrillos	28.0 (14.1-48.0)	18.2 (6.9-40.0)	45.2 (24.6-67.6)
Cartón	9.3 (3.1-24.8)	8.2 (1.7-32.3)	11.3 (2.0-44.8)
Cigarrillos liados a mano	1.1 (0.4-3.2)	1.4 (0.4-4.8)	0.6 (0.1-5.1)
Cigarrillos enrollados por ellos mismos	0.2 (0.0-1.6)	0	0.6 (0.1-4.9)

[1]Información basada en la última compra entre aquellos que compraron cigarrillos en los últimos 30 días
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.5.4 Opinión del costo estimado del paquete de cigarrillos

Cerca de la mitad de los jóvenes 47.3% (LIC 95%: 44.0%-50.7%) estimaron el precio correcto (B./4.51 o más), en tanto que un 6.3% (LIC 95%: 5.2%-7.6%, p= 95%) de los jóvenes no pudieron estimar el costo de una cajetilla de cigarrillos. No se apreciaron diferencias estadísticamente significativas para ninguno de estos indicadores por sexo (Tabla 25).

Tabla 25. Jóvenes de 13 a 15 años según su opinión cual es el costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos	Todos	Chicos	Chicas
Menos de B./0.75[1]	15.7 (13.0-18.9)	14.6 (11.8-17.8)	16.9 (13.5-20.8)
Entre B./0.75 y B./1.50[1]	10.6 (9.4-11.8)	11.8 (10.8-12.9)	9.4 (7.4-11.8)
Entre B./1.51 y B./2.50[1]	8.7 (7.4-10.2)	8.7 (7.1-10.6)	8.7 (7.1-10.6)
Entre B./2.51 y B./3.50[1]	5.3 (4.0-7.0)	5.9 (3.9-8.6)	4.7 (3.4-6.6)
Entre B./3.51 y B./4.00[1]	5.2 (3.8-7.1)	5.4 (3.9-7.5)	5.0 (3.5-7.2)
Entre B./4.00-4.50[1]	7.2 (5.6-9.2)	7.5 (5.7-9.7)	6.9 (4.9-9.6)
4.51 o más[1,2]	47.3 (44.0-50.7)	46.2 (42.0-50.5)	48.4 (44.6-52.2)
No sabe el precio[3]	6.3 (5.2-7.6)	7.0 (5.8-8.4)	5.6 (4.2-7.6)

[1]Entre aquellos que respondieron "En promedio, ¿cuánto crees tú que cuesta un paquete de 20 cigarrillos?" y no respondieron "no sé". [2]Costo real de los cigarrillos vendidos a los mayores de edad [3] Entre todos los que respondieron "En promedio, ¿cuánto crees tú que cuesta un paquete de 20 cigarrillos?".
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

Cerca de la mitad de los jóvenes fumadores de cigarrillos 50.1% (LIC 95%: 46.9%-53.2%) estimaron el precio correcto (B./4.51 o más), en tanto que tres de cada diez (31.2%, LIC 95%: 22.2%-41.9%) hicieron esta estimación, mientras que esta proporción fue de un 26.1% de los jóvenes que nunca han fumado (Tabla 26).

Las diferencias en las proporciones de jóvenes que estimaron correctamente el precio de las cajetillas de cigarrillos por consumo de cigarrillos fueron estadísticamente significativa (valor de p: 0.01 para la prueba de chi cuadrado con ajuste de Rao & Scott para muestras complejas).

Tabla 26. Jóvenes de 13 a 15 años según opinión del costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos por antecedentes de consumo de cigarrillo. EMTJ Panamá, 2023.

Costo estimado de una cajetilla de 20 cigarrillos	Consumo de cigarrillos			
	Todos	Fumadores actuales	Exfumador	No fumadores
Menos de B./0.75[1]	15.7 (13.0-18.9)	17.3 (10.6-26.9)	16.7 (8.7-30.0)	15.5 (13.2-18.1)
Entre B./0.75 y B./1.50[1]	10.6 (9.4-11.8)	16.4 (8.7-28.6)	15.3 (11.9-19.4I	9.9 (9.0-10.9)
Entre B./1.51 y B./2.50[1]	8.7 (7.4-10.2)	11.5 (6.1-20.6)	7.0 (4.3-11.0)	8.6 (7.3-10.0)
Entre B./2.51 y B./3.50[1]	5.3 (4.0-7.0)	8.7 (2.6-25.5)	8.2 (5.8-11.4)	4.6 (3.4-6.3)
Entre B./3.51 y B./4.00[1]	5.2 (3.8-7.1)	10.9 (5.6-20.2)	7.8 (5.2-11.6)	4.9 (3.3-7.1)

Entre B./4.00-4.50[1]	7.2 (5.6-9.2)	9.1 (4.2-18.5)	13.8 (7.4-24.2)	6.5 (5.1-8.2)
Más de 4.51[1,2]	47.3 (44.0-50.7)	26.1 (13.6-44.2)	31.2 (22.2-41.9)	50.1 (46.9-53.2)
No sabe el precio[3]	6.3 (5.2-7.6)	6.5 (3.6-11.6)	6.4 (3.4-11.5)	6.2 (5.1-7.4)

[1]Entre aquellos que respondieron "En promedio, ¿cuánto crees tú que cuesta un paquete de 20 cigarrillos?" y no respondieron "no sé". [2]Costo real de los cigarrillos vendidos a los mayores de edad [3]Entre todos los que respondieron "En promedio, ¿cuánto crees tú que cuesta un paquete de 20 cigarrillos?".
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.6 Conocimientos y actitudes con respecto al tabaco

3.6.1 Indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a el tabaquismo

La proporción de adolescentes que pensaron que definitivamente era difícil dejar el hábito una vez que alguien ha empezado a fumar tabaco fue de 26.7% (LIC 95%: 24.6%-28.8%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 27).

La proporción de adolescentes que pensaron que definitivamente es difícil dejar el hábito una vez que alguien ha empezado a fumar pipas de agua fue de 22.6% (LIC 95%: 19.7%-25.8%). El 27.2% (LIC 95%: 24.0%-30.7%) de los chicos pensaron que definitivamente es difícil dejar el hábito una vez que alguien ha empezado a fumar pipas de agua, en tanto que solo el 18.2% (LIC 95%:14.9%-21.9%) de las chicas lo manifestó. No se estimaron diferencias estadísticamente significativas para por edad (Tabla 27).

Los adolescentes que pensaron que el fumar ayuda a las personas a sentirse más cómodas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales fue de 23.5% (LIC 95%: 20.8%-26.5%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 27).

La proporción de adolescentes que pensaron que el fumar ayuda a las personas a sentirse más aceptadas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales fue de 23.5% (95% LIC: 20.8%-26.5%). No hay diferencias estadísticamente significativas para esta la proporción. En tanto que, la proporción de adolescentes que pensaron que el fumar hace que las personas se sientan menos aceptadas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales fue de 50.6% (95% LIC: 47.8%-53.3%). Los chicos tienen esta proporción más baja que las chicas [chicos: 48.1%, 95% LIC (44.8%-51.4%), chicas: 53.0%, 95% LIC (49.3%-56.6%)] (Tabla 27).

Tabla 27. Jóvenes de 13 a 15 años según indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a el tabaquismo por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Indicador de conocimiento y actitudes con respecto al tabaquismo	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Pensaron que definitivamente sí es difícil dejar fumar tabaco una vez se empieza	26.7 (24.6-28.8)	24.7 (21.1-28.6)	28.6 (25.7-31.8)
Pensaron que definitivamente sí es difícil dejar fumar en pipas de agua una vez se empieza	22.6 (19.7-25.8)	27.2 (24.0-30.7)	18.2 (14.9-21.9)
Pensaron que el fumar ayuda a las personas a sentirse más aceptadas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales	23.5 (20.8-26.5)	24.0 (20.4-28.1)	23.0 (19.9-26.4)
Pensaron que el fumar no influye en que a personas se sientan aceptadas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales	25.9 (23.0-29.0)	27.9 (24.6-31.4)	24.0 (20.5-27.9)
Pensaron que el fumar hace que las personas se sientan menos aceptadas en celebraciones, fiestas o en otros actos sociales	50.6 (47.8-53.3)	48.1 (44.8-51.4)	53.0 (49.3-56.6)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.6.2 Con respecto al humo de tabaco de segunda mano

Un 60.7%(LIC 95%: 58.9%-62.5%) de los jóvenes piensan que definitivamente el humo del tabaco otras personas es dañino para ellos, no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 28).

El 81.1% (LIC 95%: 78.4%-83.6%, p= 95%) de los jóvenes están a favor de prohibición de fumar en lugares públicos cerrados, no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 28).

Tabla 28. Jóvenes de 13 a 15 años según indicadores de conocimientos y actitudes con respecto a humo de segunda mano por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Indicador de conocimientos y actitudes con respecto a humo de segunda mano	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Definitivamente el humo del tabaco era dañino a otras personas	60.7 (58.9-62.5)	59.5 (57.0-61.8)	61.8 (59.1-64.5)
Están a favor de prohibición de fumar en lugares públicos abiertos	81.1 (78.4-83.6)	80.1 (76.9-83.0)	82.1 (79.2-84.8)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.6.3 Creencias en cuanto a la motivación para fumar

El 33.2% (LIC 95%: 29.8%-36.8%) de los estudiantes creen que los jóvenes que fuman lo hacen porque desean experimentar cosas nuevas. De estos el 36.9% (LIC 95%: 32.4%-41.6%, p= 95%) son chicos y un 29.5% (LIC 95%: 26.2%-33.1%, p= 95%) son chicas. No hay diferencias estadísticamente significativas por edad (Tabla 29).

Un 32.2% (LIC 95%: 29%-35.5%, p= 95%) de los estudiantes creen que los jóvenes que fuman lo hacen porque lucen más atractivos, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 29).

La proporción de estudiantes que creen que los jóvenes que fuman porque les hacen tener más amistades fue de 5.1% (LIC 95%: 4%-6.3%, p= 95%). La proporción de chicos que creen que los jóvenes fuman porque les hacen tener más amistades fue más baja (4.2%, LIC 95%: 3.2%-5.5%) que las chicas, las que lo manifestaron en un 5.8%, (LIC 95%: 4.5%-7.5%, p= 95%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por edad (Tabla 29).

La relación de estudiantes que creen que los jóvenes que fuman les alivia el estrés fue de 8.1% (95% LIC 95%: 6.5%-10.1%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 29).

La proporción de estudiantes que creen que los jóvenes que fuman les alivia la depresión fue de 9.2% (95% LIC 95%: 7.6%-11.1%). Siendo estos, un 5.5% (LIC 95%: 3.6%-8.4%, p= 95%) de chicos y un 12.8% (LIC 95%: 10.5%-15.4%) (Tabla 29).

Tabla 29. Jóvenes de 13 a 15 años según sus creencias en cuanto a la motivación para fumar por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Creencia en cuanto a la motivación de fumar	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Experimentar cosas nuevas	33.2 (29.8-36.8)	36.9 (32.4-41.6)	29.5 (26.2-33.1)
Lucen más atractivos ("*verse más cool*")	32.2 (29.0-35.5)	32.7 (28.9-36.7)	31.7 (28.2-35.4)
Tienen más amistades	5.1 (4.0-6.3)	4.2 (3.2-5.5)	5.8 (4.5-7.5)
Se les alivia el estrés	8.1 (6.5-10.1)	7.8 (5.9-10.3)	8.4 (6.6-10.7)
Se les alivia la depresión	9.2 (7.6-11.1)	5.5 (3.6-8.4)	12.8 (10.5-15.4)
Llevarle la contraria a los padres	2.1 (1.5-2.9)	1.8 (1.2-2.6)	2.4 (1.7-3.4)
Otros motivos	10.2 (8.7-11.9)	11.1 (9.8-12.4)	9.4 (7.3-11.9)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

3.6.4 Cambio en la frecuencia de consumo de productos de tabaco tradicionales y emergentes a consecuencia de la pandemia de COVID-19

La proporción de jóvenes consumidores de productos de tabaco tradicionales que aumentaron su consumo a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 fue de 47.7% (95% LIC 95%: 31.2%-64.6%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 30).

El 30.4% (LIC 95%: 17.3%-47.6%, p= 95%) de los jóvenes consumidores de productos de tabaco tradicionales indico que su consumo a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 no cambio. No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 30).

Tabla 30. Jóvenes de 13 a 15 años que usan productos de tabaco fumados según el cambio en la frecuencia de consumo a consecuencia de la pandemia de COVID-19 por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Frecuencia	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Aumenta el consumo	47.7 (31.2-64.6)	63.0 (36.9-83.3)	25.8 (8.9-55.4)
Consumo sin cambios	30.4 (17.3-47.6)	30.3 (11.3-59.6)	30.5 (15.2-52.0)
Disminuye el consumo	22.0 (11.2-38.6)	6.7 (2.8-15.4)	43.6 (25.3-63.8)

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

La proporción de jóvenes consumidores de nuevos productos que aumentaron su consumo a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 fue de 37.7% (LIC 95%: 27.9%-48.8%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 31).

El 17.5% (LIC 95%: 10.7%-27.3%, p= 95%) de los jóvenes consumidores de nuevos productos manifestó que su consumo a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 no cambio, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 31).

Tabla 31. Jóvenes de 13 a 15 años que usan productos novedosos de tabaco según el cambio en la frecuencia de consumo a consecuencia de la pandemia de COVID-19 por sexo. EMTJ Panamá, 2023.

Frecuencia	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Aumenta el consumo	37.7 (27.9-48.8)	27.3 (15.5-43.4)	48.1 (31.7-64.9)
Consumo sin cambios	17.5 (10.7-27.3)	23.7 (12.6-39.9)	11.4 (5.5-22.0)
Disminuye el consumo	44.8 (34.9-55.1)	49.0 (34.4-63.9)	40.6 (27.0-55.7)

Fuente: Encuesta Mundial • Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

4. Comparación con EMTJ previas

4.1 Uso de Tabaco

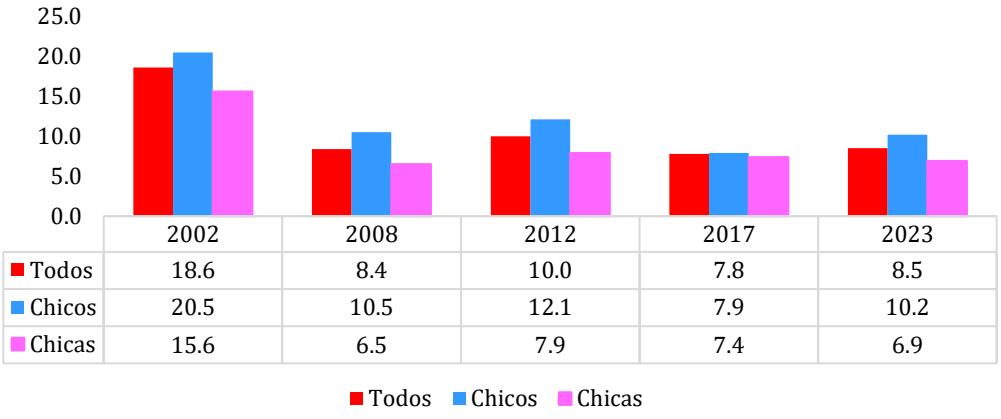
4.1.1 Tabaquismo actual

En la Gráfica 1 se aprecia la tendencia descendente de la prevalencia de uso actual de productos de tabaco comparando las EMTJ entre los años 2002 a 2023. En el año 2008 se implementa el CMCT mediante la Ley 13.

Para valorar el efecto del año de la encuesta, se procede a comparar un modelo de regresión logística donde esta variable se utiliza como continua contra un modelo con variables dummies para cada año mediante la prueba de razones de verosimilitud para muestras complejas, la cual se interpreta como que este último modelo no está anidado (valor de $p < 0.001$). Posteriormente, cuando se compara el modelo anteriormente obtenido (los años de la encuesta como variables dummies) contra uno donde los años 2008 al 2023 juntos como una sola variable dummy, al realizar la misma prueba, se observa que el mismo está anidado dentro de este nuevo modelo (valor de p para la prueba de razones de verosimilitud de 0.66), por lo que este utiliza este último. Esto indica que desde el año 2008 no ha habido cambios en la prevalencia de consumo actual de productos de tabaco hasta el momento de la realización de la última encuesta en el 2023. Simultáneamente, se aprecia que el modelo donde se utiliza la edad de 15 años contra la de los demás estudiantes es el más informativo.

En el modelo utilizado, la prevalencia predicha de tabaquismo actual en el 2002 fue de 25.2% y desde el año 2008 fue de 11.4% en la categoría de referencia (varones de 13 y 14 años), lo que representa una reducción de 54.7%. Las chicas tienen menos consumo que los chicos (OR-chicas: 0.72, 95% LIC 95%:0.62-0.84). Los chicos de 15 años y más tienen más consumo actual de los productos que los demás estudiantes (OR: 1.34, 95% LIC 95%: 1.14-1.58).

Gráfica 1. Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco por sexo según año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.



	2002	2008	2012	2017	2023
Todos	18.6	8.4	10.0	7.8	8.5
Chicos	20.5	10.5	12.1	7.9	10.2
Chicas	15.6	6.5	7.9	7.4	6.9

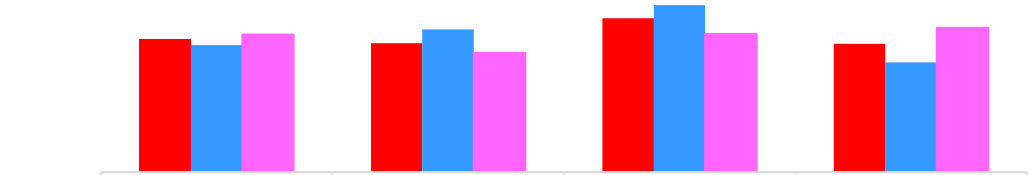
Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008. 2012, 2017 y 2023.

4.1.2 Susceptibilidad a usar productos de tabaco entre no fumadores

En la Gráfica 2, se aprecian los cambios en la susceptibilidad a usar productos de tabaco en jóvenes que nunca han probado productos de tabaco comparando las EMTJ entre los 2002 y el 2023. Dado que cuestionario del año 2008, no se puede valorar la prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco, se omite de este análisis.

Al realizar el modelo de regresión logística, se aprecia que ni el sexo ni el año de la encuesta están asociados en la susceptibilidad al consumo de productos de tabaco. Sin embargo, la susceptibilidad aumenta un 14% por cada año cumplido (OR por año cumplido: 1.17, 95% LIC 95%: 1.05-1.30).

Gráfica 2. Jóvenes de 13 a 15 años que nunca han probado productos de tabaco según susceptibilidad al consumo por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2012, 2017 y 2023.



	2002	2012	2017	2023
Todos	15.3%	14.9%	17.8%	14.8%
Chicos	14.7%	16.5%	19.3%	12.7%
Chicas	15.9%	13.8%	16.0%	16.7%

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2012, 2017 y 2023

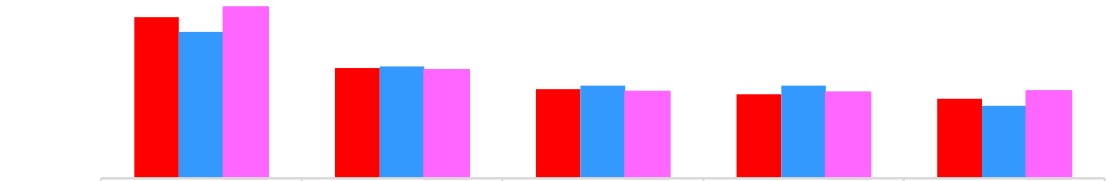
4.1.3 Exposición al humo de tabaco de segunda mano

En la Gráfica 3 se aprecia la tendencia a disminuir la exposición al humo de tabaco de segunda mano en el comparando las EMTJ entre los años 2002 y 2023. Se aprecia una disminución progresiva.

Para valorar el efecto del año de la encuesta en la exposición de humo de segunda mano en el hogar, se procede a comparar un modelo de regresión logística de esta variable como continua contra un modelo con variables dummies para el año de encuesta, se realiza la prueba de razones de verosimilitud para encuestas con muestreo complejo, la cual revela que este último modelo no está anidado (valor de $p < 0.001$). Posteriormente, cuando se compara el modelo anteriormente obtenido (los años de la encuesta como variables dummies) contra uno donde los años 2012 al 2023 juntos como una sola variable dummy, al realizar la misma prueba, se observa que el mismo está anidado dentro de este nuevo modelo (valor de p para la prueba de razones de verosimilitud de 0.21), por lo que este utiliza este último. Este modelo anidado indica que desde el año 2012 no ha habido cambios en la prevalencia de la exposición al humo de segunda mano hasta la realización de la última encuesta en el 2023.

En el modelo utilizado, la prevalencia predicha de exposición al humo de tabaco de segunda mano en el año 2002 fue de 20.7% y en el 2008 fue de 13.5% en la categoría de referencia (varones de 13 años), lo que representa una reducción de 42.4%. En el año 2012, esta prevalencia estimada fue de 10.0% en esta categoría de referencia (varones de 13 años), lo que representa una reducción de un 25.8%. No hay diferencias estadísticamente por sexo, pero sí por edad (OR por año cumplido sobre la edad de referencia: 1.10, 95% LIC 95%: 1.03-1.19).

Gráfica 3. Jóvenes de 13 a 15 años según exposición al humo de tabaco de segunda mano en el hogar por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023



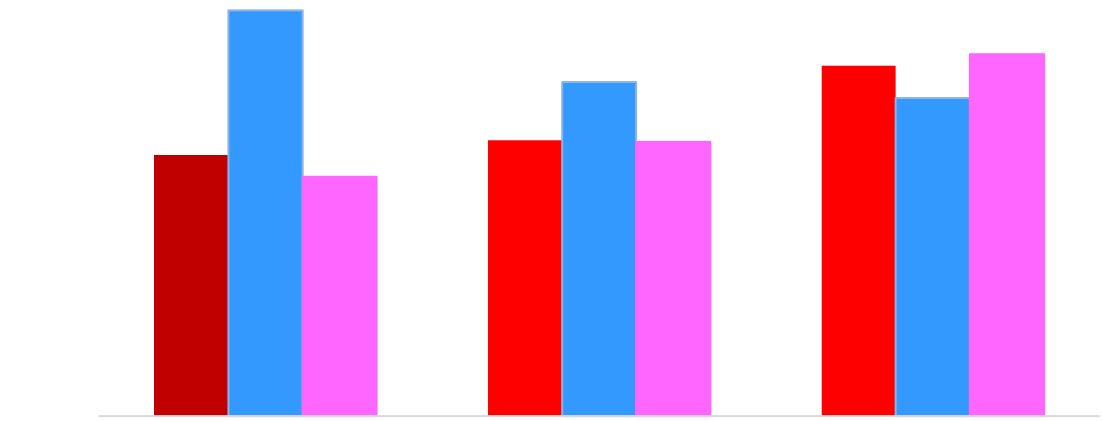
	2002	2008	2012	2017	2023
Todos	32.0	21.9	17.7	16.7	15.8
Chicos	29.1	22.2	18.4	18.4	14.4
Chicas	34.0	21.5	17.2	17.1	17.3

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023

En la Gráfica 4 se aprecia la proporción de jóvenes expuestos al humo de tabaco de segunda mano en la escuela y sus alrededores comparando las EMTJ entre los años 2012 y 2023.

Al valorar las pruebas de las razones de verosimilitud de los modelos de regresión logística no condicional para dilucidar el efecto del año de la encuesta, el sexo y la edad, se aprecia que el modelo más sencillo con la mayor cantidad de información es un modelo donde se comparan los años 2012 y 2017contra el año 2023 y la edad se valora como una variable numérica con la referencia a los 13 años. La prevalencia de la exposición al humo de tabaco de segunda mano en la escuela o sus alrededores predicha por el modelo en el periodo comprendido por los años 2012 y 2017 fue de 27.4%, mientras que para el 2023 fue de 32.6%. En este modelo, no hay diferencias estadísticamente por sexo ni por edad.

Gráfica 4. Jóvenes de 13 a 15 años según exposición al humo de tabaco de segunda mano en la escuela o sus alrededores por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ Panamá 2012, 2017 y 2023.



	2012	2017	2023
Todos	27.9	28.9	34.0
Chicos	37.8	32.9	31.8
Chicas	26.4	28.8	34.8

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008. 2012, 2017 y 2023

4.1.4 Publicidad de productos de tabaco

En la Gráfica 5 se muestra la proporción de jóvenes de 13 a 15 años que observaron actores fumando en TV, películas o videos, entre los años 2002 a 2017.

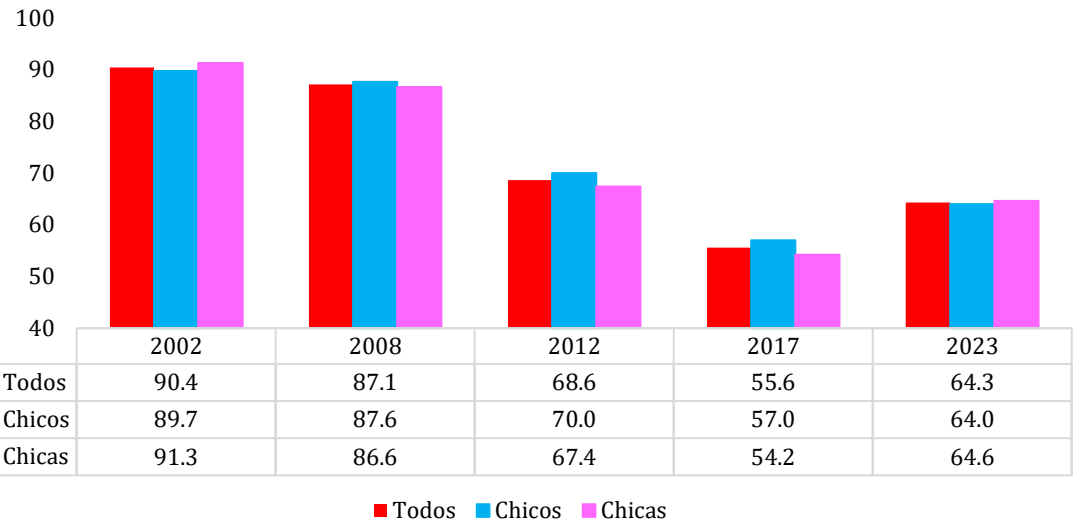
Para valorar el efecto del año de la encuesta en la publicidad de productos de tabaco, se procede a comparar un modelo de regresión logística del año de la encuesta como una variable continua contra un modelo con variables dummies para el año de encuesta mediante la prueba de razones de verosimilitud para muestras complejas, la cual se interpreta como que este último modelo no está anidado (valor de $p < 0.001$). Posteriormente, se hace una evaluación similar con la edad, pero al evaluar esta variable, se aprecia que el modelo con la edad como categórica está anidado en el modelo de la edad como variable continua (valor de p 0.40), por lo que se utiliza este último, porque el categórico no provee de información adicional.

En el modelo utilizado, la proporción de jóvenes predicha por el modelo en estudiantes de 13 años (nivel de referencia) en el año 2002 fue de 86.2%, en el año 2008 fue de 80.7%, el 2012 fue de 57.7%, luego en el 2017 fue de 44.5% y finalmente en el 2023 fue de 52.7%. En virtud de la prohibición en la publicidad,

promoción y patrocinio de productos de tabaco en todos los medios de comunicación de este país, con la salvedad que la misma ha disminuido.

No hay diferencias estadísticamente por sexo, pero sí por edad (OR por año cumplido sobre la edad de referencia: 1.14, 95% LIC 95%: 1.06-1.22).

Gráfica 5. Jóvenes de 13 a 15 años según obsevación de alguien fumando en películas, televisión o videos por sexo y año de realización de la encuesta. EMTJ Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.



	2002	2008	2012	2017	2023
Todos	90.4	87.1	68.6	55.6	64.3
Chicos	89.7	87.6	70.0	57.0	64.0
Chicas	91.3	86.6	67.4	54.2	64.6

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023

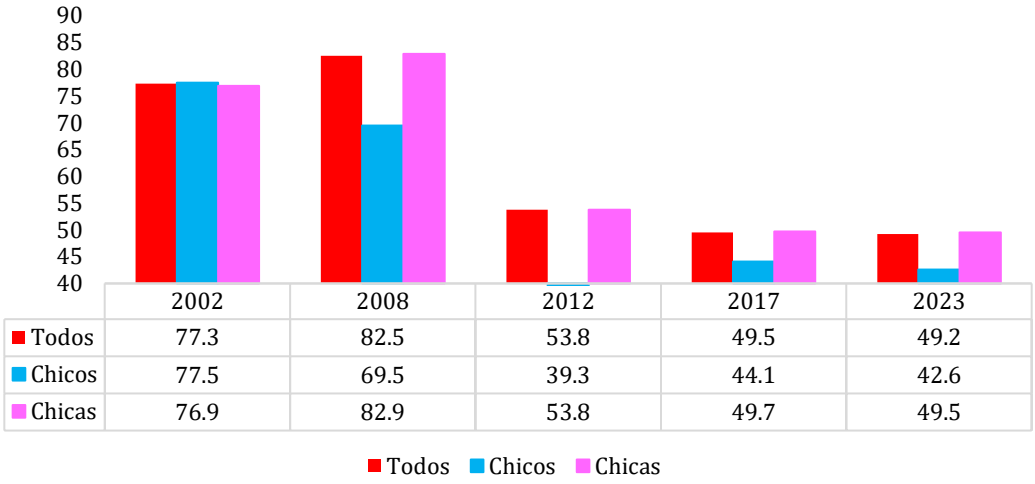
4.1.5 Concienciación acerca de los peligros de los productos de tabaco

En la Gráfica 6 se muestra la proporción de jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el uso de tabaco en TV, películas o videos entre los años 2002 y 2023.

Para valorar el efecto del año de la encuesta en relación con los peligros de los productos de tabaco, se procede a realizar pruebas de razones de verosimilitud, siendo que el modelo más sencillo sin pérdida de información es el que hay un variable dummy para cada año, excepto una variable dummy para los años 2017 y 2023.

En el modelo utilizado, la proporción de jóvenes predicha para la observación por parte de los estudiantes de mensajes contra el uso de tabaco en los estudiantes en el año 2002 fue de 74.6%, en el 2008 fue de 79.7%, en el año 2012 bajó a 49.1% y desde el 2017 hasta la fecha fue de 44.9%. En el modelo final, no se aprecian diferencias estadísticamente por sexo, ni por edad.

Gráfica 6. Jóvenes de 13 a 15 años que observaron mensajes contra el uso de tabaco en televisión, películas o videos por sexo según año de realización de encuesta. EMTJ Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.



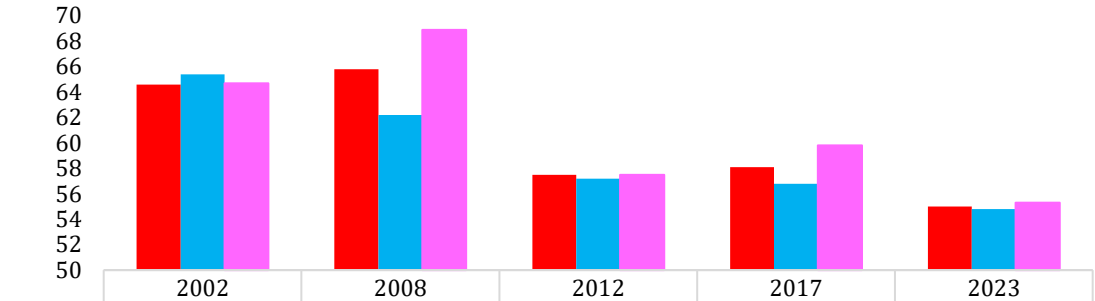
	2002	2008	2012	2017	2023
Todos	77.3	82.5	53.8	49.5	49.2
Chicos	77.5	69.5	39.3	44.1	42.6
Chicas	76.9	82.9	53.8	49.7	49.5

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023

En la Gráfica 7 se muestra la proporción de jóvenes de 13 a 15 años que recibieron información en clases acerca de los peligros del uso de tabaco, entre los años 2002 y 2023. Se aprecia que esta proporción cae ocho puntos porcentuales entre el 2008 y el 2012, posteriormente no se aprecian más cambios. Al hacer el modelo de regresión logística, se aprecia que dicha caída en este indicar es estadísticamente significativa (OR-2012: 0.70, 95% LIC 95%: 0.62-0.78; año 2008: referencia) y los cambios en los años siguientes no lo son (OR-2017: 1.04, 95% LIC 95%: 0.93-1.16; OR-2023: 0.91, 95% LIC 95%: 0.82-1.02; 2012 como referencia).

Las chicas refieren que se les ha brindado información en clases con mayor frecuencia que los chicos, pero la diferencia es estadísticamente marginal (OR: 1.10, 95% LIC 95%: 1.00-1.20). No se aprecian diferencias estadísticamente significativas por edad (OR por cada año cumplido: 0.97, 95% LIC 95%:0.9popñl´-1-1.03).

Gráfica 7. Jóvenes de 13 a 15 años que recibieron información en clases acerca de los peligros del uso de productos de tabaco según sexo por año de realización de la encuesta. EMTJ 2002, 2008, 2012, 2017 y 2023.



	2002	2008	2012	2017	2023
Todos	64.6	65.8	57.5	58.1	55.0
Chicos	65.4	62.2	57.2	56.8	54.8
Chicas	64.7	68.9	57.5	59.8	55.3

Todos Chicos Chicas

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2002, 2008. 2012, 2017 y 2023.

4.2. Resultados de Regiones de Salud Priorizadas

4.2.1 Resultados de Bocas del Toro

4.2.1.1 Uso del tabaco

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fue de 10.9% (LIC 95%: 9.3%-12.8%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fue de 26.0% (LIC 95%: 23.3%-28.8%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

4.2.1.1.1 Tabaco fumado

Uso actual de tabaco fumado

La prevalencia del uso actual de productos tabaco fumado fue de 7.6% (LIC 95%: 6.1%-9.3%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia del consumo actual de cigarrillo fue de 4.3% (LIC 95%: 3.3%-5.8%, p= 95%). Los chicos tienen una prevalencia del consumo actual de cigarrillo de

6.0%, (LIC 95%: 4.1%-8.7%, p= 95%), siendo 1.7% más elevada que las chicas (LIC 95%: 1.7%-4.1%, p= 95%) (Tabla 32).

La prevalencia del consumo actual de pipas de agua fue de 0.7% (LIC 95%: 0.4%-1.3%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia del consumo actual de otros productos de tabaco fumado fue de 3.8% (LIC 95%: 2.9%-5%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

Prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fumado

La prevalencia del consumo actual de productos de tabaco fumado fue de 21.1% (LIC 95%: 18.6%-23.8%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de vida del consumo de cigarrillos fue de 12.5% (LIC 95%: 10.6%-14.8%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de vida del consumo de pipas de agua fue de 5.2% (LIC 95%: 4%-6.7%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco calentado fue de 2.5% (LIC 95%: 1.8%-3.5%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas para este indicador por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de vida del consumo de otros productos fumados fue de 9.0% (LIC 95%: 7.4%-10.9%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

4.2.1.1.2 Cigarrillos electrónicos

La prevalencia del consumo actual de cigarrillos electrónicos fue de 5.0% (LIC 95%: 3.9%-6.3%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La prevalencia de vida del consumo de cigarrillos electrónicos fue de 13.4% (LIC 95%: 11.5%-15.7%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

4.2.1.1.3 Tabaco sin humo

La prevalencia del consumo actual de productos de tabaco sin humo fue de 3.4% (LIC 95%: 2.7%-4.3%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo.

La prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo fue de 4.9% (LIC 95%: 4%-6%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

4.2.1.1.4 Susceptibilidad a productos del tabaco

La susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores fue de 15.0% (LIC 95%: 13.1%-17.1%, p= 95%), sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar un cigarrillo en el futuro fue de 8.9% (LIC 95%: 7.3%-10.8%, p= 95%), no se estimaron diferencias estadísticamente significativas para este indicador por sexo (Tabla 32).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar de fumar pipas de agua en el futuro fue de 12.2% (LIC 95%: 10.6%-14%, p= 95%), no hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 32).

Tabla 32. Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Bocas del Toro, 2023.

Tipo de producto/susceptibilidad	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Productos de tabaco fumado			
Prevalencia actual del consumo de productos de tabaco fumado[1]	7.6 (6.1-9.3)	8.7 (6.7-11.3)	6.3 (4.7-8.4)
Prevalencia actual del consumo de cigarrillos[2]	4.3 (3.3-5.8)	6.0 (4.1-8.7)	2.6 (1.7-4.1)
Prevalencia consumidores de productos de cigarrillo frecuentes[3]	0.4 (0.2-0.8)	0.4 (0.1-1.2)	0.4 (0.1-1.0)
Prevalencia actual de los fumadores en pipas de agua[4]	0.7 (0.4-1.3)	0.9 (0.4-1.9)	0.6 (0.2-1.4)
Prevalencia actual del consumo de tabaco calentado[5]	2.5 (1.8-3.5)	2.8 (1.7-4.6)	2.3 (1.6-3.2)
Prevalencia actual del consumo de otros productos de tabaco fumado[6]	3.8 (2.9-5.0)	3.6 (2.5-5.1)	4.0 (2.7-5.9)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco fumado[7]	21.1 (18.6-23.8)	22.4 (19.2-25.9)	19.8 (16.8-23.3)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillos[8]	12.5 (10.6-14.8)	14.2 (11.3-17.5)	11.0 (8.9-13.5)
Prevalencia de vida del consumo de pipas de agua[9]	5.2 (4.0-6.7)	5.5 (3.9-7.8)	4.9 (3.6-6.6)
Prevalencia de vida del consumo de tabaco calentado[10]	7.1 (5.6-9.1)	8.1 (5.9-10.9)	6.3 (4.8-8.4)
Prevalencia de vida del consumo de otros productos de tabaco fumado[11]	9.0 (7.4-10.9)	9.6 (7.6-12.0)	8.5 (6.4-11.3)
Productos de tabaco sin humo			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco sin humo[12]	3.4 (2.7-4.3)	3.2 (2.2-4.6)	3.6 (2.7-4.8)

Tipo de producto/susceptibilidad	Sexo (%)		
	Todos	Chicos	Chicas
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo[13]	4.9 (4.0-6.0)	4.1 (3.0-5.7)	5.6 (4.3-7.4)
Productos del tabaco			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco[14]	10.9 (9.3-12.8)	11.8 (8.3-13.3)	10.0 (8.1-12.2)
Prevalencia de vida consumo de productos de tabaco[15]	26.0 (23.3-28.8)	27.8 (18.8-24.9)	24.3 (21.1-27.8)
Cigarrillo electrónico			
Prevalencia de consumo actual de cigarrillo electrónico[16]	5.0 (3.9-6.3)	5.2 (3.7-7.2)	4.8 (3.3-7.0)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillo electrónico[17]	13.4 (11.5-15.7)	13.7 (10.9-17.1)	13.2 (11.0-15.9)
Susceptibilidad a usar productos de tabaco			
Adolescentes que nunca han usado productos de tabaco, pero son susceptibles a usarlo en el futuro[18]	15.0 (13.1-17.1)	14.4 (11.8-17.4)	15.3 (13.0-17.9)
Adolescentes que nunca han fumado, pero piensan que podrían disfrutar de un cigarrillo[19]	9.7 (7.9-11.8)	9.1 (6.7-12.3)	10.2 (8.3-12.5)
Adolescentes que nunca han fumado pipas de agua, pero piensan que podrían disfrutar hacerlo[20]	12.2 (10.6-14.0)	13.8 (11.4-16.6)	10.7 (8.7-13.0)

[1]Consumo de tabaco fumado en los últimos 30 días (incluye cigarrillos, pipas de agua, tabaco calentado y otros), [2]Fumar cigarrillos en cualquier momento en los últimos 30 días, [3]Haber consumido 20 o más días cigarrillos en los últimos 30 días, [4]Fumar pipas de agua en cualquier momento en los últimos 30 días,[5]Usar productos de tabaco calentado en cualquier momento en los últimos 30 días, [6]Fumar cualquier producto de tabaco fumado, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calendado, [7]Haber fumado cualquier producto del tabaco aunque sea uno o dos pufs, [8]Haber fumado cigarrillos aunque sea uno o dos pufs, [9]Haber fumado pipas de agua en cualquier momento antes de realizar la encuesta, [10]Haber usado productos de tabaco calentado, [11]Haber fumado cualquier producto del tabaco, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calentado [12]Uso de productos de tabaco sin humo en los últimos 30 días, [13]Haber usado productos de tabaco sin humo en cualquier momento previo a la encuesta, [14]Uso de productos de tabaco en los últimos 30 días, [15]Haber usado productos de tabaco en cualquier momento previo a la encuesta, [16]Utilizar cigarrillos electrónicos en cualquier momento en los últimos 30 días, [17]Haber usado cigarrillos electrónicos en cualquier momento antes de la encuesta, [18]Responder "definitivamente sí", "probablemente sí" o "probablemente no" a la pregunta "si usaría algún producto de tabaco si uno de sus amigos le ofrece en los próximos 12 meses" o a la pregunta "si van a usar productos de tabaco en los próximos 12 meses" y no haber consumido nunca ningún producto de tabaco, [19]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar un cigarrillo", [20]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar pipas de agua".

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

4.2.1.2. Humo de segunda mano

La exposición al humo de segunda mano en la casa fue de 15.7% (LIC 95%: 14.0%-17.6%, p= 95%), en la escuela fue de 39.4% (36.8%-42.1%, p= 95%), en ambientes públicos cerrados fue de 30.6% (LIC 95%: 28.1%-33.1%, p= 95%), mientras que en los abiertos fue de 39.4% (LIC 95%: 33.0%-38.1%, p= 95%). En ninguno de estos cuatro ambientes había diferencias significativas en la exposición al humo de segunda mano según el sexo de estudiante.

4.2.1.3 Participación en alguna clase donde se mostraban los peligros de fumar en los últimos 12 meses

Dos de cada tres estudiantes (66.1%; 95% LIC 95%: 62.5%-69.5%) manifestaron que participaron en clases donde se mostraban los peligros del uso de productos de tabaco. Para esta proporción no había diferencias estadísticamente significativas por sexo. Esta prevalencia supera al país (55.0%) (95% LIC 95%: 50.0%-60.0%).

4.2.1.4 Conocimientos y actitudes

Cerca de dos de cada cinco estudiantes (58.4%, LIC 95%: 54.8%-62.0%, p= 95%) piensan que el humo de otras personas es dañino para ellos. Esta proporción fue de 62% (LIC 95%: 58.2%-66.1%, = 95%) en las chicas, en tanto que en los chicos fue más baja siendo 54.5% (LIC 95%: 49.7%-58.9%), con diferencias estadísticamente significativas (valor de p < 0.01, chi cuadrado con ajuste de Rao-Scott). Siendo esta prevalencia más baja que el país, reportada en 60.7% (LIC 95%: 58.9%-62.5%, p= 95).

Cuatro de cada cinco, es decir el 81.7% (LIC 95%: 78.7%-84.4%) de los estudiantes está a favor de la prohibición de fumar en espacios públicos abiertos, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo. Esta proporción es similar a la del país reportada en 81.1% (LIC 95%: 78.4%-83.6%, p= 95%).

4.3 Resultados de la Comarca Ngäbe-Buglé

4.3.1 Uso del tabaco

La prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fue de 16.9% (LIC 95%: 14.2%-19.9%, p= 95%). El 19.5% (LIC 95%: 16.4%-23.0%, p= 95%) de los chicos tienen una prevalencia de consumo actual de productos del tabaco, siendo esta más elevada que las chicas, que lo reportaron en14.0% (LIC 95%: 10.2%-18.7%, p= 95%) (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fue de 34.3% (LIC 95%: 30.9%-37.8%). Se estimo para este indicador en los chicos una prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco del 39.7% (LIC 95%: 35.8%-43.7%) y para las chicas en 28.4% (LIC 95%: 24.7%-32.5%, p= 95%) (Tabla 33).

4.3.1.1. Tabaco fumado

Uso actual de tabaco fumado

La prevalencia del uso actual de productos tabaco fumado fue de 11.2% (LIC 95%: 8.9%-13.9%, 95%). El 13.6% (LIC 95%: 11.2%-16.5%) de los chicos tienen una prevalencia del uso actual de productos tabaco fumado, en tanto que las chicas lo reportaron 5.1% menos (LIC 95%: 5.7%-12.3%, p= 95%) (Tabla 33).

La prevalencia del consumo actual de cigarrillo fue de 7.6% (LIC 95%: 5.9%-9.8%, p= 95%). Los chicos tienen una prevalencia del consumo actual de cigarrillo más elevada que las chicas [chicos: 10.1%, (LIC 95%: 7.6%-13.2%, p= 95%), chicas: 4.9%, (LIC 95%: 3.1%-7.6%, p= 95%)] (Tabla 33).

La prevalencia del consumo actual de pipas de agua fue de 1.6% (LIC 95%: 0.9%-2.8%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

La prevalencia del consumo actual de otros productos de tabaco fumado fue de 5.4% (LIC 95%: 3.7%-7.8%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

Prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fumado

La prevalencia de vida consumo actual de productos de tabaco fumado fue de 26.8% (LIC 95%: 23.3%-30.7%, p= 95%). El 32.4% (LIC 95%: 28.4%-36.6%) de los chicos reportaron una prevalencia de vida de productos de tabaco fumado, siendo esta más elevada que la de las chicas reportada en 20.8% (LIC 95%: 16.5%-25.8%, p= 95%) (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de pipas de agua fue de 10.4% (LIC 95%: 8.5%-12.8%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de cigarrillos fue de 16.3% (LIC 95%: 13.9%-19.1%). Al indagar este indicador por sexo, encontramos que los chicos reportaron el 20.7% (LIC 95%: 17.3%-24.5%, p= 95%) de prevalencia de vida del consumo de cigarrillos siendo esta 9.1 veces más que la reportada en las chicas [11.6% (LIC 95%: 9.2%-14.6%, p= 95%)] (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de otros productos fumados fue de 10.2% (LIC 95%: 7.1%-14.4%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas edad y sexo (Tabla 33).

4.3.1.2. Cigarrillo electrónico

La prevalencia del consumo actual de cigarrillos electrónicos fue de 3.5% (LIC 95%: 2.5%-4.9%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de cigarrillos electrónicos fue de 13.4% (LIC 95%: 10.6%-16.8%, p= 95%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo, para este indicador (Tabla 33).

4.3.1.3.Tabaco sin humo

La prevalencia del consumo actual de productos de tabaco sin humo fue de 5.8% (LIC 95%: 4.4%-7.5%, p= 95%). Sin diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

La prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo fue de 8.7% (LIC 95%: 6.3%-12%, p= 95%). No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

4.3.1.4. Susceptibilidad a productos del tabaco

La susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores fue de 20.1% (LIC 95%: 17.3%-23.3%, p= 95%). El 23.4%, (LIC 95%: 19.4%-27.8%, p= 95%) de los chicos manifestó una susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores, en tanto que para las chicas fue del 17.1% (LIC 95%: 14.2%-20.5%) (Tabla 33).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar un cigarrillo en el futuro fue de 20.7% (LIC 95%: 14.7%-28.4%, p= 95%)No hay diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

La proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar de fumar pipas de agua en el futuro fue de 21.2% (LIC 95%: 16.3%-27.1%, p= 95%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo (Tabla 33).

Tabla 33. Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo. EMTJ Ngäbe-Buglé, 2023.

Tipo de producto/susceptibilidad	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Productos de tabaco fumado			
Prevalencia actual del consumo de productos de tabaco fumado[1]	11.2 (8.9-13.9)	13.6 (11.2-16.5)	8.5 (5.7-12.3)
Prevalencia actual del consumo de cigarrillos[2]	7.6 (5.9-9.8)	10.1 (7.6-13.2)	4.9 (3.1-7.6)
Prevalencia consumidores de productos de cigarrillo frecuentes[3]	0.5 (0.2-1.2)	0.8 (0.4-1.5)	0.2 (0.0-1.5)
Prevalencia actual de los fumadores en pipas de agua[4]	1.6 (0.9-2.8)	1.8 (0.8-3.7)	1.5 (0.7-2.9)
Prevalencia actual del consumo de tabaco calentado[5]	4.4 (3.6-5.4)	4.9 (3.7-6.6)	3.8 (2.3-6.3)
Prevalencia actual del consumo de otros productos de tabaco fumado[6]	5.4 (3.7-7.8)	5.8 (3.9-8.4)	5.0 (2.9-8.4)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco fumado[7]	26.8 (23.3-30.7)	32.4 (28.4-36.6)	20.8 (16.5-25.8)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillos[8]	16.3 (13.9-19.1)	20.7 (17.3-24.5)	11.6 (9.2-14.6)
Prevalencia de vida del consumo de pipas de agua[9]	10.4 (8.5-12.8)	11.4 (9.1-14.1)	9.5 (6.6-13.4)
Prevalencia de vida del consumo de tabaco calentado[10]	12.4 (10.5-14.6)	13.1 (11.1-15.5)	11.7 (9.3-14.6)
Prevalencia de vida del consumo de otros productos de tabaco fumado[11]	10.2 (7.1-14.4)	11.0 (8.1-14.7)	9.4 (5.5-15.6)
Productos de tabaco sin humo			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco sin humo[12]	5.8 (4.4-7.5)	5.8 (4.2-8.1)	5.7 (3.6-8.9)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo[13]	8.7 (6.3-12.0)	9.3 (6.5-13.2)	8.0 (5.1-12.4)
Productos del tabaco			
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco[14]	16.9 (14.2-19.9)	19.5 (13.7-19.9)	14.0 (10.2-18.7)
Prevalencia de vida consumo de productos de tabaco[15]	34.3 (30.9-37.8)	39.7 (24.6-33.2)	28.4 (24.7-32.5)
Cigarrillo electrónico			
Prevalencia de consumo actual de cigarrillo electrónico[16]	3.5 (2.5-4.9)	4.0 (2.7-5.9)	3.0 (1.8-4.8)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillo electrónico[17]	13.4 (10.6-16.8)	13.5 (10.7-17.0)	13.3 (10.1-17.3)

Tipo de producto/susceptibilidad	Sexo		
	Todos	Chicos	Chicas
Susceptibilidad a usar productos de tabaco			
Adolescentes que nunca han usado productos de tabaco, pero son susceptibles a usarlo en el futuro[18]	20.1 (17.3-23.3)	23.4 (19.4-27.8)	17.1 (14.2-20.5)
Adolescentes que nunca han fumado, pero piensan que podrían disfrutar de un cigarrillo[19]	20.7 (14.7-28.4)	21.0 (13.9-30.3)	20.5 (15.1-27.2)
Adolescentes que nunca han fumado pipas de agua, pero piensan que podrían disfrutar hacerlo[20]	21.2 (16.3-27.1)	21.7 (17.2-27.1)	20.7 (14.4-28.9)

[1]Consumo de tabaco fumado en los últimos 30 días (incluye cigarrillos, pipas de agua, tabaco calentado y otros), [2]Fumar cigarrillos en cualquier momento en los últimos 30 días, [3]Haber consumido 20 o más días cigarrillos en los últimos 30 días, [4]Fumar pipas de agua en cualquier momento en los últimos 30 días,[5]Usar productos de tabaco calentado en cualquier momento en los últimos 30 días, [6]Fumar cualquier producto de tabaco fumado, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calendado, [7]Haber fumado cualquier producto del tabaco aunque sea uno o dos pufs, [8]Haber fumado cigarrillos aunque sea uno o dos pufs, [9]Haber fumado pipas de agua en cualquier momento antes de realizar la encuesta, [10]Haber usado productos de tabaco calentado, [11]Haber fumado cualquier producto del tabaco, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calentado [12]Uso de productos de tabaco sin humo en los últimos 30 días, [13]Haber usado productos de tabaco sin humo en cualquier momento previo a la encuesta, [14]Uso de productos de tabaco en los últimos 30 días, [15]Haber usado productos de tabaco en cualquier momento previo a la encuesta, [16]Utilizar cigarrillos electrónicos en cualquier momento en los últimos 30 días, [17]Haber usado cigarrillos electrónicos en cualquier momento antes de la encuesta, [18]Responder "definitivamente sí", "probablemente sí" o "probablemente no" a la pregunta "si usaría algún producto de tabaco si uno de sus amigos le ofrece en los próximos 12 meses" o a la pregunta "si van a usar productos de tabaco en los próximos 12 meses" y no haber consumido nunca ningún producto de tabaco, [19]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar un cigarrillo", [20]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar pipas de agua".

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes, Panamá 2023.

4.3.2. Humo de segunda mano

La exposición al humo de segunda mano en la casa fue de 15.1% (LIC 95%: 12.1%-18.7%, p= 95%), en la escuela fue de 43.1% (39.1%-47.2%, p= 95%), en ambientes públicos cerrados fue de 24.4% (LIC 95%: 19.5%-29.9%, p= 95%), mientras que en los abiertos fue de 26.8% (LIC 95%: 21.8%-32.5%, p= 95%). No se estimaron diferencias estadísticamente significativas por sexo.

Las chicas tuvieron más exposición al humo de tabaco de segunda mano siente este el 45.2% (LIC 95%: 40.8%-49.7%, p= 95%) en la escuela y sus alrededores en tanto que, en lo chicos se estimó en 41.1% (LIC 95%: 37.1%-45.3%, p= 95%). En cambio, el 17.2% (LIC 95%: 13.6%-21.5%, p= 95%) de los chicos tuvieron una mayor exposición al humo en el hogar que las chicas, que fue reportado en 12.8% (LIC 95%: 9.5%-16.9%, p= 95%). Las comparaciones de ambos ambientes por sexo fueron estadísticamente significativas según la prueba de ji cuadrado con la corrección de Rao-Scott.

4.3.3. Participación en alguna clase donde se mostraban los peligros de fumar en los últimos 12 meses

Cerca de dos de cada cinco estudiantes es decir un 54.3%, (LIC 95%: 54.8%-62.0%, p= 95%) piensan que el humo de otras personas es dañino para ellos. Esta proporción fue de 61.2% (LIC 95%: 58.2%-66.1%, p = 95%) en las chicas, en tanto que en los chicos fue más baja (54.5%; LIC 95%: 49.7%-58.9%, p= 95%), con diferencias estadísticamente significativas (valor de p de 0.03, chi cuadrado con

ajuste de Rao-Scott). Esta proporción es similar a la del país la cual era de 55.0% (LIC 95%: 50.0%-60.0%, p= 95%).

4.3.4 Conocimientos y actitudes

Aproximadamente la mitad de los estudiantes (54.3%, LIC 95%: 54.8%-62.0%, p= 95%) piensan que el humo de otras personas es dañino para ellos. No hubo diferencias estadísticamente significativas al realizar la prueba de chi cuadrado con la corrección de Rao-Scott para valorarlo en muestras complejas. Esta prevalencia está por debajo de la reportada por el país (60.7%, LIC 95%: 58.9%-62.5%, p= 95%).

Tres de cada cuatro estudiantes (81.7%, LIC 95%: 78.7%-84.4%, p= 95%) están a favor de la prohibición de fumar en espacios públicos abiertos, sin diferencias estadísticamente significativas por sexo. Esta proporción es similar a la del país (81.1%, LIC 95%: 78.4%-83.6%, p= 95%).

4.4 Resultados de la Comarca Guna Yala (comparación 2017-2023)

4.4.1 Uso del tabaco

Para el año 2017 la prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fue de 14.0% (LIC 95%: 12.0%-16.1%, p= 95%) en tantos que, para el 2023 fue reportada en 10.7% (LIC 95%: 9.1%-12.6%, 95%), siendo 3,3 veces menor. Después de ajustar por sexo y edad se aprecia que hubo una disminución en de un 30% en los Odds de prevalencia de esta región (OR 0.7, 95% LIC 95%: 0.6-0.9) (Tabla 34).

4.4.1.1. Tabaco fumado

Uso actual de tabaco fumado

Para el año 2017 la prevalencia de consumo actual de productos del tabaco fumado fue de 10.3% (LIC 95%: 8.6%-12.2%, p= 95%) y de 8.1% (LIC 95%: 6.6%-9.8%) en el 2023. Después de ajustar por sexo y edad se aprecia una disminución marginal de la prevalencia de un 30% esta región (OR 0.7, LIC 95%: 0.5-1.0, p=95%) (Tabla 34).

En tanto que, para el 2017, la prevalencia de consumo actual de cigarrillos fue de 5.0% (LIC 95%: 3.8%-6.5%, p= 95%) y para el 2023 fue reportada en 4.3% (LIC 95%: 3.2%-5.7%, p= 95%). Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia cambios en prevalencia del consumo de este producto en esta región (OR 0.8, LIC 95%: 0.5-1.2, p= 95%) (Tabla 34).

Prevalencia de vida del consumo de productos del tabaco fumado

La prevalencia de vida de productos del tabaco fumado fue de 24.1% (LIC 95%: 21.6%-26.7%) en el año 2017 y para el 2023 fue 3 puntos porcentuales menos (21.1%) (LIC 95%: 18.9%-23.5%) en el 2023. Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia una disminución marginal de la prevalencia de un 20% esta región (OR 0.8, LIC 95%: 0.7-1.0, p= 95%) (Ver Tabla 34).

La prevalencia de vida de otros productos del tabaco fumado fue de 10.8% (LIC 95%: 9.0%-12.8%, p= 95%) en el año 2017 y de 7.9% (LIC 95%: 6.5%-9.6%) en el 2023. Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia una disminución de los odds de prevalencia de un 30% esta región (OR 0.7, LIC 95%: 0.5-0.9, p= 95%) (Ver Tabla 34).

4.4.1.2. Cigarrillo electrónico

La prevalencia del consumo actual de cigarrillos electrónicos en el año 2017 fue de 4.4% (LIC 95%: 3.3.%-5.8%, p= 95%) y para el año 2023 fue de 2.2% (LIC 95%: 1.5.%-3.2%, p= 95%). Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia una disminución de los odds de prevalencia de un 50% en esta región (OR 0.5, LIC 95%: 0.3-0.8, p= 95%) (Tabla 34).

4.4.1.3. Tabaco sin humo

La prevalencia de consumo actual de tabaco sin humo para el año 2017 fue de 6.0% (LIC 95%: 4.6%-7.6%, p= 95%), en tanto que para el 2023 fue de 3.7% (LIC 95%: 2.7%-4.9%, p= 95%). Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia una disminución estadísticamente significativa de los Odds de prevalencia de un 40% en esta región (OR 0.6, 95% LIC 95%: 0.4-0.9, p= 95%) (Tabla 34).

4.4.1.4 Susceptibilidad a productos del tabaco

La proporción de adolescentes que nunca han probado productos de tabaco, pero que son susceptibles a usarlos fue de 15.5% (LIC 95%: 13.1%-18.1%, p= 95%) en el 2017, en tanto que, para el 2023 fue de 11.0% (LIC 95%: 9.0%-13.2%, p= 95%). Después de ajustar por sexo y edad no se aprecia una disminución estadísticamente significativa de los Odds de un 30% en esta región (OR 0.7, LIC 95%: 0.5-0.9, p= 95%) (Tabla 34).

Para el año 2017, la proporción de no fumadores que dijeron que podrían disfrutar un cigarrillo en el futuro fue de 11.2% (LIC 95%: 9.1%-13.4%, p= 95%), en tanto que, para el 2023 fue de 23.6% (LIC 95%: 21.0%-24.6%, p= 95%). Después de ajustar por sexo y edad se observa un aumento estadísticamente significativo de dos veces y media de los odds de prevalencia (OR 2.5, LIC 95%: 1.9-3.3, p= 95%) (Tabla 34).

Tabla 34. Prevalencia de uso de productos de tabaco y de cigarrillos electrónicos en jóvenes de 13 a 15 años y susceptibilidad al consumo por tipo de producto según sexo, año de encuesta y modelos de regresión logística crudos y ajustados para el cambio de encuesta por año. EMTJ Guna Yala, 2017 y 2023.

Tipo de producto/susceptibilidad	Año de encuesta		Modelos de regresión logística	
	2017 Proporción (95%LIC)	2023 Proporción (95%LIC)	Sin ajustar OR (95% LIC)	Ajustado por sexo y edad OR (95% LIC)
Productos de tabaco fumado				
Prevalencia actual del consumo[1]	10.3 (8.6-12.2)	8.1 (6.6-9.8)	0.8 (0.6-1.0)	0.7 (0.5-1.0)
Prevalencia actual del consumo de cigarrillos[2]	5.0 (3.8-6.5)	4.3 (3.2-5.7)	0.9 (0.6-1.3)	0.8 (0.5-1.2)
Prevalencia consumidores de productos de cigarrillo frecuentes[3]	0.3 (0.1-0.8)	0.2 (0.0-0.6)	0.6 (0.1-3.7)	0.6 (0.1-4.0)
Prevalencia actual de fumadores en pipas de agua[4]	2.1 (1.4-3.1)	1.1 (0.6-1.9)	0.5 (0.3-1.0)	0.5 (0.2-1.0)
Prevalencia actual del consumo de tabaco calentado[4]	NA	2.0 (1.3-2.9)	NA	NA
Prevalencia actual del consumo de otros productos de tabaco fumado[6]	5.3 (4.0-6.7)	4.0 (2.9-5.2)	0.7 (0.5-1.1)	0.8 (0.5-1.2)
Prevalencia de vida [7]	24.1 (21.6-26.7)	21.1 (18.9-23.5)	0.8 (0.7-1.0)	0.8 (0.7-1.0)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillos[8]	13.0 (11.0-15.2)	11.4 (9.6-13.3)	0.9 (0.7-1.1)	0.9 (0.7-1.1)
Prevalencia de vida del consumo de pipas de agua[9]	11.8 (10.0-13.8)	6.1 (4.8-7.6)	0.5 (0.4-0.7)	0.5 (0.4-0.7)
Prevalencia de vida del consumo de tabaco calentado[10]	NA	9.1 (7.5-10.9)	NA	NA

Tipo de producto/susceptibilidad	Año de encuesta		Modelos de regresión logística	
	2017 Proporción (95%LIC)	2023 Proporción (95%LIC)	Sin ajustar OR (95% LIC)	Ajustado por sexo y edad OR (95% LIC)
Prevalencia de vida del consumo de otros productos de tabaco fumado[11]	10.8 (9.0-12.8)	7.9 (6.5-9.6)	0.7 (0.5-1.0)	0.7 (0.5-0.9)
Tabaco sin humo				
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco sin humo[12]	6.0 (4.6-7.6)	3.7 (2.7-4.9)	0.6 (0.4-0.9)	0.6 (0.4-0.9)
Prevalencia de vida del consumo de productos de tabaco sin humo[13]	7.0 (5.5-8.7)	6.2 (4.9-7.7)	0.9 (0.6-1.2)	0.8 (0.6-1.2)
Productos del tabaco				
Prevalencia de consumo actual de productos de tabaco[14]	14.0 (12.0-16.1)	10.7 (9.1-12.6)	0.7 (0.6-1.0)	0.7 (0.6-0.9)
Prevalencia de vida consumo de productos de tabaco[15]	25.9 (23.4-28.6)	28.7 (26.1-31.3)	1.1 (1.0-1.4)	1.2 (1.0-1.4)
Cigarrillo electrónico				
Prevalencia de consumo actual de cigarrillo electrónico[16]	4.4 (3.3-5.8)	2.2 (1.5-3.2)	0.5 (0.3-0.8)	0.5 (0.3-0.8)
Prevalencia de vida del consumo de cigarrillo electrónico[17]	4.6 (3.5-6.0)	10.2 (8.5-12.1)	2.3 (1.7-3.3)	2.5 (1.8-3.6)
Susceptibilidad a usar productos de tabaco				
Adolescentes que nunca han usado productos de tabaco, pero son susceptibles a usarlo en el futuro[18]	15.5 (13.1-18.1)	11.0 (9.0-13.2)	0.7 (0.5-0.9)	0.7 (0.5-0.9)
Adolescentes que nunca han fumado, pero piensan que podrían disfrutar de un cigarrillo[19]	11.2 (9.1-13.4)	23.6 (21.0-26.4)	2.5 (1.9-3.2)	2.5 (1.9-3.3)

NA: No se evaluó en el año 2017, por lo tanto, no se puede evaluar la prevalencia de ese año ni se puede modelar, OR ajustado por la edad, teniendo a los 13 años como referencia a 15 y por sexo (los varones son la referencia. [1]Consumo de tabaco fumado en los últimos 30 días (incluye cigarrillos, pipas de agua, tabaco calentado y otros), [2]Fumar cigarrillos en cualquier momento en los últimos 30 días, [3]Haber consumido 20 o más días cigarrillos en los últimos 30 días, [4]Fumar pipas de agua en cualquier momento en los últimos 30 días,[5]Usar productos de tabaco calentado en cualquier momento en los últimos 30 días, [6]Fumar cualquier producto de tabaco fumado, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calendado, [7]Haber fumado cualquier producto del tabaco aunque sea uno o dos pufs, [8]Haber fumado cigarrillos aunque sea uno o dos pufs, [9]Haber fumado pipas de agua en cualquier momento antes de realizar la encuesta, [10]Haber usado productos de tabaco calentado, [11]Haber fumado cualquier producto del tabaco, excepto cigarrillos, pipas de agua o tabaco calentado [12]Uso de productos de tabaco sin humo en los últimos 30 días, [13]Haber usado productos de tabaco sin humo en cualquier momento previo a la encuesta, [14]Uso de productos de tabaco en los últimos 30 días, [15]Haber usado productos de tabaco en cualquier momento previo a la encuesta, [16]Utilizar cigarrillos electrónicos en cualquier momento en los últimos 30 días, [17]Haber usado cigarrillos electrónicos en cualquier momento antes de la encuesta, [18]Responder "definitivamente sí", "probablemente sí" o "probablemente no" a la pregunta "si usaría algún producto de tabaco si uno de sus amigos le ofrece en los próximos 12 meses" o a la pregunta "si van a usar productos de tabaco en los próximos 12 meses" y no haber consumido nunca ningún producto de tabaco, [19]Los que respondieron que estaban "de acuerdo" o "muy de acuerdo" a la pregunta "podrían disfrutar de fumar un cigarrillo".

Fuente: Encuesta Mundial de Tabaco en Adolescentes, 2023

5.Conclusiones

5.1. Relevancia para el CMCT

1. Los resultados de esta EMTJ son importantes para medir el progreso en la implementación y *cumplimiento* del **CMCT**, aprobado en Panamá, mediante la Ley 40 de 2004, cuya aplicación se enmarca en la Ley 13 de 2008 y otras disposiciones reglamentarias.

2. Panamá es parte del Sistema Mundial de Vigilancia de la Epidemia del Tabaquismo, que incluye la **EMTJ** que permite el monitoreo de la epidemia en jóvenes y aporta elementos para la medición del **MPOWER**.

3. La EMTJ incluye mediciones que permiten hacer comparaciones entre indicadores nacionales e internacionales de control de tabaco en el ámbito de la aplicación del **CMCT**.

4. Los hallazgos resultantes de la aplicación de **EMTJ** son fundamentales para dirigir y redireccionar las políticas de control del tabaco orientadas a la población de 13 a 15 años.

5. Los métodos de la **EMTJ** proveen un robusto marco para monitorear y guiar la implementación del control de tabaco en los programas escolares mientras que, por otro lado, se cumple con los requerimientos de artículos específicos del **CMCT**.

5.2. Relevancia para el país

1. La prevalencia actual de consumo de productos de tabaco se estimó en 8.5% para el 2023, por lo que se mantiene estable con respecto a los hallazgos del 2017 cuando esta fue de 7.8%. Sin embargo, en el 2023 fue la mitad de la prevalencia del en 2002.
2. Los chicos presentaron una prevalencia actual de consumo de productos de tabaco mayor que las chicas en los años 2002, 2008, 2012 y 2023, no así para el 2017, cuando las cifras estimadas fueron casi iguales.
3. La Encuesta Mundial de Tabaco en Jóvenes ha evidenciado que la susceptibilidad a consumir productos de tabaco entre los no fumadores ha tenido un comportamiento fluctuante sin mostrar diferencias estadísticamente significativas por sexo ni por los años en el cual se ha realizado la encuesta.
4. Los cigarrillos continuan siendo el producto de tabaco con mayor prevalencia de consumo (3.1%). Se ha detectado el uso de productos de tabaco calentado en jóvenes de 13 a 15 años con una prevalencia de 2.5%, en tanto que, el consumo actual de otros productos de tabaco fumado se

estimó en 3.2%, que por sexo fue 2 veces mayor que en los chicos que en las chicas.

5. Al comparar la cifra estimada de prevalencia de uso actual de cigarrillos electrónicos del 2023, se observó que la misma superó en 2% las cifras del 2017, cuando está se estimó en 6.4%. No se reportaron diferencias estadísticas por sexo.
6. Siete de cada 10 entrevistados usan un solo producto de tabaco.
7. El consumo duplo de productos de tabaco y cigarrillos electrónicos continúa siendo un problema ya que un importante número de jóvenes consumidores utilizan al menos un productos adicional al cigarrillo convencional. De igual forma, los jóvenes que vapean y usan al menos un producto de tabaco equivalen a un 30%.
8. Alrededor del 76% de los jóvenes fumaron uno o menos de un cigarrillo en los últimos 30 días. Los chicos que fumaron 11 o más cigarrillos se estimaron en 2%, cifra que fue de cero (0) para las chicas.
9. El fumado de tabaco utilizando pipas de agua alcanzó una prevalencia de 0.8%, sin embargo, el 11% de sus usuarios realiza cuatro o más sesiones diarias.
10. Los eventos sociales y fumar en su casa o en la casa de sus amigos continúan siendo los lugares que los jóvenes reportan como sitios más usados para consumo actual de productos de tabaco.
11. Cerca del 60% de los jóvenes inicio el consumo entre los 12 y 13 años, mientras que el 11% lo hizo con menos de 10 años.
12. Puede indicarse que la exposición al humo de tabaco de segunda mano alcanzó en el 2023, es decir la mitad de las cifras observadas en 2002, aunque este comportamiento ya se reflejaba en las encuestas a partir del 2008 después de ajustar por sexo y edad.
13. La exposición al humo de tabaco de segunda mano en las escuelas o sus alrededores, después de ajustar por sexo y edad se aprecia que es similar en las encuestas del 2012 y 2017. Sin embargo, a partir del 2023 se observa un incremento de seis puntos porcentuales para este indicador.
14. Los espacios públicos cerrados y abiertos (diferentes a su casa) fueron los lugares reportados como de mayor exposición al humo de tabaco de segunda mano. Cerca del 50% de los entrevistados manifestó no estar expuestos en ningún lugar.
15. Los indicadores de cesación de tabaco reflejan las dificultades de los jóvenes para dejar de fumar, al igual que el desconocimiento adictivo de los productos de tabaco, dado que más del 50% de los jóvenes fumadores quisieron o intentaron dejar de fumar y alrededor de nueve de cada diez fumadores pensaron que pueden dejar de fumar cuando quieran.
16. Es necesario impulsar con mayor énfasis las clínicas de cesación para jóvenes, menos del 20% que intentaron dejar de fumar recibieron ayuda para hacerlo.

17. En los últimos 30 días, solamente un 50% observaron o escucharon mensajes contra el tabaquismo en medios de comunicación y eventos. Los consumidores actuales notaron más estos mensajes.
18. La televisión y las redes sociales son los medios identificados como aquellos en los que más se observaron o escucharon mensajes contra el tabaquismo.
19. Aunque 2 de cada 3 fumadores notaron las advertencias sanitarias, sólo la mitad de estos pensó en dejar de fumar a causa de estas.
20. A pesar de la prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, los programas de televisión, los videos o películas y el internet, incluidas las redes sociales fueron los medios de comunicación reportados por los jóvenes donde más observaron publicidad o promoción de productos de tabaco convencionales y novedosos. Este hallazgo coincide con el estudio realizado en el 2023, para evaluar el cumplimiento de la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.
21. Al comparar los hallazgos de la variable "observación de alguien fumando en películas, televisión o videos", en 5 EMTJ´s realizadas en el país, se observa hasta el año 2017, un comportamiento descendente del reporte de estas observaciones, tanto en chicos como en chicas, las cifras más elevadas se presentaron en el año 2002 y las más bajas en la encuesta de 2017. Sin embargo, en el 2023 se registra un repunte del reporte de esta observación, la cual supera en 8.7% la cifra del 2017, con un comportamiento similar en chicos y chicas.
22. La observación de mensajes contra el uso de tabaco en televisión, películas o videos muestra un comportamiento descendente. Los hallazgos de la EMTJ de 2017 y de 2023, indican que solo la mitad de los entrevistados reportaron haberlos observado.
23. Al comparar los resultados de las 5 EMTJ realizadas en Panamá, se observa un descenso progresivo de la respuesta favorables de los jóvenes con relación al haber recibido información en clases acerca de los peligros del uso de productos de tabaco.
24. Las principales fuentes de obtención de cigarrillos convencionales reportadas por los jóvenes fueron "otras personas" y "comprado a una persona", mientras que, en el caso de los cigarrillos electrónicos figuraron "obtenido de otras personas" y "comprado por internet".
25. A pesar de la prohibición de la venta individual de cigarrillos esta fue la forma de adquisición mayormente reportada por los jóvenes fumadores.
26. Fumadores y no fumadores (54%) indicaron que el costo estimado de una cajetilla de cigarrillos de 20 unidades es de B/. 4.00 y más balboas, costo similar al costo actual de mercado.
27. Uno de cada 2 jóvenes opinó que fumar hace que las personas se sientan menos aceptadas en celebraciones, fiesta y otros actos sociales, esto evidencia un cambio en la forma de percibir el uso de productos de tabaco

entre los jóvenes, al comparar este hallazgo con lo reportado en encuestas previas.

28. La opinión de los jóvenes es favorable a la prohibición de fumar en espacio públicos abiertos, misma que se mantiene desde varias encuestas previas.
29. Dos de cada 3 jóvenes opinaron que fuman para experimentar cosas nuevas o porque lucen más atractivos.
30. Durante la pandemia de COVID 19 los jóvenes reportaron un incremento del consumo de productos de tabaco convencional, que afecto principalmente a los chicos. Seis (6) veces más chicas que chicos indicaron que el consumo fue menor. En el caso de los productos novedosos de tabaco más chicas que chicos indicaron que el consumo aumento.
31. Hay una disminución en la divulgación de mensajes contra el tabaquismo y los peligros asociados a este, tanto en los medios de comunicación como en las aulas de clases.
32. La región de salud **Bocas del Toro**, una de las priorizadas para esta EMTJ debido a su elevada prevalencia de consumo de tabaco en población adulta, reflejó:
    a. Una prevalencia actual de consumo de tabaco en jóvenes 2.4% superior a la prevalencia nacional, con diferencias estadísticamente significativas.
    b. Un comportamiento similar se observó en la prevalencia de uso de tabaco sin humo, cuyas cifras superaron en 1% las cifras nacionales, también con diferencias estadísticamente significativas.
    c. La prevalencia de uso de cigarrillos electrónicos fue 3.5% menor que la prevalencia nacional, reflejando diferencias estadísticamente significativas.
    d. Los datos de exposición al humo de tabaco de segunda mano en casa no evidencian diferencias con los datos relacionados a esta exposición a nivel del país.
33. La región de salud de **Ngäbe Buglé:**
    a. Duplica la prevalencia actual de consumo de productos de tabaco, la de productos de tabaco fumado y la de fumar tabaco en pipas de agua, con respecto a las cifras reportadas, para el país.
    b. Supera en 4.5% la prevalencia actual nacional de consumo de cigarrillos y en 2.2% la prevalencia de uso de otros productos fumados de tabaco.
    c. La prevalencia de uso de cigarrillo electrónico está 5% por debajo de la prevalencia nacional, mientras que la prevalencia actual de uso de tabaco sin humo supera en 3.4% la prevalencia nacional.

    Todos estos resultados reflejan diferencias estadísticamente significativas.

d. Hubo diferencias significativas entre la susceptibilidad de consumir productos de tabaco por no fumadores entre los datos nacionales (15%) y los datos de esta región (20.1%).

34. En la región de **Guna Yala** se efectúo por segunda vez la EMTJ:
    a. Para el 2017 la prevalencia de consumo actual de productos de tabaco fue el doble de la prevalencia nacional, aunque para el 2023 esta misma prevalencia supera en 2.2% la prevalencia nacional. Hay que resaltar que para Guna Yala tuvo un descenso de 3.3%, es decir 30%.
    b. La prevalencia de consumo de tabaco fumado tuvo el mismo comportamiento que la prevalencia actual antes descrita.
    c. La prevalencia actual de consumo de cigarrillos fue superior a la nacional sin evidenciar diferencias estadísticamente significativas en su comportamiento en esta región, al comparar los hallazgos del 2017 y 2023.
    d. La prevalencia de uso de tabaco sin humo en esta región disminuyó un 40% entre los años 2017 y 2023, sin diferencias significativas con respecto a la prevalencia nacional.
    e. La susceptibilidad de usar productos de tabaco expresada por los que nunca han fumado mostró un descenso de 4.5%, que fue significativo, al comparar la cifra regional (11%) con la nacional (15.7%), con diferencias significativas.
    f. El porcentaje de los no fumadores que dijeron que podrían disfrutar un cigarrillo fue el doble en el 2023 (23.6%) con respecto al 2017. Estos superaron en 14 puntos porcentuales la cifra nacional.

6. Recomendaciones

1- Desarrollar sesiones para sensibilización de los tomadores de decisión en torno a la pandemia de consumo de productos de tabaco convencionales, así como del uso de SEAN y las estrategias de intervención conforme a los mandatos del CMCT y la legislación nacional.
2- Se reitera la necesidad de fortalecer los mecanismos de vigilancia y control del cumplimiento de las disposiciones de la Ley 13 de 2008, al igual que de otras disposiciones complementarias de control de tabaco y la aplicación del CMCT.
3- Continuar trabajando para mejorar la coordinación entre el MEDUCA, el MINSA y la sociedad civil para la aplicación del artículo 12 del CMCT y las disposiciones de la Ley 13 de 2008 y sus reglamentos relativas a la educación, comunicación, formación y concienciación de estudiantes, docentes y padres de familia.

4- Abordar temas normativos aún pendientes como la implementación del empaquetado plano y la eliminación de aditivos a los productos del tabaco convencionales y novedosos, a fin de disminuir el atractivo de estos productos para los jóvenes y por tanto, la susceptibilidad de su uso futuro entre no fumadores.
5- Reorientar los enfoques en la comunicación de mensajes contra el uso del tabaco en los medios de comunicación masivos y enfatizar el uso de redes sociales y plataformas de mensajería móvil, dado que son los medios que se han identificado como los más usados por la población joven, en estos medios, los jóvenes no suelen ver estos mensajes.
6- Continuar incorporando en diferentes asignaturas escolares información para la prevención del uso de productos de tabaco convencionales y novedosos, así como el abordaje sobre los riesgos que su uso, su humo y/o sus vapores puede ocasionar a la salud.
7- Establecer mecanismos regulatorios orientados al incrementó de las áreas libres de humo de tabaco y de vapores producidos por el uso de los SEAN´s que incluyan las terrazas, patios interiores y otros espacios abiertos.
8- Los resultados de esta encuesta deben diseminarse de manera amplia e idealmente, usarse para adoptar e implementar leyes para la prevención y la reducción del consumo del tabaco, la adicción a la nicotina y la exposición al humo del tabaco.

7. Referencias

1. World Bank Group. Panama-Country Profile [Internet]. Url: https://prosperitydata360.worldbank.org/en/economy/PAN. Visto el 24 de diciembre de 2024
2. Departamento de Planificación de Salud- Ministerio de salud de Panama. Resumen del Análisis de la Situación de Salud (ASIS) 2020 [Internet]. Url: https://www.minsa.gob.pa/sites/default/files/general/asis_macro_nacional_resumen_octubre_2020.pdf. Visto el 24 de diciembre de 2024.
3. Herrera-Ballesteros VH, Zúñiga J, Moreno I, Gómez B, Roa-Rodríguez R. Factores socioeconómicos asociados con la compra ilegal de productos de tabaco en Panamá. Salud PubLCa Mex. 2017.
4. Ministerio de Salud. Control de Consumo de Tabaco [internet]. Url: https://www.minsa.gob.pa/informacion-salud/control-del-consumo-del-tabaco Visto el 24 de diciembre de 2024
5. Ministerio de Salud. Observatorio Documental - Sistema de Vigilancia para el Control de Tabaco (SISVICTA) [Internet]. 2024. Available from:

https://panamalibredetabaco.com/web/sisviscta/observatorio-documental. Visto el 24 de diciembre de 2024

6. Ministerio de salud de Panama (SISVICTA). Evaluación del Cumplimiento de la Prohibición de la Publicidad, Promoción y Patrocinio de Productos de Tabaco. Panamá. 2016 [Internet]. Url: https://www.panamalibredetabaco.com/documents/20182/41752/PUBLICIDAD_PROMOCION_Y_PATROCINIO_DEL_TABACOV2/767c8e79-636d-4405-8e86-edfe067710c3. Visto el 24 de diciembre de 2024
7. Herrera-Ballesteros VH, Quintana HK, Niño C, Gómez B, Roa R. Tobacco Advertisement Promotion and Sponsorship Ban Enforcement Index in Sales Points in Panama, 2017. Tob Induc Dis.
8. Víctor Hugo HB, Moreno Velásquez I, Beatriz G, Rodríguez RR. Impacto del incremento del impuesto a los productos de tabaco sobre la recaudación y los precios en Panamá. Value Heal Reg Issues [Internet]. 2017;14:57–63. Url: http://dx.doi.org/10.1016/j.vhri.2017.05.007 Visto el 24 de diciembre de 2024
9. Roa R, Niño C, Bajura F, Quintana HK, González B. Evaluación del cumplimiento de la Prohibición de Publicidad, Promoción y Patrocinio (PPP) de Productos de Tabaco, Productos de Tabaco Calentado y Nuevos Productos de Tabaco en Puntos de Venta, Televisión, Cine, Plataformas de Streaming, Internet, Redes Sociales. Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud. ISBN: 978-9962-699