

A large white outline map of the Americas (North and South America) is centered on a light purple background with a white grid pattern. In the top right corner, there is a small circular image of the Earth showing the Americas.

Informe sobre Control del Tabaco para la Región de las Américas

2013



**Organización
Panamericana
de la Salud**



OFICINA REGIONAL PARA LAS

**Organización
Mundial de la Salud
Américas**

Informe sobre Control del Tabaco para la Región de las Américas



**Organización
Panamericana
de la Salud**



**Organización
Mundial de la Salud**

OFICINA REGIONAL PARA LAS **Américas**

Washington, DC. 2013

Catalogación en la Fuente, Biblioteca Sede de la OPS

Organización Panamericana de la Salud.

Informe sobre Control del Tabaco para la Región de las Américas. Washington, DC : OPS, 2013.

1. Control del Tabaco. 2. Hábito de Fumar. 3. Control y Fiscalización de Productos Derivados del Tabaco. I. Título. II. Américas.

ISBN 978-92-75-31790-7

(Clasificación NLM: HD 9130.5)

La Organización Panamericana de la Salud dará consideración a las solicitudes de autorización para reproducir o traducir, íntegramente o en parte, alguna de sus publicaciones. Las solicitudes deberán dirigirse al Departamento de Gestión de Conocimiento y Comunicación (KMC), Organización Panamericana de la Salud, Washington, D.C., EE. UU. (pubrights@paho.org). El Área de Enfermedades No Transmisibles, Unidad de Factores de Riesgo podrá proporcionar información sobre cambios introducidos en la obra, planes de reedición, y reimpressiones y traducciones ya disponibles.

© Organización Panamericana de la Salud, 2013. Todos los derechos reservados.

Las publicaciones de la Organización Panamericana de la Salud están acogidas a la protección prevista por las disposiciones sobre reproducción de originales del Protocolo 2 de la Convención Universal sobre Derecho de Autor. Reservados todos los derechos.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, por parte de la Secretaría de la Organización Panamericana de la Salud, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La mención de determinadas sociedades mercantiles o de nombres comerciales de ciertos productos no implica que la Organización Panamericana de la Salud los apruebe o recomiende con preferencia a otros análogos. Salvo error u omisión, las denominaciones de productos patentados llevan en las publicaciones de la OPS letra inicial mayúscula.

La Organización Panamericana de la Salud ha adoptado todas las precauciones razonables para verificar la información que figura en la presente publicación, no obstante lo cual, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni explícita ni implícita. El lector es responsable de la interpretación y el uso que haga de ese material, y en ningún caso la Organización Panamericana de la Salud podrá ser considerada responsable de daño alguno causado por su utilización.

Agradecimiento: El apoyo financiero para la producción de este documento fue provisto por los Centros de Control y Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos de América (CDC).

Citación sugerida: Organización Panamericana de la Salud. Informe sobre Control de Tabaco para la Región de las Américas. Washington, DC: OPS; 2013.

INDICE

1. Panorama de la epidemia de tabaquismo en el mundo y en la Región	1
2. El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco	5
3. Aplicación del paquete MPOWER en la Región.....	7
3.1 Situación mundial y regional.....	7
3.2 Situación por tipo de intervención	8
M Monitorear el consumo de tabaco y la aplicación de políticas de control de tabaco.....	8
P Proteger a la población de la exposición al humo de tabaco.....	9
O Ofrecer ayuda para abandonar el uso del tabaco.....	10
W Advertir sobre los peligros del tabaco.....	12
E Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio	15
R Aumentar los impuestos al tabaco.....	18
4. La industria tabacalera.....	21
5. Referencias	22

Anexo: Aplicación del paquete MPOWER, por país.....	24
---	----

Lista de cuadros

Cuadro 1. Estado del CMCT de la OMS en la Región de las Américas.....	6
Cuadro 2. Estado del Protocolo para la eliminación del comercio ilícito de productos de tabaco en la Región de las Américas.....	6
Cuadro 3. Normativa de ambientes libres de humo de tabaco en la Región de las Américas.....	11
Cuadro 4. Características de las advertencias sanitarias en el empaquetado de tabaco en la Región de las Américas	14
Cuadro 5. Normativa de prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT) en la Región de las Américas	16-17
Cuadro 6. Impuestos y precios para un paquete de 20 cigarrillos, de la marca más vendida, 2008 – 2012. Región de las Américas	20
Cuadro 7. Ejemplos de interferencia de la industria tabacalera y/o grupos que defienden sus intereses, en la Región de las Américas	21

Lista de figuras

Figura 1. Estado de los sistemas de vigilancia de control de tabaco, en la Región de las Américas	9
Figura 2. Estado de la aplicación del Art. 8 del CMCT de la OMS en la Región de las Américas.....	10
Figura 3. Estado de la disponibilidad de tratamientos de dependencia del tabaco y cobertura de costos en la Región de las Américas.....	12
Figura 4. Estado de la aplicación del Art. 11 y características de las advertencias sanitarias en la Región de las Américas.....	13
Figura 5. Estado de la aplicación del Art. 13 del CMCT de la OMS en la Región de las Américas	15
Figura 6. Estado de los impuestos al tabaco en la Región de las Américas.....	19

Lista de gráficas

Gráfica 1.	Muertes acumuladas calculadas debidas al tabaco entre 1950 y 2050 según diferentes estrategias de intervención.....	2
Gráfica 2.	Prevalencia estandarizada por edad para consumo actual de tabaco fumado en adultos en las Américas, 2011.....	3
Gráfica 3.	Prevalencia del consumo actual de tabaco en jóvenes en las Américas, encuesta más reciente	3
Gráfica 4.	Prevalencia del consumo actual de tabaco sin humo en adultos en las Américas, encuesta más reciente	4
Gráfica 5.	Prevalencia del consumo actual de tabaco sin humo en jóvenes en las Américas, encuesta más reciente	4
Gráfica 6.	Proporción de la población mundial cubierta por algunas políticas de control del tabaco, 2012.....	7
Gráfica 7.	Proporción de la población de las Américas cubierta por algunas políticas de control del tabaco, 2012.....	7
Gráfica 8.	Estado de algunas políticas de control del tabaco en la Región de las Américas, 2013	8
Gráfica 9.	Costa Rica: precios e impuestos, paquete de la marca más vendida y recaudaciones por impuestos al tabaco	18

1 Panorama de la epidemia de tabaquismo en el mundo y en la Región

El tabaco es un importante factor de riesgo de las principales enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) las cuales son actualmente responsables de casi dos tercios de las muertes a nivel mundial. Estas enfermedades incluyen principalmente las enfermedades cardiovasculares, cánceres, diabetes y enfermedades respiratorias (1,2). En las Américas, las ENT son responsables del 77% de todas las defunciones y dentro de ellas el tabaco es responsable del 15% de las muertes por enfermedades cardiovasculares, el 26% de las muertes por cáncer y el 51% de las muertes por enfermedades respiratorias (3).

El consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco ajeno continúan siendo unas de las principales causas individuales de mortalidad, morbilidad y discapacidad prevenibles. Es responsable, a nivel mundial, del 12% de todas las muertes de los adultos mayores de 30 años. En la Región de las Américas esta proporción es incluso superior a la mundial, dando cuenta del 16% de todas las muertes de adultos. (3).

Si consideramos el consumo y la exposición pasiva, el tabaco mata a casi 6 millones de personas anualmente en el mundo y alrededor de 1 millón en las Américas. Si las tendencias actuales continúan, a partir del año 2030 el tabaco matará a más de 8 millones de personas en todo el mundo. El 80% de estas muertes prematuras ocurrirán en países de ingresos bajos y medianos con las implicaciones que esto tendrá para los sistemas de salud y las economías de estos países (4,5).

La prevalencia de tabaquismo en el mundo es del 24% siendo el consumo de tabaco mayor entre los hombres (40%) que entre las mujeres (9%). Sin embargo, existe una amplia variación en la distribución por sexo de una región a otra. La Región de las

Américas presenta la menor diferencia entre las prevalencias del consumo femenino y masculino en adultos, mostrando una creciente feminización del consumo (6). Este aspecto es incluso más acentuado en la población de 13 a 15 años.

En las Américas existen 145 millones de fumadores, lo que representa el 12% de los más de mil millones de fumadores del mundo. En la Región, la prevalencia del tabaquismo en la población adulta es del 22% y ocupa el cuarto lugar entre las seis regiones de la OMS (6). La prevalencia estandarizada de consumo actual de tabaco fumado en adultos (Gráfica 2) varía ampliamente entre los países, desde 41% en Chile a 7% en Barbados y Saint Kitts y Nevis (7).

Los datos provistos por la Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes (GYTS, por su sigla en inglés: *Global Youth Tobacco Survey*) muestran que la prevalencia del uso de cualquier producto de tabaco en el grupo etario de 13 a 15 años varía de 35,1% en Chile a 2,8% en Canadá. Denotando la feminización del consumo en la Región, en algunos países las mujeres jóvenes presentan una prevalencia de uso de productos de tabaco igual o mayor que los hombres (Gráfica 3).

Tradicionalmente en la Región de las Américas, la atención ha sido enfocada mayoritariamente en el consumo de cigarrillos, dejando de lado otros productos de tabaco, como las pipas de agua y el tabaco sin humo.

El tabaco sin humo es aquel que se consume sin combustión, ya sea por la vía nasal (ej. rapé) o por vía oral: mascado, chupado o aplicado en las encías (ej. tabaco de mascar, chimó, snus, etc.). Erroneamente se cree que el tabaco sin humo es una alternativa menos nociva al tabaco de fumar, además de ser menos costoso y de ser visto como una opción en los lugares donde se prohíbe fumar; por esta razón no se debería dejar de vigilar la evolución de su consumo (8). Las encuestas de adultos en donde la información sobre uso de productos de tabaco sin humo está disponible, muestran que el consumo de estos productos es bajo, variando entre 3.5% en Venezuela y 0.1% en Saint

Kitts y Nevis (Gráfica 4). Sin embargo, la información obtenida de la GYTS en el grupo de 13 a 15 años de edad indica que en este rango etario la prevalencia en la Región varía entre 12.6% en República Dominicana a menos 1% en Canadá. El Caribe es la subregión en la cual el consumo de tabaco sin humo es más prevalente. En general los hombres jóvenes usan más tabaco sin humo que las mujeres jóvenes, aunque en algunos países el consumo es similar en hombres y mujeres como en Jamaica, Belice, Perú, Suriname y Bolivia¹ (Gráfica 5).

El consumo de tabaco no conoce fronteras socio-económicas y se ha demostrado que es muy costoso para la sociedad. La epidemia de tabaquismo, así como la de las ENT, causan aún más daño en los países de ingresos bajos que en los de ingresos altos y también entre los más pobres dentro de aquellos (9). Estudios recientes han identificado el control del tabaco como una estrategia eficiente en función de los costos (2, 10, 11). Invertir en la implementación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS) es una prioridad asequible y eficiente en función de los costos para la prevención de las ENT, siendo varias de sus medidas catalogadas como “*best buys*” para la prevención de dichas enfermedades (2, 11).

Un factor que no puede dejar de mencionarse cuando se analiza la situación del tabaquismo, es la actividad de la industria tabacalera. En las Américas esta industria sigue direccionando la comercialización y promoción de sus productos a las poblaciones de ingresos bajos, mujeres y jóvenes, y a su vez está implementando estrategias cada vez más agresivas en contra de las políticas de control de tabaco.

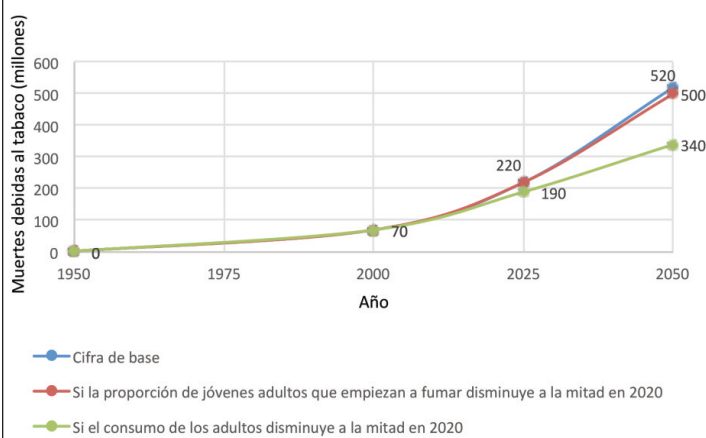
A pesar de los avances que se registran en varios países de la Región, la epidemia de tabaquismo continuará creciendo en las Américas, a menos que

se acelere significativamente el ritmo de adopción e implementación de leyes nacionales acordes con los mandatos del CMCT de la OMS (12) y sus Directrices, contrarrestando eficazmente los empeños de la industria por minar estos avances.

En resumen, para que los programas de control del tabaco tengan más impacto, es necesario incluir intervenciones de carácter poblacional que promuevan entornos que a la misma vez que previenen la iniciación juvenil, alientan a los fumadores actuales a dejar de fumar. Si bien el fin último para terminar con la epidemia de tabaquismo es que los jóvenes no empiecen a fumar, como se ve en la Gráfica 1, la gran carga de mortalidad debida al tabaco en la primera mitad de este siglo solo podrá evitarse si se logra que las personas que fuman hoy, abandonen el uso del tabaco (13).

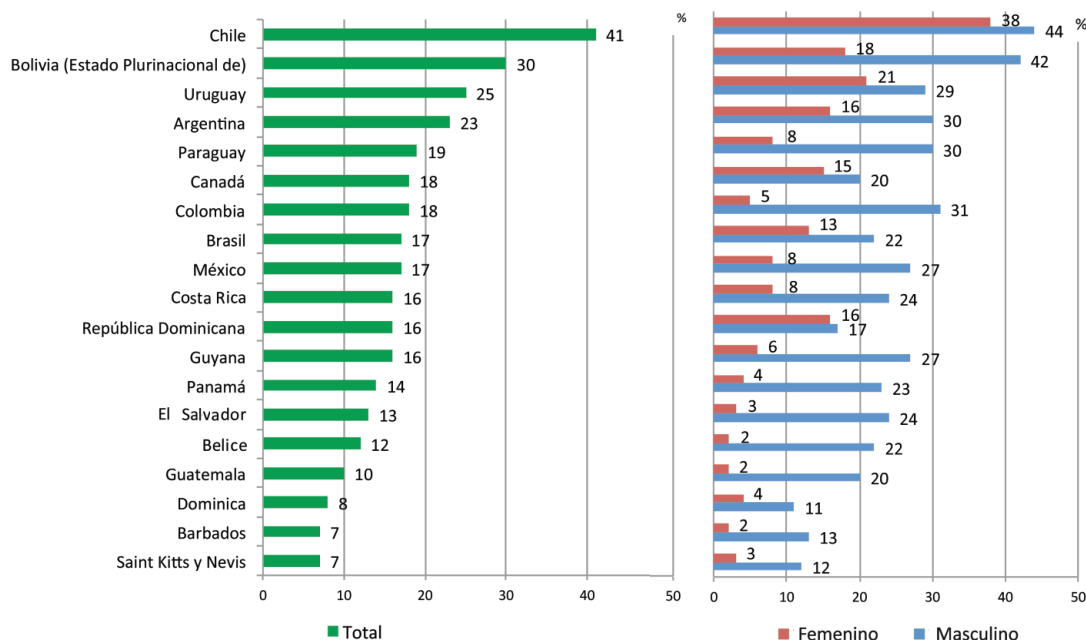
La única forma de lograr cumplir con ambos cometidos es la aplicación completa y coordinada de todas las medidas contenidas en el CMCT de la OMS.

Gráfica 1 Muertes acumuladas calculadas debidas al tabaco entre 1950 y 2050 según diferentes estrategias de intervención



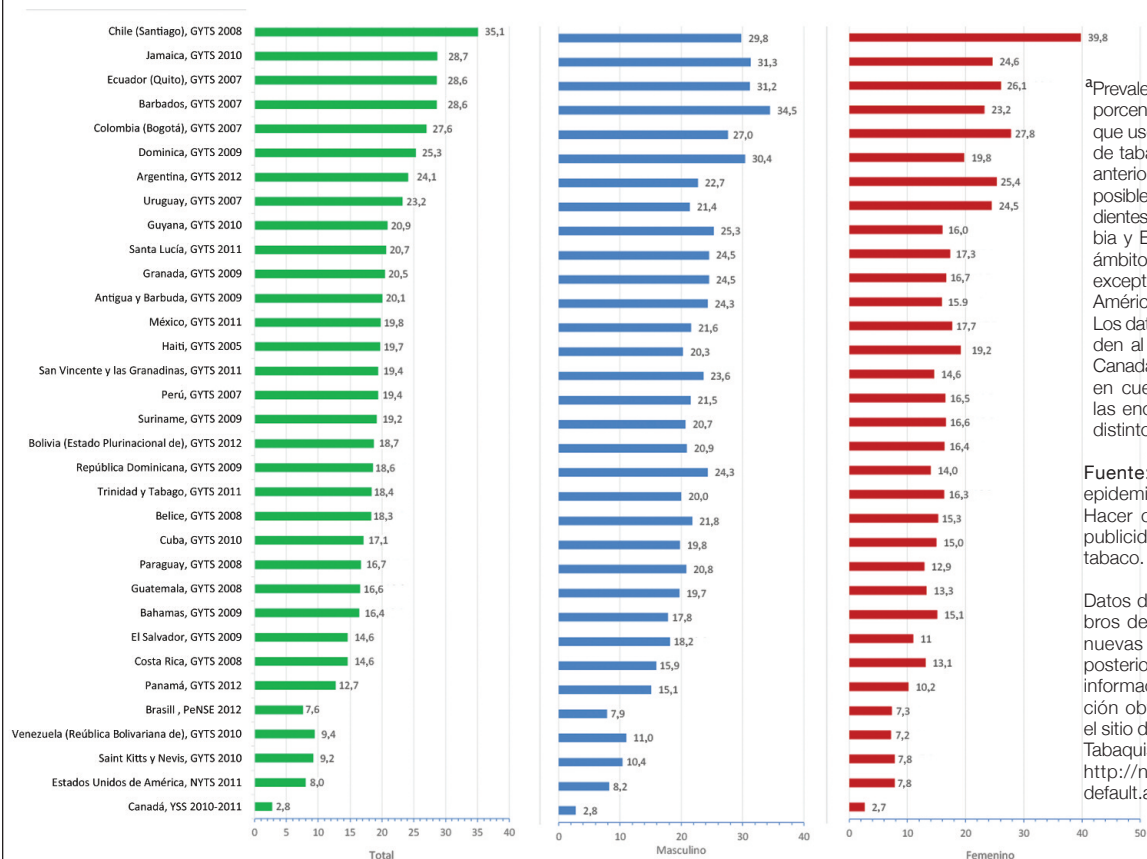
Fuente: Adaptado de La epidemia de tabaquismo: Los gobiernos y los aspectos económicos del control del tabaco. Banco Mundial 1999. p. 93

¹Información obtenida de estadísticas sanitarias nacionales como por ejemplo el método Paso a Paso para la vigilancia de factores de riesgo de las ENT (STEPS por su sigla en inglés *Stepwise approach to NCD risk factors surveillance*) de la OMS, GATS y GYTS.

Gráfica 2 Prevalencia estandarizada por edad para consumo actual de tabaco fumado en adultos en las Américas, 2011^a

^a Prevalencia de consumo actual de tabaco fumado: porcentaje de la población de 15 años y más que fumó algún producto de tabaco en los 30 días previos a la encuesta, incluye fumadores diarios y ocasionales. Los datos fueron estandarizados por edad para el año 2011 para los países en que la información estaba disponible. Estos datos deben ser utilizados estrictamente para hacer comparaciones entre países y no para hacer cálculos del número absoluto de fumadores en un determinado país. Los datos crudos están disponibles en las hojas de resumen de país (Anexo) para todos los países excepto: Antigua y Barbuda, Honduras, Nicaragua, Santa Lucía y San Vicente y las Granadinas.

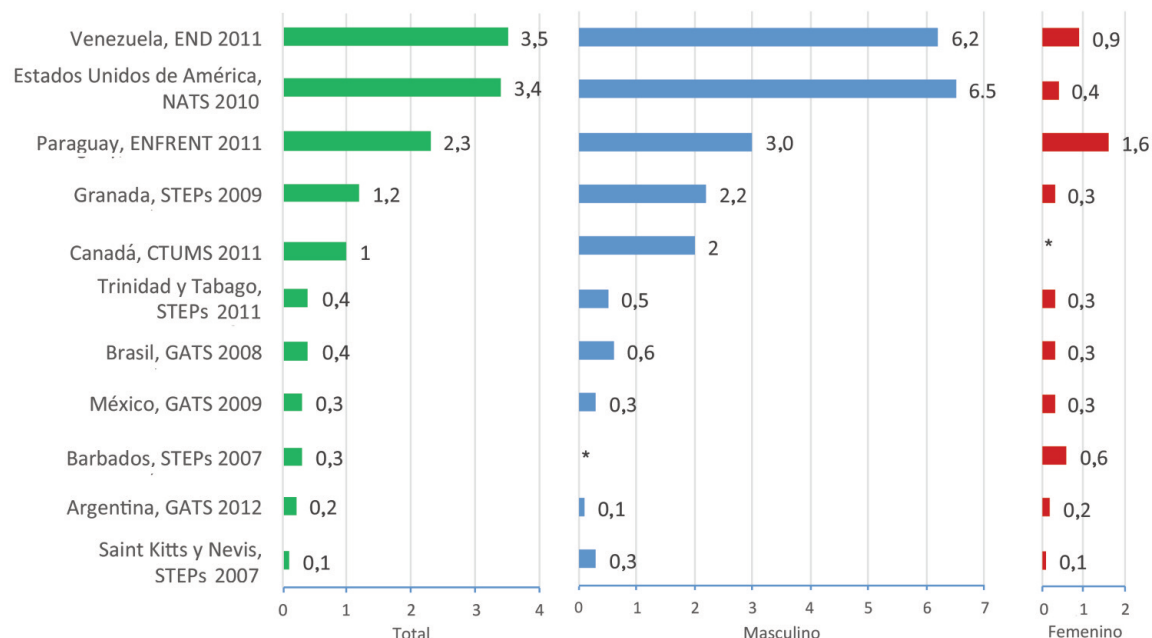
Fuente: En base al Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013: Hacer cumplir las prohibiciones sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Datos disponibles para los Estados Miembros de OPS a diciembre del 2012.

Gráfica 3 Prevalencia del consumo actual de tabaco en jóvenes en las Américas, encuesta más reciente^a

^aPrevalencia de consumo actual de tabaco: porcentaje de la población de 13 a 15 años que usó al menos una vez, algún producto de tabaco con o sin humo en los 30 días anteriores a la encuesta. Siempre que fue posible se presentan los datos correspondientes al ámbito nacional. En Chile, Colombia y Ecuador los datos corresponden al ámbito subnacional. En todos los países, excepto Canadá y Estados Unidos de América los datos provienen de la GYTS. Los datos reportados por Brasil, corresponden al 9º grado escolar y en el caso de Canadá a los grados 7º a 9º. Hay que tener en cuenta al momento del análisis que las encuestas fueron realizadas en años distintos.

Fuente: Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013: Hacer cumplir las prohibiciones sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco.

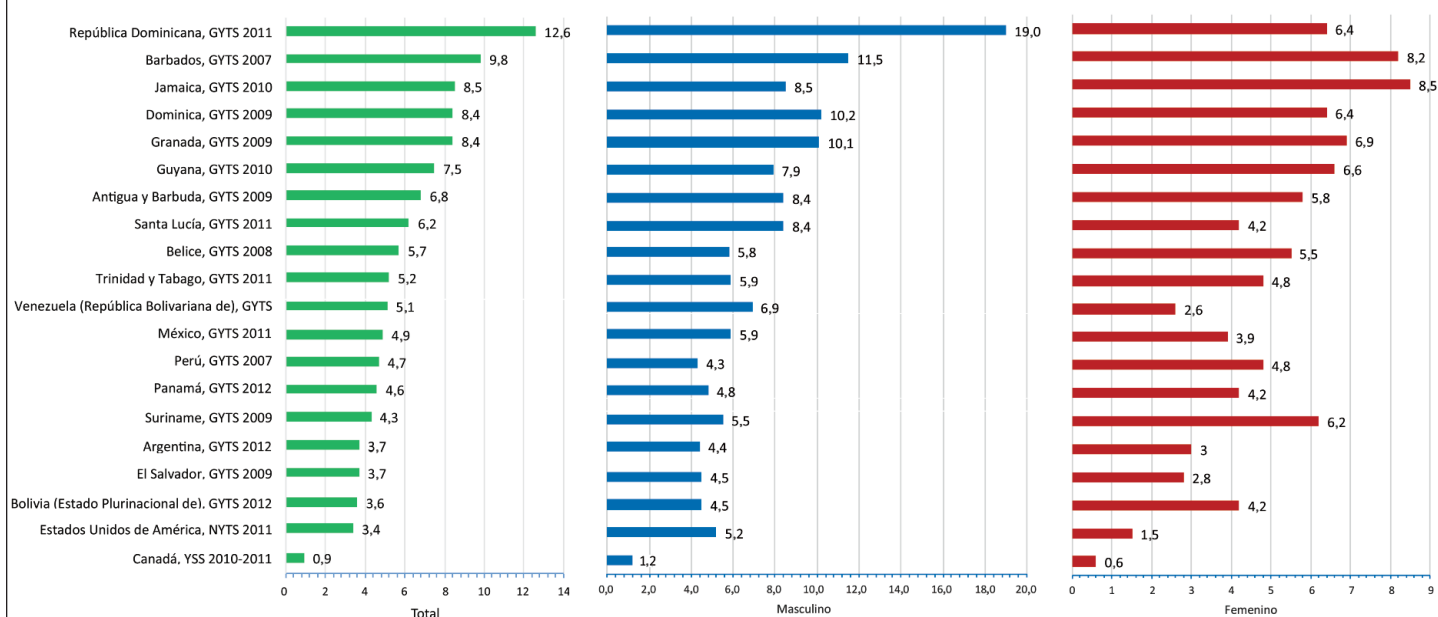
Datos disponibles para los Estados Miembros de OPS a julio 2013 (en países con nuevas encuesta publicadas en fecha posterior al cierre del informe de la OMS, la información fue actualizada con información obtenida de la GYTS, disponible en el sitio del Sistema Mundial de Vigilancia de Tabaquismo de CDC : <http://nccd.cdc.gov/GTSSData/default/default.aspx>)

Gráfica 4 Prevalencia del consumo actual de tabaco sin humo en adultos en las Américas, encuesta más reciente^a

^aPrevalencia de consumo actual de tabaco sin humo: porcentaje de la población adulta que usó algún producto de tabaco sin humo en los treinta días previos a la encuesta, incluye usuarios diarios y ocasionales. Los datos presentados son datos crudos de encuestas nacionales, excepto en el caso de Saint Kitts y Nevis que es subnacional. Los rangos etarios varían entre las distintas encuestas. Los datos no son comparables entre países.

* datos no reportables

Fuente: En base al Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013: Hacer cumplir las prohibiciones sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Datos disponibles para los Estados Miembros de OPS a diciembre del 2012.

Gráfica 5 Prevalencia del consumo actual de tabaco sin humo en jóvenes en las Américas, encuesta más reciente^a

^a Prevalencia de consumo actual de tabaco sin humo: porcentaje de la población de 13 a 15 años que usó al menos una vez, algún producto de tabaco sin humo en los 30 días anteriores a la encuesta. En todos los países, excepto Canadá, Estados Unidos de América y Brasil los datos provienen de la GYTS. Los datos reportados por Brasil, corresponden al 9º grado escolar y en el caso de Canadá a los grados 7º a 9º. Hay que tener en cuenta al momento del análisis que las encuestas fueron realizadas en años distintos.

Fuente: En base al Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013: Hacer cumplir las prohibiciones sobre la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Datos disponibles para los Estados Miembros de la OPS (en aquellos países donde se publicó información de nuevas encuestas en fecha posterior al cierre del informe, la información fue actualizada a julio del 2013 con información obtenida de la GYTS, disponible en el sitio del Sistema Mundial de Vigilancia de Tabaquismo de CDC : <http://nccd.cdc.gov/GTSSData/default/default.aspx>)

2 El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco

Adoptado por unanimidad por la 56ª Asamblea Mundial de la Salud el 21 de mayo del 2003, el CMCT de la OMS es el primer paso en la lucha mundial contra la epidemia de tabaquismo. El Convenio entró en vigor a los 90 días de la 40ª ratificación, el 27 de febrero del 2005. Actualmente cuenta con más de 170 Estados Parte²; convirtiéndose en uno de los pactos de más rápida aceptación en la historia de las Naciones Unidas. El tratado presenta un modelo para los países que buscan reducir la oferta y la demanda de tabaco.

El CMCT de la OMS entra en vigor para cada Estado al nonagésimo día luego de que el país ha hecho el depósito del instrumento de ratificación ante Naciones Unidas. Los Estados Miembros que han ratificado el Convenio, se convierten en Partes en él y están legalmente vinculados por sus disposiciones. Aquellos países que aún no son Partes pueden incorporarse al Convenio mediante la adhesión, proceso de un solo paso equivalente a la ratificación.

De los 35 países de la Región de las Américas, 29 son Partes. Hay cinco países que hasta ahora sólo han firmado el Convenio, lo cual implica que se esforzarán de buena fe en buscar la voluntad política necesaria para su ratificación y en no socavar los objetivos propuestos en él (Cuadro 1).

El CMCT de la OMS incluye mecanismos para disminuir tanto la oferta como la demanda de productos de tabaco y su aplicación integral evita que los jóvenes se inicien en el consumo, protege a los no fumadores de la exposición al humo de tabaco ajeno, ayuda a los consumidores a abandonar el consumo y a los exconsumidores a mantener la abstinencia.

La Conferencia de las Partes (COP), órgano resolutorio del Convenio, ha adoptado una serie de directrices para la aplicación del mismo que abarcan los artículos 5.3, 8, 9 y 10 (parciales) 11, 12, 13 y 14.

Las directrices tienen como objetivo ayudar a las Partes a cumplir sus obligaciones según las disposiciones del Convenio, y reflejan los puntos de vista consensuados acerca de los diferentes aspectos de su implementación.

Asimismo, las directrices fomentan prácticas y normas óptimas para la aplicación del tratado ya que se nutren de la experiencia de los países. Actualmente, se están preparando directrices sobre otros artículos del Convenio.

En el 2008, la OMS desarrolló el paquete técnico MPOWER, como punto de partida hacia una aplicación completa del CMCT de la OMS en el ámbito nacional. Este paquete consta de seis intervenciones, cada una de cuales refleja una o más de las disposiciones del CMCT de la OMS.



- | | |
|--------------------|---|
| M (Monitor) | Monitorear el consumo de tabaco y la aplicación de políticas de control de tabaco |
| P (Protect) | Proteger a la población de la exposición al humo de tabaco |
| O (Offer) | Ofrecer ayuda para abandonar el uso del tabaco |
| W (Warn) | Advertir sobre los peligros del tabaco |
| E (Enforce) | Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio |
| R (Raise) | Aumentar los impuestos al tabaco |

El 12 de noviembre del 2012, durante la 5ª COP, se adoptó un Protocolo para la eliminación del comercio ilícito de productos de tabaco, que desarrolla y complementa los mandatos del Art. 15 del Convenio.

²http://www.who.int/fctc/signatories_parties/es/index.html

Cuadro 1 Estado del CMCT de la OMS en la Región de las Américas

País	Ratificación o Adhesión (a) al CMCT OMS
Antigua y Barbuda	05 junio 2006
Argentina	Solo firma
Bahamas	03 noviembre 2009
Barbados	03 noviembre 2005
Belice	15 diciembre 2005
Bolivia (Estado Plurinacional de)	15 septiembre 2005
Brasil	03 noviembre 2005
Canadá	26 noviembre 2004
Chile	13 junio 2005
Colombia	10 abril 2008 (a)
Costa Rica	21 agosto 2008
Cuba	Solo firma
Dominica	24 julio 2006
Ecuador	25 julio 2006
Estados Unidos de América	Solo firma
El Salvador	Solo firma
Granada	14 agosto 2007
Guatemala	16 noviembre 2005
Guyana	15 septiembre 2005 (a)
Haití	Solo firma
Honduras	16 febrero 2005
Jamaica	07 julio 2005
México	28 mayo 2004
Nicaragua	09 abril 2008
Panamá	16 agosto 2004
Paraguay	26 septiembre 2006
Perú	30 noviembre 2004
República Dominicana	No ha firmado ni ratificado
Saint Kitts y Nevis	21 junio 2011
Santa Lucía	07 noviembre 2005
San Vicente y las Granadinas	29 octubre 2010
Suriname	16 diciembre 2008
Trinidad y Tabago	19 agosto 2004
Uruguay	09 septiembre 2004
Venezuela (República Bolivariana de)	27 junio 2006

Fuente: adaptado de http://www.who.int/fctc/signatories_parties/es/index.html

El Protocolo, es sí mismo, un nuevo tratado y estará abierto a la firma de las Partes en el CMCT OMS por un año.

Al igual que el CMCT de la OMS, el Protocolo entrará en vigencia internacional a los 90 días del depósito del 40º instrumento de ratificación.

A julio del 2013, el Protocolo tiene 22 firmas a nivel mundial, 5 de ellas pertenecientes a la Región de las Américas (Cuadro 2).

Cuadro 2 Estado del Protocolo para la eliminación del comercio ilícito de productos de tabaco en la Región de las Américas

País	Firma del Protocolo
Colombia	21 febrero 2013
Costa Rica	21 marzo 2013
Nicaragua	10 enero 2013
Panamá	10 enero 2013
Uruguay	10 enero 2013

Nota: A julio del 2013 no hay aún ratificaciones.

Fuente: adaptado de <http://www.who.int/fctc/protocol/ratification/es/>

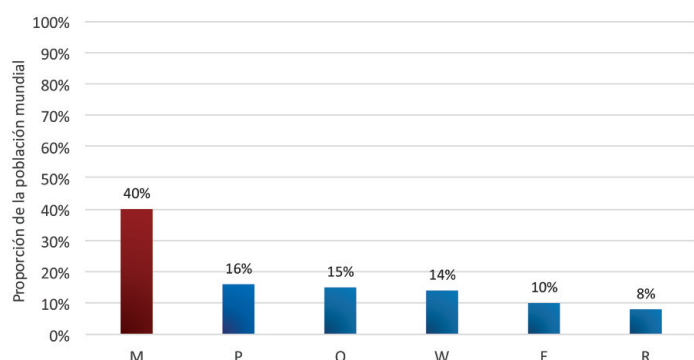
Reconociendo los retos de la aplicación del CMCT de la OMS en la Región de las Américas, el Consejo Directivo de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) adoptó dos Resoluciones (14, 15) que instan a los Estados Miembros a considerar la ratificación del Convenio si no lo han hecho, y a aplicar, cuando proceda, sus disposiciones. Asimismo se insta a los Estados Miembros a reconocer y contrarrestar los intentos de la industria tabacalera para minar las políticas de control de tabaco.

En las siguientes secciones se hará un análisis del estado de la aplicación de algunas medidas del Convenio en la Región y en el Anexo se presentan hojas de resumen por país.

3 APLICACIÓN DEL PAQUETE MPOWER EN LA REGIÓN

3.1 Situación mundial y regional

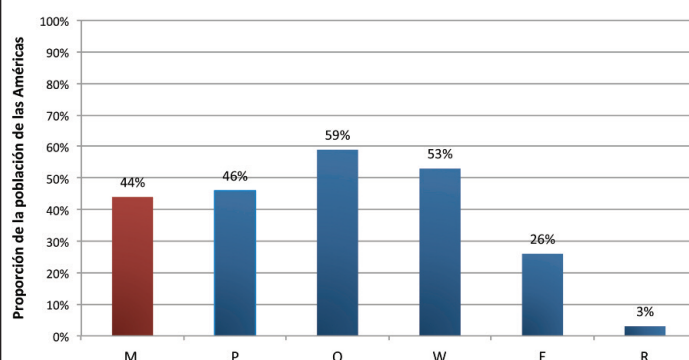
Gráfica 6 Proporción de la población mundial cubierta por algunas políticas de control del tabaco, 2012



Nota: se consideran solo las medidas en su nivel máximo de aplicación (ver las definiciones de las correspondientes categorías en la sección 3.2)

Fuente: adaptado del Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, tabaquismo 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Datos disponibles a diciembre 2012.

Gráfica 7 Proporción de la población de las Américas cubierta por algunas políticas de control del tabaco, 2012



Nota: Se consideran solo las medidas en su nivel máximo de aplicación (ver las definiciones de las correspondientes categorías en la sección 3.2)

Fuente: elaboración propia. Datos disponibles a diciembre de 2012 para los Estados Miembros de OPS.

El CMCT de la OMS es un marco para la acción y para que tenga efecto a nivel nacional, es necesario que cada país incorpore las medidas del Convenio en su legislación nacional.

Si bien se ha avanzado desde la entrada en vigor del CMCT de la OMS aún queda mucho por hacer, una gran proporción de la población mundial aún no está cubierta por ni siquiera una de las medidas del Convenio en su nivel máximo de consecución, a pesar de que la mayoría de los países del mundo son Partes al tratado (Gráfica 6).

En la Región de las Américas el avance ha sido importante, liderando en la aplicación de algunas medidas, sin embargo la cobertura de la población de la Región dista de ser completa (Gráfica 7).

Medidas básicas como la protección de la exposición al humo de tabaco al menos en lugares públicos y de trabajo cerrados, no llega aún a cubrir a la mitad de la población de la Región. Apenas un cuarto de

la población está protegida de la perniciosa influencia de la publicidad y promoción del tabaco.

La implementación de las advertencias sanitarias en el empaquetado y etiquetado de los productos de tabaco, debía completarse, según lo indica el Convenio, dentro de los tres años de entrada en vigencia del mismo para la Parte. Este plazo se ha cumplido para casi todas las Partes de la Región y solo 16 países tienen políticas completas (Gráfica 8).

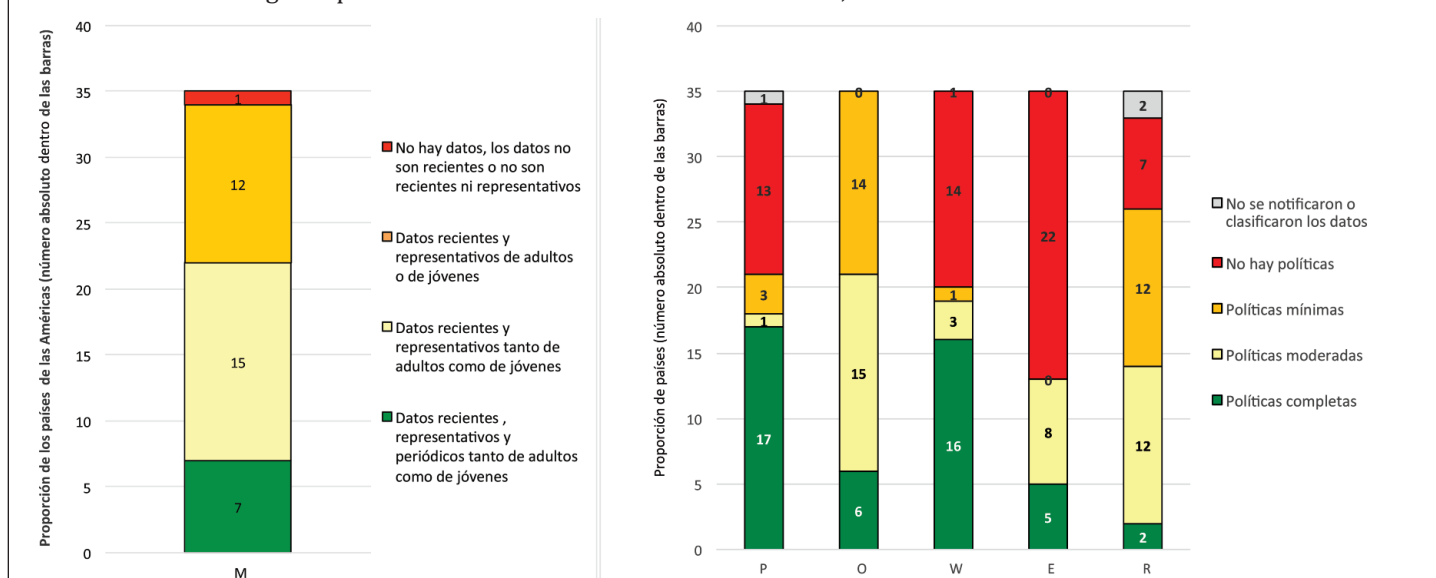
En cuanto al aumento de los impuestos, la proporción que éstos representan del precio final de los productos de tabaco, solo ha alcanzado el nivel recomendado por la OMS en dos países. Sin embargo, aun sin llegar a este nivel algunos países han realizado aumentos de los impuestos de los productos de tabaco basados en razones de salud pública.

Por último, en relación al estado de aplicación de las acciones de vigilancia en control de tabaco en la Región, si bien un 44% de la población está cubierta

por sistemas de vigilancia integrales, este porcentaje solo representa 6 países, que cuentan con información reciente, representativa y recolectada en forma

periódica (al menos cada 5 años) tanto para jóvenes como para adultos.

Gráfica 8 Estado de algunas políticas de control del tabaco en las Américas, 2013



Nota: Se consideran solo las medidas en su nivel máximo de aplicación (las definiciones de las categorías pueden verse en la sección 3.2).

Fuente: elaboración propia. Datos disponibles para los Estados Miembros de la OPS a julio del 2013.

3.2 Situación por tipo de intervención

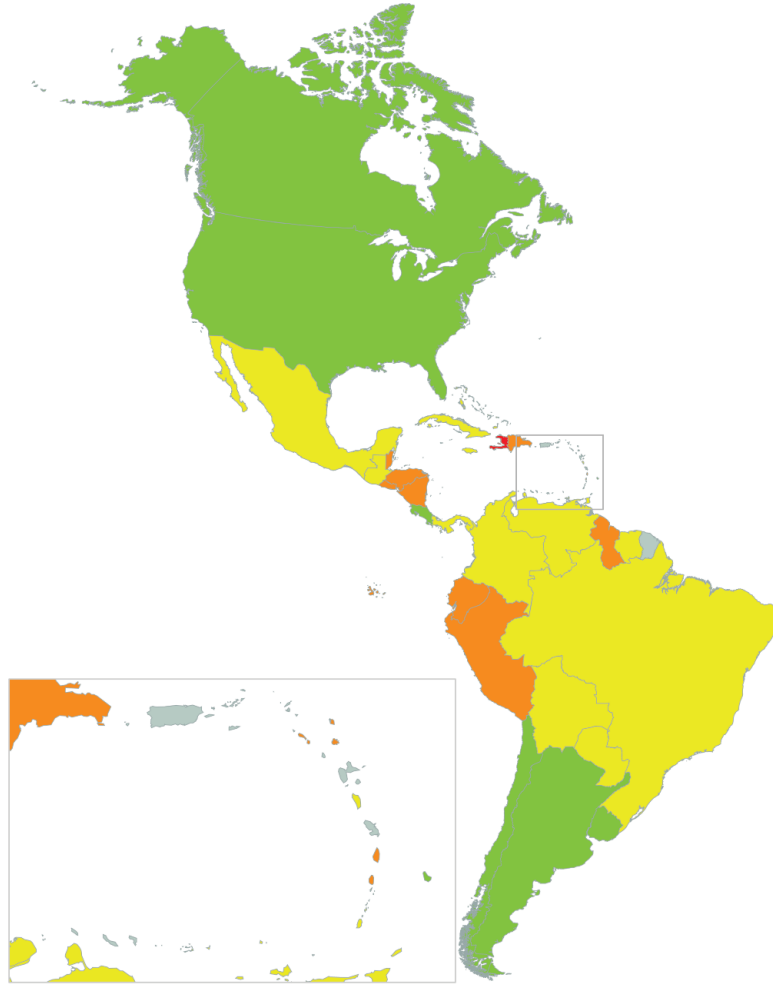
Monitorear el consumo de tabaco y la aplicación de políticas de control de tabaco

La producción de datos estandarizados y comparables es importante para monitorear la epidemia de tabaquismo en las Américas. La OPS/OMS y los Centros de Prevención y Control de Enfermedades de los Estados Unidos han desarrollado el Sistema mundial de vigilancia en tabaco (GTSS por su sigla en inglés *Global Tobacco Surveillance System*) compuesto por la GYTS, encuesta de base escolar realizada en jóvenes de 13 a 15 años y la Encuesta mundial de tabaquismo en adultos (GATS por su sigla en inglés *Global Adult Tobacco Survey*) encuesta domiciliar aplicada en población de 15 años y más, incorporada al Sistema en el año 2007. Todos los países de las Américas (a excepción de Canadá) han implementado la GYTS y 5 países han implementado

GATS a la fecha. Para facilitar que los países puedan contar con información comparable y estandarizada, se ha seleccionado un conjunto de preguntas de la GATS consideradas básicas para evaluar el consumo y las políticas de control de tabaco en los países. Este conjunto de preguntas llamado “Preguntas sobre tabaco destinadas a encuestas” (TQS por su sigla en inglés *Tobacco Questions for Surveys*) está disponible para su inclusión en encuestas nacionales. El fortalecimiento de los sistemas de vigilancia en control de tabaco con el fin de producir datos estandarizados, comparables y periódicos, no solo sobre el consumo de tabaco sino también sobre la aplicación de las políticas de control de tabaco es fundamental en un programa de control de tabaco integral, y así es reconocido en el Convenio.

El Art. 20 del CMCT de la OMS requiere que las Partes establezcan, según proceda, programas de vigilancia nacional, regional y mundial de la magnitud, las pautas, los determinantes y las consecuencias del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco. Con ese

Figura 1 Estado de los sistemas de vigilancia de control de tabaco, en la Región de las Américas



Criterios	
	Datos recientes ^a , representativos ^b y periódicos ^c tanto para adultos como para jóvenes
	Datos recientes ^a y representativos ^b tanto para adultos como para jóvenes
	Datos recientes ^a y representativos ^b para adultos o para jóvenes
	No se conocen datos, o no hay datos recientes, o los datos no son recientes ^a y representativos ^b
	Datos no disponibles

^aDatos del 2007 o más nuevos ^bMuestra de la encuesta representativa de la población nacional ^cRecolectados al menos cada 5 años

Fuente: Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para los Estados Miembros de OPS a dieciocho de diciembre de 2012

fin, las Partes integrarán programas de vigilancia del tabaco en los programas nacionales, regionales y mundiales de vigilancia sanitaria para que los datos se puedan cotejar y analizar a nivel regional e internacional, según proceda.

La figura 1 muestra el estado de los sistemas de vigilancia en la Región de las Américas.

Proteger a la población de la exposición al humo de tabaco

La mitad de las personas que fuman eventualmente morirán por causa del tabaco. Pero es necesario destacar el hecho de que 600.000 personas que no fuman mueren cada año por enfermedades causadas por la exposición al humo de tabaco ajeno. Las inves-

tigaciones muestran claramente que respirar humo de tabaco ajeno causa cáncer así como muchas enfermedades graves del aparato respiratorio y cardiovascular en niños y adultos, las cuales a menudo conducen a la muerte (16, 5). No existe un nivel seguro de exposición al humo de tabaco (17). La industria del tabaco propone alternativas a los ambientes 100% libres de humo de tabaco, como la ventilación y áreas designadas para fumadores, pero estas intervenciones no solucionan el problema. La prohibición completa de fumar en ambientes cerrados es la única intervención que efectivamente protege de los daños ocasionados por el humo de tabaco.

El Art. 8 del CMCT OMS y sus directrices requieren que las Partes protejan a todas las personas contra la exposición al humo de tabaco. En el marco de este artículo, las Partes reconocen que la ciencia ha

demostrado inequívocamente que la exposición al humo de tabaco ajeno causa muerte, enfermedad y discapacidad, por lo que cada Parte se compromete a adoptar medidas legislativas que protejan contra la exposición al humo de tabaco en lugares de trabajo interiores, medios de transporte público, lugares públicos cerrados y según proceda otros lugares públicos.

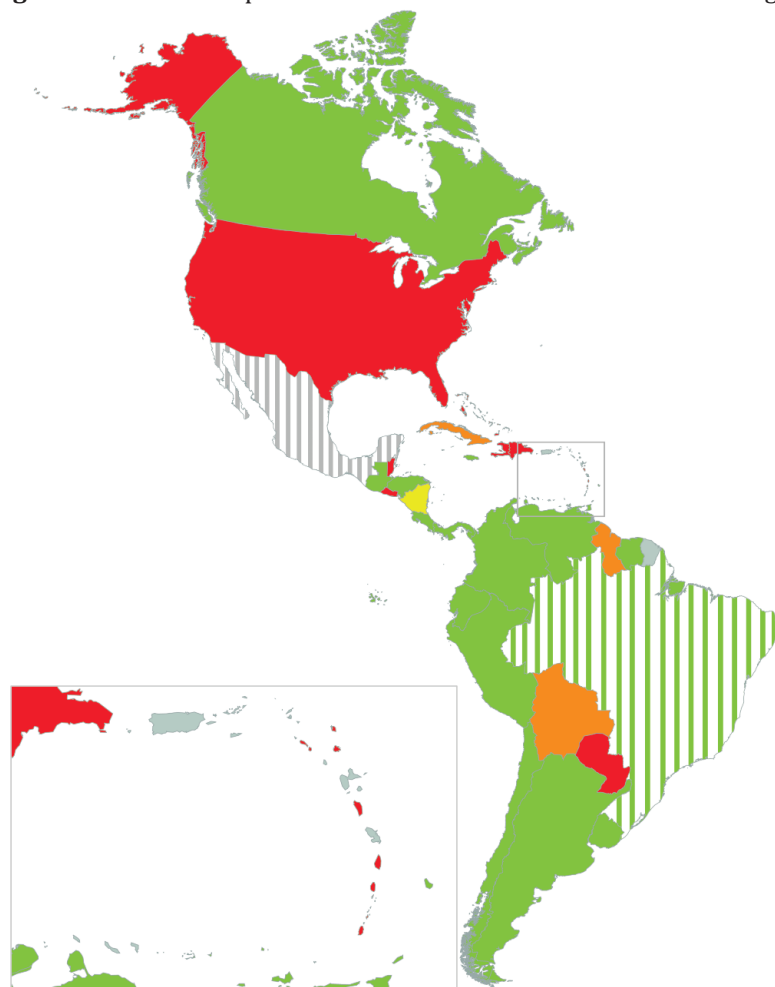
El cuadro 3 muestra qué tipos de lugares públicos y de trabajo son totalmente libres de humo de tabaco según ley nacional vigente en cada uno de los países. Un ambiente totalmente libre de humo de tabaco es aquel espacio donde no se permite fumar en ningún momento, en ningún área de su interior, bajo ninguna circunstancia. La figura 2 muestra la situación de los distintos países en relación a la aplicación del Art. 8 del CMCT de la OMS.

O frecer ayuda para abandonar el uso del tabaco

Los usuarios de tabaco son víctimas de la adicción a la nicotina. De cada cuatro fumadores tres afirman que quieren dejar de fumar. Para algunos de los usuarios de tabaco es difícil abandonar el uso por su cuenta, por ello el acceso a consejería y servicios de cesación es una parte importante de los programas integrales de control de tabaco.

En virtud del **Art. 14 del CMCT OMS y sus directrices** cada Parte elaborará y difundirá directrices apropiadas, completas e integradas, basadas en pruebas científicas y en las mejores prácticas y adoptará medidas eficaces para promover el abandono del consumo de tabaco y el tratamiento adecuado de la dependencia del tabaco.

Figura 2 Estado de la aplicación del Art. 8 del CMCT de la OMS en la Región de las Américas



Criterios	
	Todos los lugares públicos y de trabajo cerrados ^a y el transporte público son totalmente libres de humo de tabaco ^b (o al menos 90% de la población está cubierta por legislación subnacional).
	Igual que la categoría anterior, pero está pendiente la reglamentación y/o la aplicación.
	Existe la posibilidad de crear áreas para fumadores, pero deben estar separadas, completamente cerradas, y bajo condiciones técnicas muy estrictas
	De seis a siete tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco ^b .
	De tres a cinco tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco ^b .
	Hasta dos tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco ^b .
	Datos no disponibles

^aEn Cuadro 3 se especifican los tipos de lugares públicos y de trabajo utilizados para esta clasificación.

^bEspacio donde no se permite fumar en ningún momento, en ningún área de su interior, bajo ninguna circunstancia.

Fuente: Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS (datos fueron actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)

Cuadro 3 Normativa de ambientes libres de humo de tabaco en la Región de las Américas

País (fecha de la ley) ^a	Centros Sanitarios	Centros Docentes (No Universi- dades)	Universidades	Edificios guberna- mentales	Oficinas cerradas	Restaurantes	Pubs y bares	Transporte público
Antigua y Barbuda				✓				
Argentina (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bahamas								
Barbados (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Belice								
Bolivia (Estado Plurinacional de)	✓	✓		✓				✓
Brasil ^b (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Canadá ^c (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Chile (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Colombia (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Costa Rica (2012)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cuba	✓	✓	✓					✓
Dominica								
Ecuador (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
El Salvador								
Estados Unidos de América				✓				
Granada								
Guatemala (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Guyana	✓	✓	✓					
Haití								
Honduras (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jamaica (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
México	^d	✓	^d	^d	^d	^d	^d	
Nicaragua	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Panamá (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Paraguay	✓	✓						
Perú (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
República Dominicana		✓	✓					
Saint Kitts y Nevis								
Santa Lucía								
San Vicente y las Granadinas								
Suriname (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Trinidad y Tabago (2009)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Uruguay (2005)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Venezuela (República Bolivariana de) (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

^a Solo para leyes que establecen una prohibición total de fumar en lugares públicos y de trabajo cerrados y en el transporte público^b aplicación pendiente a julio 2013^c Si bien no existe una legislación nacional, al menos el 90% de la población está protegida por leyes subnacionales 100% libres de humo de tabaco.^d Existe la posibilidad de crear áreas para fumadores, pero deben estar separadas, completamente cerradas, y bajo condiciones técnicas muy estrictas

Fuentes: Adaptado del Informe mundial de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS).

Para ello; las Partes deberán idear y aplicar programas eficaces de promoción del abandono del consumo de tabaco en lugares tales como instituciones docentes, unidades de salud, lugares de trabajo y entornos deportivos. Además deberá incorporar el diagnóstico y el tratamiento de la dependencia del tabaco y servicios de asesoramiento en programas, planes y estrategias nacionales de salud y educación, con la participación de profesionales de la salud, trabajadores comunitarios y asistentes sociales, según proceda; y colaborará con otras Partes para facilitar la accesibilidad y asequibilidad de los tratamientos de la dependencia del tabaco, incluidos productos farmacéuticos.

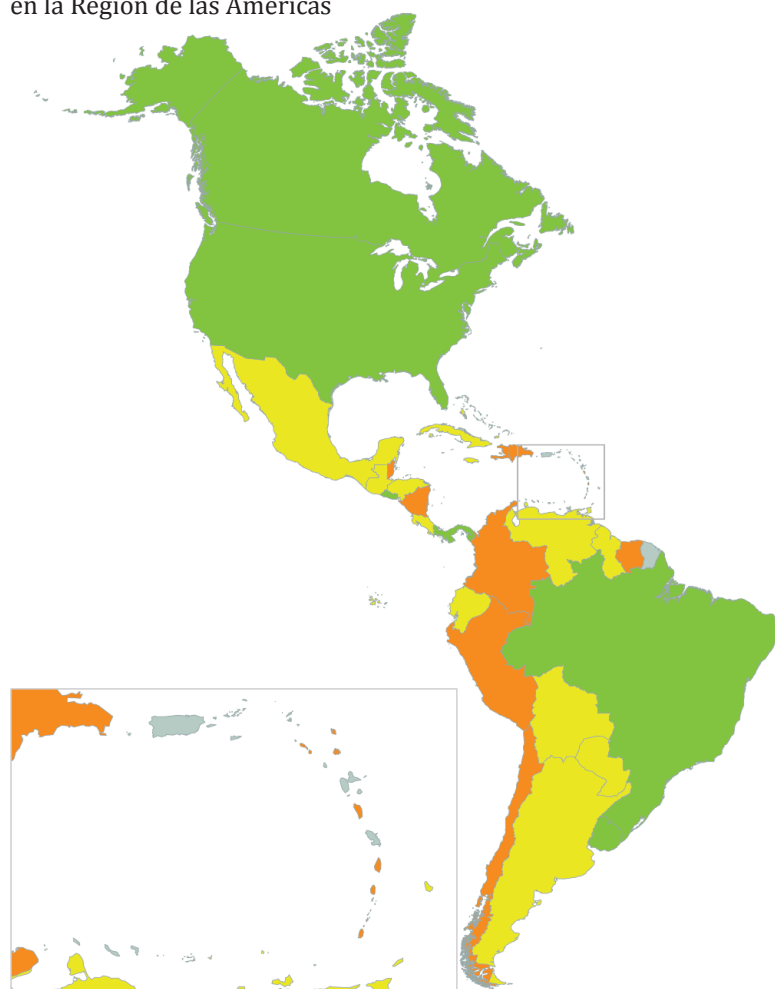
En suma un tratamiento eficaz de la dependencia del tabaco debe incluir: servicios de asesoramiento incorporados en la atención primaria, que sean de fácil acceso; líneas telefónicas gratuitas para dejar de fumar, y acceso a medicamentos gratuitos o de bajo costo.

Si bien la mayoría de los que dejan de fumar, lo hacen sin ningún tipo de intervención, el uso de medicamentos para la cesación duplica las posibilidades de dejar de fumar exitosamente, y la administración de la medicación junto con el asesoramiento aumenta aún más dicha probabilidad (18). La figura 3 muestra un resumen de la disponibilidad de tratamiento en los distintos países.

W Advertir sobre los peligros del tabaco

Pese a la evidencia concluyente sobre los peligros del tabaco, no todos los consumidores comprenden la magnitud de los riesgos para su salud (19, 20). Las advertencias sanitarias, en los paquetes de cigarrillos y otros productos de tabaco, ayudan a informar a los consumidores de estos peligros. Ellas son un com-

Figura 3 Estado de la disponibilidad de tratamientos de la dependencia del tabaco y cobertura de costos en la Región de las Américas



Criterios	
	Hay disponibilidad de línea telefónica de cesación, servicios de cesación ^a y terapias de sustitución nicotínica (TSN) con cobertura total de costos
	Hay disponibilidad de TSN y/o de algunos servicios de cesación. Al menos uno de ellos tiene cobertura de costos
	Hay disponibilidad de TSN y/o de algunos servicios de cesación. Ninguno de ellos tiene cobertura de costos.
	Ninguna
	Datos no disponibles

^a Apoyo para cesación disponible en cualquiera de los siguientes lugares: centros de salud u otros servicios de atención primaria, hospitales, oficinas de profesionales de la salud, o en la comunidad

Fuente: Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para los Estados Miembros de la OPS a diciembre 2012

ponente importante en los programas nacionales de educación para la salud y se pueden aplicar prácticamente sin costo para los gobiernos.

El **Art. 11 del CMCT OMS y sus directrices** requieren que cada Parte adopte medidas que incluyan la presentación de una serie rotativa de advertencias sanitarias y otros mensajes apropiados en los paquetes de productos de tabaco, que cubran idealmente el 50% o más de las superficies principales expuestas y que preferentemente incluyan imágenes o pictogramas.

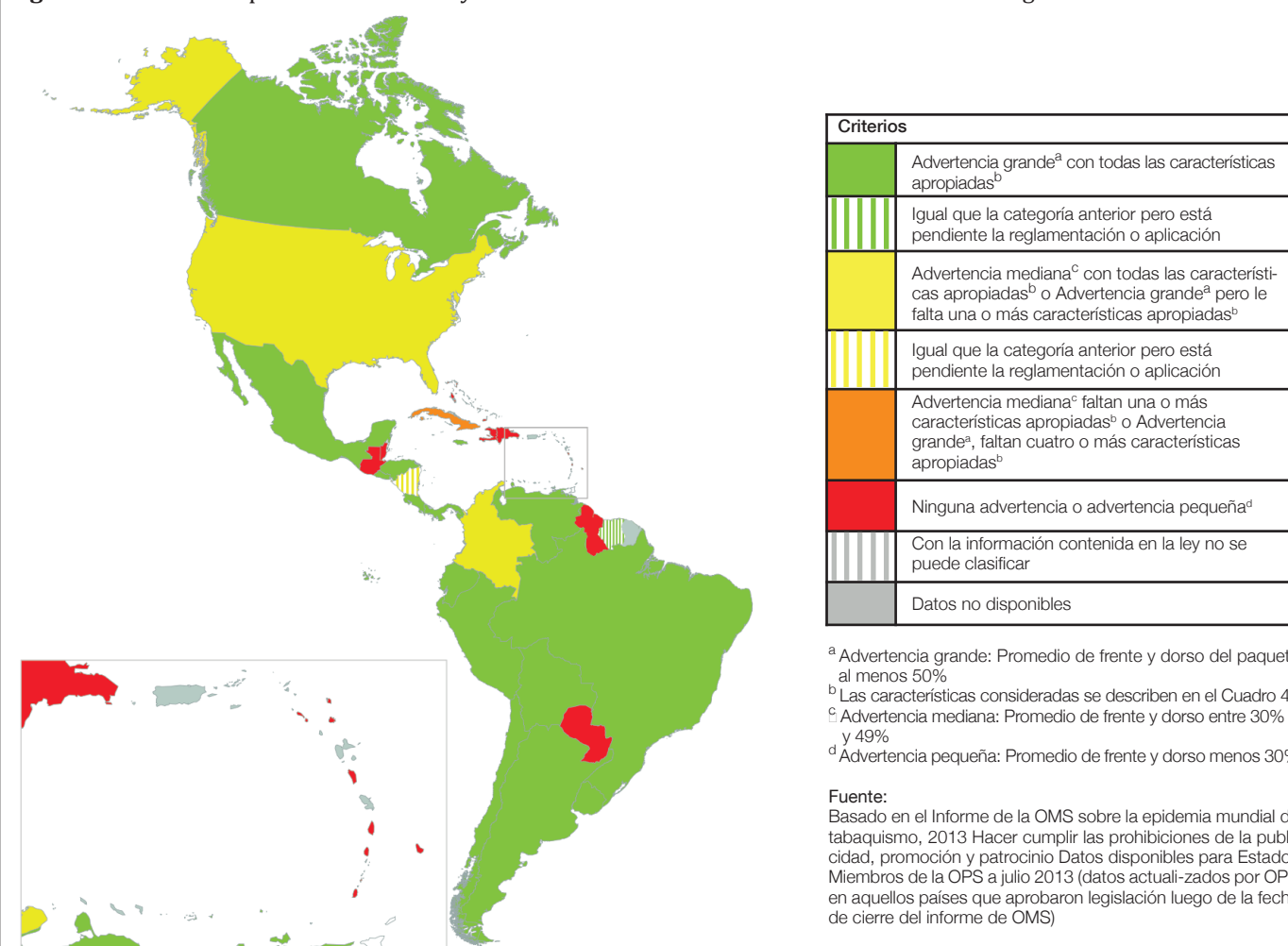
Las Partes también se asegurarán de que en el empaquetado y etiquetado no se promocióne un producto de tabaco de manera falsa, equívoca, engañosa o que pueda directa o indirectamente crear una impresión errónea sobre sus características, efectos para la salud, riesgos o emisiones.

Las Partes deben cumplir con este artículo dentro de los 3 años de entrada en vigencia del tratado para cada Parte. El país más avanzado en el mundo en este concepto es Australia que desde diciembre del 2012 ha implementado el empaquetado genérico para los productos de tabaco.

En la Región este es uno de los artículos del Convenio que ha avanzado sustantivamente, con algunos países que han aplicado advertencias sanitarias de hasta el 80% de las superficies principales expuestas del empaquetado.

El cuadro 4 muestra los requisitos específicos establecidos en cada país para las advertencias sanitarias en los paquetes de tabaco. La figura 4 presenta el panorama de la aplicación de las advertencias sanitarias en la Región.

Figura 4 Estado de la aplicación del Art. 11 y características de las advertencias sanitarias en la Región de las Américas



Cuadro 4 Características de las advertencias sanitarias en el empaquetado de tabaco, en la Región de las Américas.

País (fecha de la legislación) ^a	Porcentaje de las superficies principales ^b (promedio-frente/dorso)	Número ^b	¿Aparecen en todo el empaquetado para venta al por menor? ^b	¿Describen los efectos nocivos del tabaco para la salud? ^b	¿Tipo de letra tamaño y color indicado por ley? ^b	¿Son rotativas? ^b	¿Escritas en idioma principal del país? ^b	¿Incluyen imágenes? ^b	¿Prohibición de términos engañosos? ^c
Antigua y Barbuda									
Argentina (2011)	50-50/50	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bahamas	^d		✓				✓		
Barbados									
Belice	^d	1			✓		✓		
Bolivia (Estado Plurinacional de) (2009)	50-50/50	7	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Brasil (2003) ^e	65-30/100	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Canadá (2011)	75-75/75	16	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Chile (2006)	50-50/50	10 ^f	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Colombia	30-30/30	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Costa Rica (2012)	50-50/50	12 ^f	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cuba	30-30/30	5	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Dominica									
Ecuador (2012)	60-60/60	6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
El Salvador(2011)	50-50/50	12	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Estados Unidos de América ^g	50-50/50	9	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Granada									
Guatemala	13-25/0	6	✓	✓	✓	✓	✓		
Guyana	^d	1			✓		✓		
Haití									
Honduras ^h	50-50/50	7	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jamaica (2013)	75-75/75	16 ^f	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
México (2009)	65-30/100	8	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Nicaragua ⁱ	50-50/50	6	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Panamá (2005)	50-50/50	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Paraguay	^d	1	✓				✓		
Perú(2010)	50-50/50	12	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
República Dominicana	^d	1	✓		✓		✓		
Saint Kitts y Nevis									
Santa Lucía									
San Vicente y las Granadinas									
Suriname(2013) ^j	50-50/50	^d	✓	✓	^d	^d	^d	✓	✓
Trinidad y Tabago ^k	^d	^d	✓	^d	✓	^d	✓	^d	✓
Uruguay (2005)	80-80/80	4	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓ ^l
Venezuela (República Bolivariana de) (2004)	50-0/100	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

^a Solo para países con advertencias grandes y con todas las características apropiadas.^b Estas son las características usadas para la clasificación de las leyes.^c Términos engañosos incluyen, sin limitarse a : "bajo contenido de alquitrán", "livianos", "ultralivianos", "suaves".^d No especificado en la ley^e El texto adicional ocupando el 30% de la cara frontal comenzará a aplicarse a partir del 1º de enero del 2014.^f Las imágenes se usan combinadas en pares.^g Ley aprobada pero no aplicada a julio del 2013. La aplicación del reglamento promulgado por la FDA ha sido demorada.^h No hay un documento publicado aprobando las imágenes. El ente rector da la información directamente a las empresas.ⁱ Ley no reglamentada a julio del 2013.^j Las advertencias sanitarias entrarán en vigencia en junio del 2014. A julio del 2013 el reglamento se haya en proceso de elaboración.^k La ley no ha sido reglamentada y con la información que provee no se puede clasificar.^l Solo se permite una presentación por marca.

FUENTE: Adaptado del Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)

E Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio

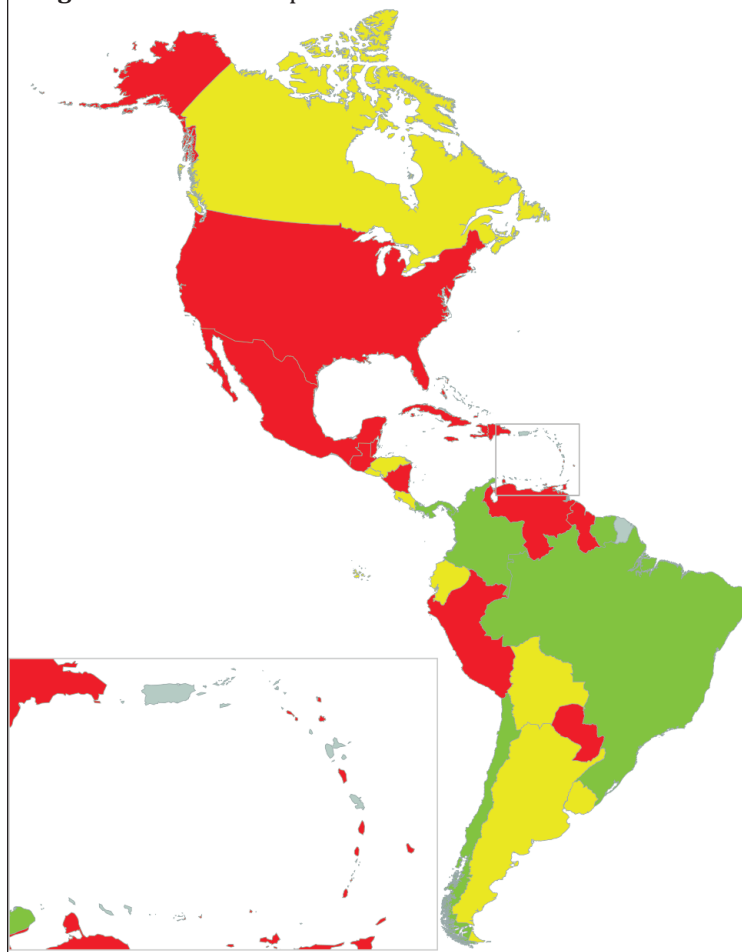
Millones de fumadores mueren cada año a causa de enfermedades relacionadas con el tabaco; por lo tanto el reclutamiento de nuevos fumadores es crucial para la salud financiera de la industria tabacalera. Los jóvenes y las mujeres son en general los mayores destinatarios de los esfuerzos publicitarios. La publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco (PPPT) asocian el entretenimiento, la felicidad, la belleza y los eventos deportivos entre otros, con el uso del tabaco, lo cual lo hace muy deseable para el público objetivo. La PPPT generalizada “normaliza” el uso de tabaco, el cual es presentado como un producto más de consumo, dificultando el entendimiento de los riesgos de su uso (21).

En virtud del **Art 13 del CMCT OMS y sus directrices**, las Partes reconocen que una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio reducirían el consumo de productos del tabaco. El CMCT de la OMS requiere que se proceda a dicha prohibición dentro de

los cinco años de la entrada en vigencia del tratado. En los infrecuentes casos en que una Parte no esté en condiciones de proceder a una prohibición total debido a su constitución o sus principios constitucionales, aplicará las siguientes restricciones: prohibirá la publicidad falsa o engañosa, exigirá que las advertencias sanitarias acompañen toda publicidad, restringirá el uso de incentivos que fomenten la compra de productos del tabaco, y prohibirá o restringirá la publicidad, promoción y patrocinio en la mayor cantidad de medios posibles, entre otras. Asimismo, deberían exigir a la industria del tabaco que revele sus gastos en publicidad, promoción y patrocinio. De todas formas, pocos países en el mundo tienen realmente limitaciones de este tipo.

El cuadro 5 presenta las formas de PPPT que están completamente prohibidas a nivel nacional. Se entiende como prohibición completa en un medio o forma de comunicación, cuando la PPPT está totalmente prohibida en ese medio o forma de comunicación, sin excepciones por público objetivo u horario. La figura 5 muestra la situación regional de la aplicación de este artículo del CMCT de la OMS.

Figura 5 Estado de la aplicación del Art. 13 del CMCT de la OMS en la Región de las Américas



Criterios	
	Prohibición de todas las formas de publicidad directa e indirecta ^a
	Prohibición en TV nacional, radio y medios impresos, así como algunas pero no todas las otras formas de publicidad directa e indirecta ^a .
	Prohibición en la TV, radio y medios impresos nacionales solamente.
	Ausencia completa de prohibiciones o prohibición que no cubre al menos TV, radio y medios impresos a nivel nacional
	Datos no disponibles

^a El cuadro 5 muestra los tipos de PPPT utilizados en la clasificación.

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS).

Cuadro 5. Normativa de prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT) en la Región de las Américas.

País (año de la ley ^a)	Prohibiciones de publicidad directa					Exhibición del producto en el punto de venta
	TV y radio nacional ^b	Revistas y periódicos locales ^b	Vallas publicitarias y anuncios al aire libre ^b	Punto de venta ^b	Internet ^b	
Antigua y Barbuda						
Argentina	√	√	√		√	
Bahamas	√					
Barbados						
Belice						
Bolivia (Estado Plurinacional de)	√	√	√			
Brasil (2011)	√	√	√	√	√	
Canadá	√	√	√		√	
Chile (2013)	√	√	√	√	√	
Colombia (2009)	√	√	√	√	√	
Costa Rica	√	√	√	√	√	
Cuba						
Dominica						
Ecuador	√	√	√	c	√	
El Salvador	√	√	√		√	
Estados Unidos de América	√					
Granada						
Guatemala						
Guyana						
Haití						
Honduras	√	√	√			
Jamaica	√					
México	√		√			
Nicaragua	√		√			
Panamá (2008)	√	√	√	√	√	√
Paraguay						
Perú	√				√	
República Dominicana						
Saint Kitts y Nevis						
Santa Lucía						
San Vicente y las Granadinas						
Suriname (2013)	√	√	√	√	√	√
Trinidad y Tabago	√		√			
Uruguay	√	√	√	d	√	e
Venezuela (República Bolivariana de)	√		√			

^a Solo para leyes con prohibiciones completas de la PPPT^b Estas son las formas de publicidad directa e indirecta usadas en la clasificación de los países que se muestra en la figura 5^c Se permite sólo en el interior, no puede ser vista desde el exterior y no puede ser mayor de 1m²^d Se permite sólo en el interior, y debe llevar una advertencia sanitaria de igual tamaño que la publicidad^e En superficies comerciales superiores a 100 m²

Fuente:

Adaptado del Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)

Cuadro 5. Normativa de prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (PPPT) en la Región de las Américas. (continuación)

PAIS (año de la ley) ^a	Distribución gratuita por correo u otros medios ^b	Descuentos promocionales ^b	Extensión de Marca ^{b,c}	Uso común de marcas ^{b,d}	colocación de productos o marcas de tabaco en TV o películas ^b	Aparición de productos o marcas de tabaco en TV o películas ^b	Patrocinio de eventos ^b
Antigua y Barbuda							
Argentina			✓	✓	✓	✓	✓
Bahamas							
Barbados							
Belice							
Bolivia (Estado Plurinacional de)	✓						✓
Brasil (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Canadá	✓	✓			✓		✓
Chile (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Colombia ^e (2009)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Costa Rica			✓	✓	✓	✓	✓
Cuba							
Dominica							
Ecuador	✓		✓		✓	✓	✓
El Salvador			✓	✓	✓	✓	✓
Estados Unidos de América							
Granada							
Guatemala	✓						
Guyana							
Haití							
Honduras							
Jamaica							
México	✓	✓	✓				✓
Nicaragua							
Panamá (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Paraguay							
Perú							
República Dominicana							
Saint Kitts y Nevis							
Santa Lucía							
San Vicente y las Granadinas							
Suriname (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Trinidad y Tabago					✓		✓
Uruguay	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Venezuela (República Bolivariana de)	✓	✓					

^a Solo para leyes con prohibiciones completas de la PPPT^b Características usadas para la clasificación de la figura 5.^c Nombre de una marca de tabaco usado en productos no tabáquicos.^d Nombre de un producto no tabáquico usado en productos de tabaco.^e A pesar de que la ley no prohíbe explícitamente el uso común de marcas y no provee una definición para publicidad y promoción de tabaco, se interpreta que está incluido dentro de la prohibición existente porque el país es Parte al CMCT OMS y se asume que cumple con las definiciones del mismo.**Fuente:**

Adaptado del Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)

Aumentar los impuestos al tabaco

En virtud del **Art. 6 del CMCT de la OMS**, las Partes reconocen que las medidas relacionadas con los precios e impuestos son un medio eficaz e importante para que diversos sectores de la población, en particular los jóvenes y las poblaciones de menores ingresos, reduzcan su consumo de tabaco. Cada Parte deberá aplicar políticas fiscales y de precios a los productos de tabaco a fin de contribuir a los objetivos de salud tendientes a la reducción de su consumo. Numerosos estudios en diferentes entornos socio-económicos han demostrado la efectividad de impuestos y precios más altos en la reducción del consumo de tabaco (22).

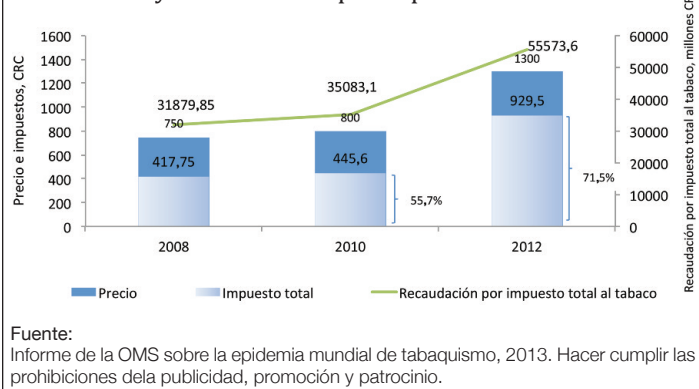
De todos los impuestos a los productos de tabaco, los impuestos al consumo son los más importantes para lograr el objetivo sanitario de reducir el consumo de tabaco, ya que se aplican exclusivamente a los productos de tabaco y aumentan los precios de estos productos en relación con los precios de otros bienes y servicios, a diferencia de los impuestos que se aplican a una amplia gama de productos y servicios, como los impuestos sobre el valor agregado (IVA) o los impuestos generales sobre el consumo. Los impuestos al consumo pueden ser específicos (una cifra absoluta) o ad valorem (un porcentaje), ambos son instrumentos a disposición de los gobiernos y pueden usarse en forma individual o combinada. Un impuesto específico de tasa única conduciría a aumentos relativamente mayores de precios y reduciría la participación de mercado de los cigarrillos baratos, pero a fin de que este efecto se mantenga en el tiempo, debe establecerse un mecanismo de ajuste a fin de mantener el mismo ritmo que la inflación y que los aumentos de los ingresos reales. Si bien la recomendación es que los impuestos representen un 75% o más del precio final de venta del producto, las buenas prácticas en medidas impositivas destinadas a reducir la asequibilidad de productos de tabaco involucran un accionar más amplio incluyendo el fortalecimiento de las administraciones tributarias para monitorear el mercado de tabaco y evaluar el impacto que aumentos de impuestos tienen en él.

Del mismo modo, si bien precios altos son efectivos en reducir el consumo de tabaco, es importante tener presente que un precio elevado en sí mismo no es indicativo de que se estén usando los impuestos como instrumento de política para elevar dichos precios y así contribuir a un objetivo sanitario.

Los impuestos al tabaco son usualmente aceptados por la población, incluyendo quienes consumen tabaco; debido a que la mayoría de las personas tienen la percepción general de que es dañino; aunque no conozcan los daños específicos que el tabaco causa a la salud.

Impuestos más altos incrementarán la recaudación fiscal y estos fondos adicionales podrán ser usados para programas de control de tabaco así como para otras iniciativas sanitarias y sociales. Usar la recaudación fiscal de esta manera a su vez aumentará el apoyo de la población al aumento de impuestos.

Gráfica 9 Costa Rica: precios e impuestos, paquete de la marca más vendida y recaudaciones por impuestos al tabaco.



A pesar de lo que proclama la industria tabacalera, impuestos más altos no necesariamente llevan a contrabando y otros tipos de evasiones de impuestos. Las medidas de control y fiscalización son más importantes para prevenir el contrabando que variaciones en las tasas de impuestos. Los países deben desarrollar acciones encaminadas a fortalecer la capacidad de control y fiscalización de sus administraciones tributarias y aduaneras para prevenir el contrabando y la evasión tributaria.

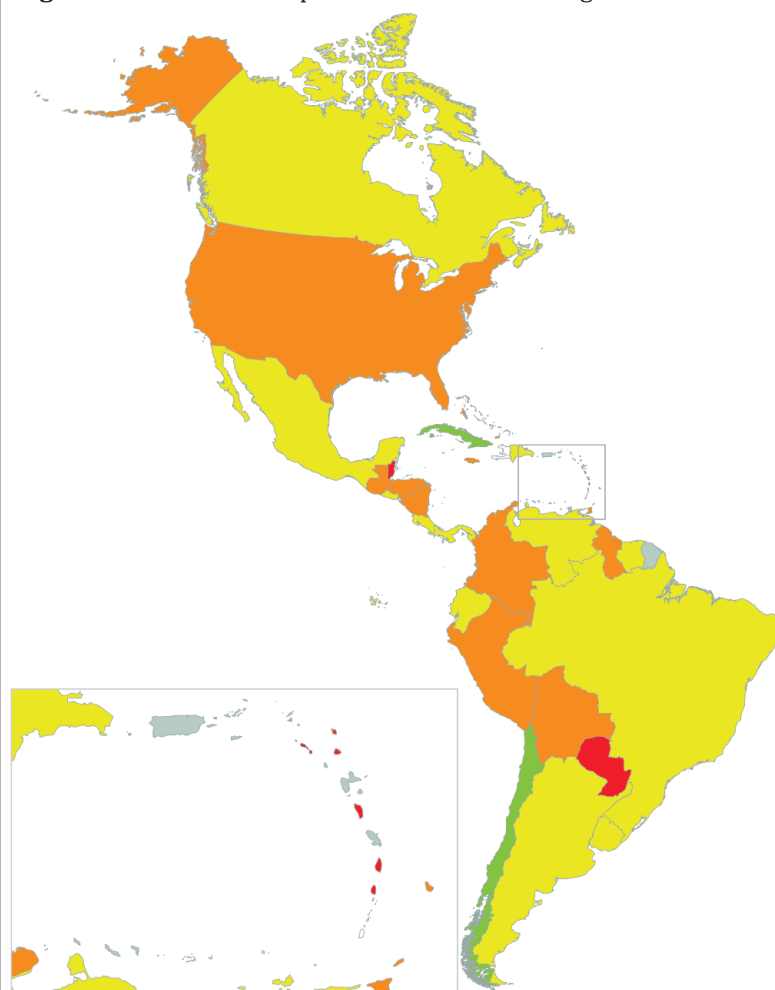
En los últimos años, algunos países de la Región han avanzado en la implementación de medidas de impuestos y precios al tabaco. La gráfica 9 muestra el

caso de Costa Rica, país que en el 2012 aprobó una ley integral de control de tabaco que legisla sobre varios mandatos del CMCT OMS incluyendo un aumento en los impuestos al tabaco equivalente a US\$0.80 por paquete de cigarrillos y estableciendo que toda la nueva recaudación sea destinada a programas de control de tabaco y otras iniciativas de salud. El porcentaje que los impuestos representan del precio final al consumidor pasó de 55.7% en el 2008 a 71.5% en el 2012 con el precio de la marca más vendida de cigarrillos

subiendo en 73%. Los impuestos, además, aumentarán automáticamente cada año.

La figura 6 presenta la situación actual de los impuestos en la Región según el porcentaje que éstos representan del precio final. El cuadro 6 presenta la evolución de precios e impuestos entre los años 2008 y 2012, de un paquete de 20 cigarrillos de la marca más vendida en el país.

Figura 6 Estado de los impuestos al tabaco en la Región de las Américas



Criterios	
	Los impuestos representan más del 75% del precio final
	Los impuestos representan del 51 al 75% del precio final
	Los impuestos representan del 26 al 50% del precio final
	Los impuestos representan 25% o menos del precio final
	Datos no reportados/no disponibles

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a diciembre del 2012

Cuadro 6 Impuestos y precios para un paquete de 20 cigarrillos, de la marca más vendida, 2008-2012. Región de las Américas

PAÍS	2008		2012	
	Precio paquete de 20 cigarrillos de la marca más vendida en el país (en dólares internacionales PPP ^a).	Impuestos ^b como % del precio de la marca más vendida	Precio paquete de 20 cigarrillos de la marca más vendida en el país (en dólares internacionales PPP ^a).	Impuestos ^b como % del precio de la marca más vendida
Antigua and Barbuda	3,20	6,60%	3,10	6,60%
Argentina	2,11	69,20%	2,74	67,83%
Bahamas ^c	3,35	31,23%	4,58	37,71%
Barbados	8,89	47,77%	7,96	48,76%
Belice	4,69	19,17%	4,69	21,19%
Bolivia (Estado Plurinacional de)	1,99	41,00%	2,34	42,03%
Brasil ^c	1,59	57,15%	2,26	63,15%
Canadá ^{c d}	6,38	64,55%	6,80	64,45%
Chile ^c	3,56	76,37%	4,39	81,24%
Colombia ^c	1,48	34,31%	2,01	43,77%
Costa Rica ^c	2,33	55,72%	3,30	71,50%
Cuba	...	75,00%	...	75,13%
Dominica	2,63	25,61%	3,13	23,40%
Ecuador ^c	3,39	64,29%	4,83	73,02%
El Salvador	2,79	41,47%	3,96	51,75%
Estados Unidos de América ^{c e}	4,58	36,57%	6,07	42,93%
Grenada	3,87	40,50%	...	...
Guatemala	2,26	56,71%	2,76	48,98%
Guyana	3,02	35,85%	3,30	30,15%
Haití	...	...	...	...
Honduras	2,23	45,25%	3,50	34,03%
Jamaica	9,74	43,88%	12,19	46,06%
México ^c	3,58	61,17%	4,47	66,62%
Nicaragua	2,90	19,79%	3,06	29,11%
Panamá	3,32	36,59%	5,96	56,52%
Paraguay ^c	0,40	18,83%	0,65	17,34%
Perú	2,65	41,85%	3,14	42,14%
República Dominicana ^c	4,87	57,03%	5,36	58,59%
Saint Kitts y Nevis ^c	2,45	18,20%	3,48	19,96%
Santa Lucía	4,40	30,08%	5,39	19,72%
San Vicente y las Granadinas ^c	3,78	14,71%	3,97	14,88%
Suriname ^c	2,59	58,14%	3,23	60,96%
Trinidad y Tabago ^c	2,17	36,69%	3,40	32,58%
Uruguay	2,92	65,82%	4,00	68,70%
Venezuela (República Bolivariana de)	4,55	70,79%	6,45	71,04%

^a dólares internacionales con paridad de poder de compra^b Incluye impuestos al consumo, tarifas aduaneras aplicables, IVA y otros impuestos indirectos^c El país ha aumentado los impuestos al consumo de tabaco desde el 2010, sin embargo debido a la variabilidad en los precios, el efecto no necesariamente se aprecia en el indicador de impuestos.^d Tasas subnacionales y tasas nacionales de impuestos al consumo han sido usadas por la OMS para reflejar una tasa de impuestos promedio para Canadá. El precio es un promedio ponderado por las ventas del precio de la marca más vendida de Canadá^e El precio es un promedio ponderado por las ventas de los precios estatales, los impuestos incluyen los impuestos federales y un promedio ponderado de los impuestos a las ventas en los estados

... Datos no reportados/no disponibles

Fuente: Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para los Estados Miembros de la OPS a diciembre del 2012.

4 La industria tabacalera

El tabaco no es un producto más de consumo. Es el único producto legal, que consumido como lo indican sus fabricantes, mata entre un tercio y la mitad de sus consumidores (23).

Quien fabrica este producto, no es tampoco una industria más. Es la única industria para la cual existe un tratado internacional legalmente vinculante que advierte a los Estados Partes de que deben proteger sus políticas de salud pública de la interferencia de esta industria y de aquellos que actúen protegiendo sus intereses.

En setiembre del 2011, los Estados Miembros de las Naciones Unidas reconocieron en la Declaración política de la reunión de alto nivel de la Asamblea General sobre la prevención y control de enfermedades crónicas no transmisibles el inherente conflicto de intereses entre la industria tabacalera y la salud pública (24).

Bajo el **Art. 5.3 del CMCT de la OMS y sus directrices**, cada Parte deberá actuar para proteger las políticas de salud pública relativas al control del tabaco de los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera, de conformidad con la legislación nacional. Las Partes deberán establecer medidas para limitar la interacción con la industria del tabaco y garantizar la transparencia de las interacciones que se produzcan.

La industria tabacalera ha funcionado durante años con la intención manifiesta de socavar el papel de los gobiernos y de la OMS en la aplicación de las políticas de salud pública encaminadas a combatir la epidemia de tabaquismo. Su objetivo es mantener la aceptación social del producto que fabrica y prevenir la adopción de medidas eficaces para la regulación de dicho producto.

Durante décadas esta industria ha utilizado tácticas de cabildeo para influir en los gobiernos con el fin de impedir las restricciones a la comercialización y los aumentos de precios e impuestos. Asimismo ha desarrollado y financiado programas de intervención escolar supuestamente dirigidos a prevenir el consumo de tabaco en los jóvenes, como por ejemplo el Programa Yo Tengo P.O.D.E.R. de Philip Morris. Estas campañas tienen como objetivo principal mejorar la imagen pública de la industria.

Otra estrategia frecuente de la industria ha sido crear aparentes controversias sobre la evidencia científica existente; esta incluye el ataque a los avances científicos en la materia y la financiación de investigadores para publicar artículos favorables a sus intereses.

En el informe La rentabilidad a costa de la gente de la OPS (25) se resumen una serie de documentos, que fueron secretos durante mucho tiempo, de las dos compañías tabacaleras líderes del mercado en América Latina y el Caribe: Philip Morris International y British American Tobacco Company.

Cuadro 7 Ejemplos de interferencia de la Industria tabacalera y/o grupos que defienden sus intereses, en la Región de las Américas

Estrategia	País	Comentarios
Implementar medidas voluntarias para prevenir legislación más estricta	Argentina	En 2005, se ingresó un proyecto de ley de advertencias sanitarias al Parlamento. Simultáneamente Nobleza Piccardo ¹ lanza una campaña "Aumentamos la advertencia" anunciando su decisión voluntaria de agregar advertencias sanitarias solo de texto ocupando 30% de las superficies principales de las cajetillas de cigarrillos. ²
Litigar en contra de ley	Guatemala	Demanda de inconstitucionalidad contra la ley de creación de ambientes libres de humo de tabaco (Decreto 74/2008) solicitada por la Cámara de comercio. La Corte Constitucional de Guatemala desestimó esta acción de inconstitucionalidad. ³
Usar grupos de fachada para oponerse a medidas eficaces	México	Creación de un grupo de fachada en pro de los derechos de los fumadores para oponerse a la ley de ambientes libres de humo de tabaco en la Ciudad de México que fue aprobada en el 2009. ⁴
Generar debate sobre aumento de contrabando	Barbados	La industria tabacalera reclama públicamente que se afectan sus intereses y los del Estado, y que por tanto deben disminuirse los impuestos para lograr frenar el contrabando (2010) ⁵

¹ Subsidiaria de la British American Tobacco en Argentina.

² Sebie EM, Glantz SA. Attempts to undermine tobacco control: tobacco industry "youth smoking prevention" programs to undermine meaningful tobacco control in Latin America. Am J Public Health. 2007;97(8):1357-67.

³ Cámara de Comercio de Guatemala v. Guatemala. Expediente 2158-2009. Disponible en: http://www.tobaccocontrol.org/files/live/litigation/267/GT_Guatemala%20Chamber%20of%20Commerce%20_1.pdf [Último acceso julio 2013]

⁴ Discriminación, sentir de fumadores por ley antitabaco. Informador.com.mx 2008. Disponible en: (<http://www.informador.com.mx/mexico/2008/1132/1/discriminacion-sentir-de-fumadores-por-ley-antitabaco.htm>) [Último acceso julio 2013]

⁵ Caribbean 360. Illegal cigarette trade burning into govt revenue. 2010. Disponible en: <http://www.caribbean360.com/index.php/news/26976.htm#axzz2ThKIM93n> [último acceso julio 2013]

5 Referencias

1. OPS 2011. Technical Reference Document on Noncommunicable Disease Prevention and Control. July 2011. Pan American Health Organization, 2011. Disponible en: http://new.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=14815&Itemid= [Último acceso: mayo 2012].
2. OMS 2010. WHO Global Status Report on Noncommunicable Diseases 2010. World Health Organization. Disponible en: http://www.who.int/nmh/publications/ncd_report_full_en.pdf [Último acceso: mayo 2012].
3. OMS. 2012. WHO global report: mortality attributable to tobacco. Geneva. World Health organization, 2012. Disponible en: http://www.who.int/tobacco/publications/surveillance/rep_mortality_attributable/en/index.html. [Último acceso: mayo 2012].
4. Mathers CD, Loncar D (2006) Projections of Global Mortality and Burden of Disease from 2002 to 2030. PLoS Med 3(11): e442.
5. Öberg M, Jaakkola Maritta S, Woodward A, Peruga A. y Prüss-Ustün A. 2011. Worldwide burden of disease from exposure to second-hand smoke: a retrospective analysis of data from 192 countries. The Lancet, Volume 377, Issue 9760, enero 8-14.
6. OMS 2010. Gender, Women, and the Tobacco Epidemic. Manila, Philippines, World Health Organization, 2010. Disponible en: http://whqlibdoc.who.int/publications/2010/9789241599511_eng.pdf. [Último acceso: mayo 2012].
7. OMS 2013. Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio de tabaco. Resumen (español) disponible en: http://www.who.int/tobacco/global_report/2013/summary/en/index.html Informe completo (en inglés) disponible en: http://www.who.int/tobacco/global_report/2013/en/
8. OMS 2010. Cuarta Conferencia de las Partes en el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. FCTC/COP/4/12 Control y prevención de productos de tabaco sin humo y cigarrillos electrónicos. Informe de la Secretaría del Convenio, Punta del Este, Uruguay, 15 septiembre 2010. Disponible en: http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop4/FCTC_COP4_12-sp.pdf. [Último acceso: mayo 2012].
9. OMS 2010. Equity, social determinants and public health programmes, 2010. Disponible en: http://whqlibdoc.who.int/publications/2010/9789241563970_eng.pdf. [Último acceso: mayo 2012].
10. Beaglehole R. 2011. Priority actions for the non-communicable disease crisis. The Lancet - 23 Abril 2011 (Vol. 377, Issue 9775, p. 1438-1447).
11. Foro Económico Mundial. 2011. From Burden to “Best Buys”: Reducing the Economic Impact of Non-Communicable Diseases in Low- and Middle-Income Countries. Disponible en: http://www.who.int/nmh/publications/best_buys_summary.pdf. [Último acceso: mayo 2012].
12. OMS 2003. Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Disponible en: <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9243591010.pdf> [Último acceso: mayo 2012].
13. Banco Mundial. 1999. La Epidemia de tabaquismo. Los gobiernos y los aspectos económicos del control del tabaco. Publicación científica No. 577. Washington DC. http://www.paho.org/Spanish/AD/SDE/RA/TOB_Epidemia.htm
14. OPS 2008. El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco: oportunidades y retos para su implementación en la Región de las Américas [Internet]. 48.o Consejo Directivo de la OPS, 60.a sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas; del 29 de setiembre al 3 de octubre del 2008; Washington (DC), US. Washington (DC): OPS, 2010 (resolución CD48.R2) [consultado el 4 de marzo del 2013]. Disponible en: <http://www.paho.org/spanish/gov/cd/cd48.r2-s.pdf> [Último acceso: marzo 2013]

15. OPS 2010. Fortalecimiento de la capacidad de los Estados Miembros para implementar las disposiciones y directrices del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco [Internet]. 50.o Consejo Directivo de la OPS, 62.a sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas; del 27 de setiembre al 1 de octubre del 2010; Washington (DC), US. Washington (DC): OPS 2010 (resolución CD50.R6). Disponible en: <http://www2.paho.org/hq/dmdocuments/2010/CD50.R6-s.pdf>. [Último acceso: marzo 2013]
16. HHS (US Department of Health and Human Services). 2006. The Health Consequences of Involuntary Exposure to Tobacco Smoke: A Report of the Surgeon General. Atlanta: Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health Disponible en: <http://www.surgeongeneral.gov/library/reports/secondhandsmoke/index.html> [Último acceso: marzo 2013]
17. California Environmental Protection Agency. 2005 “Proposed Identification of Environmental Tobacco Smoke as a toxic air contaminant”. Disponible en: <http://www.arb.ca.gov/regact/ets2006/ets2006.htm> [Último acceso: abril 2012].
18. Fiore MC et al. Treating tobacco use and dependence: 2008 update. Clinical practice guideline. Rockville MD, Departement of Health and Human Servicies, 2008.
19. Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. 2003. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior. *Tobacco Control*, 2003, 12:391-395. Disponible en: <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/12/4/391.full>. [Último acceso: abril 2012].
20. Yang J, Hammond D, Driezen P, Fong GT, Jiang Y. 2010. Health knowledge and perception of risks among Chinese smokers and non-smokers: findings from the Wave 1 ITC China Survey. *Tobacco Control*, 2010;19:i18-i23 doi:10.1136/tc.2009.029710
21. National Cancer Institute. 2008. The Role of the Media In Promoting and Reducing Tobacco Use. “Tobacco Control Monograph No. 19. Bethesda, MD. U.S. Department of Health and Human Services. National Institutes of Health. National Cancer Institute. NIH Pub No. 07-6242. June 2008 Disponible en: http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/19/m19_complete.pdf [Último acceso: mayo 2012].
22. OMS 2010. 2010. WHO Technical Manual on Tobacco Tax Administration. Pag. 5-8
23. Peto R, Lopez AD, Boreham J, Thun M, Heath C. 1992. Mortality from tobacco in developed countries: indirect estimation from national vital statistics. *Lancet*, 1992, 339 (8804): 1268-1278. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/014067369291600D>. [Último acceso: mayo 2012].
24. Organización de las Naciones Unidas (ONU) 2011- Declaración Política de la Reunión de Alto Nivel de la Asamblea General sobre la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles. Nueva York, setiembre del 2011. Disponible en: <http://www.un.org/es/ga/ncdmeeting2011/> [Último acceso: marzo 2013]
25. OPS 2002. Rentabilidad a costa de la gente. OPS Washington DC 2002. Disponible en: <http://www.paho.org/Spanish/DD/PUB/rent-cos-gen.pdf>. [Último acceso: mayo 2012].

Anexo

Aplicación del paquete MPOWER, por país

NOTA TÉCNICA

Prevalencia de Consumo de Tabaco	
*Jóvenes	
Consumo actual de tabaco	Consumo de cualquier producto de tabaco (con o sin humo) al menos una vez en los 30 días anteriores a la encuesta
Consumo actual de cigarrillos	Consumo de cigarrillos al menos un día en el mes anterior a la encuesta
Consumo actual de tabaco sin humo	Consumo de algún producto de tabaco sin humo en los 30 días previos a la encuesta
*Adultos	
Consumo actual de tabaco fumado	Consumo de cualquier producto de tabaco fumado (cigarrillos y otros) en los 30 días previos a la encuesta. Incluye
Consumo actual de cigarrillos	Consumo de cigarrillos en los 30 días previos a la encuesta.
Consumo actual de tabaco sin humo	Consumo de cualquier producto de tabaco sin humo en los 30 días previos a la encuesta.

* datos crudos proporcionados por el país

M- Monitoreo Criterios de clasificación	
	Datos recientes*, representativos** y periódicos *** tanto para adultos como para jóvenes
	Datos recientes* y representativos** tanto para adultos como para jóvenes
	Datos recientes* y representativos** para adultos o para jóvenes
	No se conocen datos, o no hay datos recientes*, o los datos no son recientes* y representativos**

*Datos del 2007 o más nuevos **Muestra de la encuesta representativa de la población nacional
***Recolectados al menos cada 5 años

Fuente: Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad. Datos disponibles para los Estados Miembros de OPS a diciembre 2012.

O- Tratamiento de la dependencia a la nicotina. Criterios para la clasificación	
	Hay disponibilidad de línea telefónica de cesación, servicios de cesación* y terapias de sustitución nicotínica (TSN) con cobertura total de costos
	Hay disponibilidad de TSN y/o de algunos servicios de cesación. Al menos uno de ellos tiene cobertura de costos
	Hay disponibilidad de TSN y/o de algunos servicios de cesación. Ninguno de ellos tiene cobertura de costos.
	Ninguno

*Apoyo para cesación disponible en cualquiera de los siguientes lugares: centros de salud u otros servicios de atención primaria, hospitales, oficinas de profesionales de la salud, o en la comunidad Farmacia con Rp. indica que se requiere receta.

Disponibilidad "en la mayoría" indica que la disponibilidad no es un obstáculo al servicio. Disponibilidad "en algunos" indica que la baja disponibilidad del servicio es frecuentemente un obstáculo para el tratamiento.

Fuente: Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio. Datos disponibles para los Estados Miembros de la OPS a diciembre 2012

E- Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Criterios para la clasificación.	
	Prohibición de todas las formas de publicidad directa e indirecta *
	Prohibición en TV nacional, radio y medios impresos, así como algunas pero no todas las otras formas de publicidad directa e indirecta.*
	Prohibición en la TV, radio y medios impresos nacionales solamente.
	Ausencia completa de prohibiciones o prohibición que no cubre al menos TV, radio y medios impresos a nivel nacional

*Publicidad directa: TV y radio nacional, revistas y periódicos locales, vallas publicitarias y anuncios al aire libre, publicidad en punto de venta, publicidad en internet

Publicidad indirecta y promoción: distribución gratuita por correo u otros medios, descuentos promocionales, extensión de marca, uso común de marcas, colocación de productos en TV o en películas, aparición de productos o marcas de tabaco en TV o películas y patrocinio.

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS).

R- Impuestos y precios. Criterios para clasificación	
	Los impuestos representan más del 75% del precio final
	Los impuestos representan del 51 al 75% del precio final
	Los impuestos representan del 26 al 50% del precio final
	Los impuestos representan 25% o menos del precio final
	No se notificaron datos

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a diciembre del 2012.

P- Ambientes libres de humo. Criterios de clasificación	
	Todos los lugares públicos y de trabajo cerrados* y el transporte público son totalmente libres de humo de tabaco** (o al menos 90% de la población está cubierta por legislación subnacional).
	Igual que la categoría anterior, pero está pendiente la reglamentación y/o la aplicación.
	Existe la posibilidad de crear áreas para fumadores, pero deben estar separadas, completamente cerradas, y bajo condiciones técnicas muy estrictas
	De seis a siete tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco**.
	De tres a cinco tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco**.
	Hasta dos tipos de lugares públicos y de trabajo totalmente libres de humo de tabaco**.

*Centros sanitarios, centros docentes, universidades, edificios gubernamentales, oficinas cerradas, restaurantes, bares y pubs.

**Espacio donde no se permite fumar en ningún momento, en ningún área de su interior, bajo ninguna circunstancia.

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)

W- Advertencias Sanitarias. Criterios para la clasificación	
	Advertencia grande† con todas las características apropiadas*
	Igual que la categoría anterior pero está pendiente la reglamentación o aplicación
	Advertencia mediana‡ con todas las características apropiadas* o Advertencia grande† pero le falta una o más características apropiadas
	Igual que la categoría anterior pero está pendiente la reglamentación o aplicación
	Advertencia mediana‡ faltan una o más características apropiadas** o Advertencia grande†, faltan cuatro o más características apropiadas*
	Ninguna advertencia o advertencia pequeña§

*Características: aparecen en todo el empaquetado para la venta al por menor, describen los efectos nocivos del tabaco para la salud, tipo de letra tamaño y color indicado por ley, rotativas, escritas en el idioma del país.

†Advertencia grande: Promedio de frente y dorso del paquete al menos 50%

‡Advertencia mediana: Promedio de frente y dorso entre 30% y 49%

§Advertencia pequeña: Promedio de frente y dorso menos 30%

Fuente:

Basado en el Informe de la OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013 Hacer cumplir las prohibiciones de la publicidad, promoción y patrocinio Datos disponibles para Estados Miembros de la OPS a julio 2013 (datos actualizados por OPS en aquellos países que aprobaron legislación luego de la fecha de cierre del informe de OMS)



ANTIGUA Y BARBUDA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
28/06/2004	05/06/2006

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	24,3%	5,2%	5,8%
Mujeres	15,9%	4,3%	8,4%
Total	20,1%	5,2%	6,8%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	...	...	...
Total	...	...	...

...Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, Radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del Patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	–	–
Hospitales	–	–
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	–	–
Otros	–	–

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	XCD	6,50
En dólares internacionales		3,10
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		6,60%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		4,11%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		2,49%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	6,60%	6,60%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,20	3,10

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

ARGENTINA


**CMCT de
la OMS**

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
25/09/2003	----

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	22,7%	17,4%	4,4%
Mujeres	25,4%	21,5%	3,0%
Total	24,1%	19,6%	3,7%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2012 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	29,5%	29,0%	0,1%
Mujeres	15,8%	15,5%	0,2%
Total	22,3%	21,9%	0,2%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en adultos, 2012 (15+ años)

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	Sí	Sí
Recientes y nacionales	–	–

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50–50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	No

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	Sí	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente
Comunidad	Sí en algunos	–
Otros	Sí en algunos	–

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	ARS	8,00
En dólares internacionales		2,74%
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		67,83%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		62,49%
Impuesto al valor agregado (IVA)		5,34%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	69,20%	67,83%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,11	2,74

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



BAHAMAS

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
29/062004	03/11/2009

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	17,8%	6,6%	7,5%
Mujeres	15,1%	4,6%	5,5%
Total	16,4%	5,6%	6,6%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	12,4%	...
Mujeres	...	2,4%	...
Total	...	7,1%	...

Fuente: Bahamas CNCD Estudio de Prevalencia y Factores de Riesgo, 2005 (15-74 años)
...Datos no reportados/no disponibles.

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	*
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	No especificado
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	Sí

* No especificado en la ley

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, Radio y medios impresos	*
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del Patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

* La prohibición solo incluye TV y radio.

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Parcialmente
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	–	–
Comunidad	–	–
Otros	–	–

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	BSD	3,50
En dólares internacionales		4,58
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		37,71%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		37,71%
Impuesto al valor agregado (IVA)		–
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	31,23%	37,71%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,35	4,58

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



BARBADOS

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
28/06/2004	03/11/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	34,5%	14,3%	11,5%
Mujeres	23,2%	9,3%	8,2%
Total	28,6%	11,6%	9,8%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2007 (13 - 15 años)

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	Sí	Sí
Recientes y nacionales	-	-

P - Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	-	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	-	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	-	-
Hospitales	-	-
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	-
Comunidad	-	-
Otros	Sí en algunos	Totalmente

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	14,2%	...	...
Mujeres	1,6%	...	0,6%
Total	7,5%	...	0,3%

Fuente: Encuesta Paso a Paso de la OMS (STEPS), 2007 (25-100 años)
... Datos no reportados/No disponibles

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	-
Imágenes	-
Tamaño (promedio-frente/dorso)	-
Prohibición de términos engañosos	-
¿Falta alguna característica?	-

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	-
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	-
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	BBD	11,29
En dólares internacionales		7,96
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		48,76%
Impuesto al consumo específico		33,30%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		-
Impuesto al valor agregado (IVA)		14,89%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		0,55%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	47,77%	48,76%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	8,89	7,96

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



BELICE

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
26/09/2003	15/12/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	21,8%	11,7%	5,8%
Mujeres	15,3%	4,4%	5,5%
Total	18,3%	7,7%	5,7%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2008 (13 -15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	17,7%	...
Mujeres	...	1,4%	...
Total	...	10,2%	...

Fuente: Iniciativa de diabetes en América Central: Encuesta de Diabetes, Hipertensión, ENT y Factores de Riesgo, (2006) (20 -100 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	No especificado
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	Sí

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, Radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del Patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	–	–
Hospitales	–	–
Of. de profesionales de salud	–	–
Comunidad	–	–
Otros	...	...

... Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	BZD	5,00
En dólares internacionales		4,69
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		21,19%
Impuesto al consumo específico		10,00%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		11,11%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		0,08%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	19,17%	21,19%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	4,69	4,69

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 25



BOLIVIA (Estado Plurinacional de)

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
27/02/2004	15/09/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	20,9%	15,3%	4,5%
Mujeres	16,4%	9,9%	4,2%
Total	18,7%	11,3%	3,6%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2012 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	37,3%	...
Mujeres	...	17,2%	...
Total	...	26,6%	...

Fuente: Centro Latinoamericano de Investigación (CELIN), 2010 (15 – 100 años)
...Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	–
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	–	–
Hospitales	Sí en algunos	–
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente
Comunidad	–	–
Otros	–	–

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	BOB	8,00
En dólares internacionales		2,34
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales	42,03%	
Impuesto al consumo específico	–	
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>	28,99%	
Impuesto al valor agregado (IVA)	13,04%	
Derecho de importación	–	
Otros impuestos	–	
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	41,00%	42,03%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	1,99	2,34

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



BRASIL

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
16/06/2003	03/11/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	7,9%	5,1%	...
Mujeres	7,3%	5,0%	...
Total	7,6%	5,1%	...

Fuente: Encuesta Nacional de Salud Escolar (PeNSE), 2012 (9° grado)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	22,0%	21,5%	0,6%
Mujeres	13,3%	13,0%	0,3%
Total	17,5%	17,1%	0,4%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en adultos, 2008 (15+ años)

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	65-30/100®
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

® el 30% de la cara frontal se aplicará a partir de enero 2016

P - Ambientes 100% libres de humo*	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

* aplicación pendiente a julio 2013

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	Sí	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	Totalmente	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Totalmente
Comunidad	Sí en algunos	-
Otros	Sí en algunos	Totalmente

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	BRL	4,25
En dólares internacionales		2,26
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		63,15%
Impuesto al consumo específico		21,18%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		6,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)		25,00%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		10,97%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	57,15%	63,15%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	1,59	2,26

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
15/07/2003	26/11/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	2,8%	...	1,2%
Mujeres	2,7%	...	0,6%
Total	2,8%	...	0,9%

Fuente: Encuesta de tabaquismo en jóvenes, 2010-2011 (7-9 grados)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS

	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	19,7%	...	2,0%
Mujeres	15,0%	...	...
Total	17,3%	...	1,0%

Fuente: Encuesta canadiense de monitoreo del uso del tabaco, 2011 (15 + años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	Sí	Sí
Recientes y nacionales	–	–

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	75-75/75
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo §

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

§ Si bien no existe una legislación nacional, al menos el 90% de la población está protegida por leyes subnacionales 100% libres de humo de tabaco

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		Parcialmente
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría	Parcialmente
Hospitales	Sí en la mayoría	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en la mayoría	Parcialmente
Comunidad	Sí en algunos	–
Otros	Sí en algunos	Parcialmente

R – Impuestos y precios ∞

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	CAD	8,49
En dólares internacionales		6,80
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		64,45%
Impuesto al consumo específico		55,61%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		8,84%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	64,55%	64,45%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	6,38	6,80

∞ Tasas subnacionales y tasas nacionales de impuestos al consumo han sido usadas por la OMS para reflejar una tasa de impuestos promedio para Canadá. El precio es un promedio ponderado por las ventas del precio de la marca más vendida en Canadá.



CHILE

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
25/09/2003	13/06/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	29,8%	28,0%	...
Mujeres	39,8%	39,9%	...
Total	35,1%	34,2%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, Santiago, 2008 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	44,2%	...
Mujeres	...	37,1%	...
Total	...	40,6%	...

Fuente: Encuesta Nacional de Salud, 2010 (15+ años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	Sí

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	–
Hospitales	Sí en algunos	–
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	Sí en algunos	–
Otros	Sí en algunos	–

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	CLP	1.800,00
En dólares internacionales		4,39
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		81,24%
Impuesto al consumo específico		2,98%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		62,3%
Impuesto al valor agregado (IVA)		15,9%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	76,3%	81,24%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,56	4,39



COLOMBIA

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	10/04/2008(a)

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
21/02/2013	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos*	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	27,0%	11,9%	...
Mujeres	27,8%	7,9%	...
Total	27,6%	9,8%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, Bogotá, 2007 (13-15 años) * Estudio de sustancias psicoactivas en escolares, 2011 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	23,8%	...
Mujeres	...	11,1%	...
Total	...	17,0%	...

Fuente: Estudio nacional de consumo de sustancias psicoactivas en Colombia, 2008 (12-65 años)
.... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	30-30/30
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		-
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		-
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos	-
Hospitales	Sí en algunos	-
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	-
Comunidad	-	-
Otros	-	-

R - Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	COP	2.700,00
En dólares internacionales		2,01
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		43,77%
Impuesto al consumo específico		22,52%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		7,46%
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,79%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	34,31%	43,77%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	1,48	2,01

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



COSTA RICA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
03/07/2003	21/08/2008

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
21/03/2013	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	15,9%	9,4%	...
Mujeres	13,1%	9,7%	...
Total	14,6%	9,6%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2008 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	18,6%	...
Mujeres	...	8,5%	...
Total	...	12,8%	...

Fuente: Encuesta nacional de hogares sobre consumo de drogas, 2010 (18-70 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		-
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente
Comunidad	Sí en algunos	Totalmente
Otros	Sí en algunos	Totalmente

R - Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	CRC	1.300,00
En dólares internacionales		3,30
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		71,50%
Impuesto al consumo específico		30,77%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		29,23%
Impuesto al valor agregado (IVA)		11,50%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	55,72%	71,50%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,33	3,30

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

**CUBA****CMCT de
la OMS**

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
29/06/2004	----

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	19,8%	13,1%	...
Mujeres	15,0%	8,7%	...
Total	17,1%	10,6%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 a 15 años)
 --- Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	31,1%	27,5%	...
Mujeres	16,4%	14,1%	...
Total	23,7%	20,8%	...

Fuente: 3ª Encuesta nacional de factores de riesgo y ENT y actividades preventivas, 2010 (15+ años)
 --- Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	-
Tamaño (promedio-frente/dorso)	30-30/30
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	-
Oficinas cerradas	-
Restaurantes	-
Bares y Pubs	-
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	-
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	-
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	Sí	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
-	-	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Totalmente
Comunidad	Sí en algunos	Totalmente
Otros	...	Totalmente

...Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	CUP	7,60
En dólares internacionales		...
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		75,13%
Impuesto al consumo específico		75,13%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		–
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	75,00%	75,13%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	...	...

...Datos no reportados/no disponibles

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



DOMINICA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
29/06/2004	24/07/2006

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	30,4%	13,8%	10,2%
Mujeres	19,8%	8,9%	6,4%
Total	25,3%	11,6%	8,4%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	16,6%	...	...
Mujeres	3,2%	...	...
Total	10,2%	...	...

Fuente: Encuesta Paso a Paso de la OMS (STEPS), 2007 (15 - 64 años)
--- Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	-
Imágenes	-
Tamaño (promedio-frente/dorso)	-
Prohibición de términos engañosos	-
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	-
Centros docentes (No universidades)	-
Universidades	-
Edificios gubernamentales	-
Oficinas cerradas	-
Restaurantes	-
Bares y pubs	-
Transporte público	-

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	-
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	-
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	-
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacias	-
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí, en la mayoría
Hospitales	Sí, en la mayoría
Of. de profesionales de salud	-
Comunidad	-
Otros	...

... Datos no reportados/no disponibles

R - Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	XCD	4,25
En dólares internacionales		3,13
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		23,04%
Impuesto al consumo específico		10,35%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		-
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	25,61%	23,40%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,63	3,13

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



ECUADOR

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
22/03/2004	25/07/2006

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	31,2%	23,2%	...
Mujeres	26,1%	18,1%	...
Total	28,6%	20,5%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, Quito, 2007 (13 – 15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	36,3%	...
Mujeres	...	8,2%	...
Total	...	22,7%	...

Fuente: Estimación del consumo actual de cigarrillos, 2010 (12 – 65 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	–	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	60-60/60
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	Sí

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	-\$
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

§ se permite solo en el interior, no puede ser vista desde el exterior ni ser mayor de 1 mt2

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
–	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos Parcialmente
Hospitales	Sí en algunos Parcialmente
Of. de profesionales de salud	– ...
Comunidad	–
Otros	–

...Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	USD	2,60
En dólares internacionales		4,83
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		73,02%
Impuesto al consumo específico		62,31%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		10,71%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	64,29%	73,02%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,39	4,83

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
10/05/2004	----

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	8,2%	5,2%
Mujeres	...	7,8%	1,5%
Total	...	8,0%	3,4%

Fuente: Encuesta nacional de tabaquismo en jóvenes, 2011 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo %
Hombres	...	21,6%	6,5%
Mujeres	...	16,5%	0,4%
Total	...	19,0%	3,4%

Fuente: Encuesta nacional de salud (NHIS), 2011 (18+ años) Esta encuesta no incluye datos sobre otros productos combustibles. Futuras NHIS incluirán otros productos combustibles, como cigarrillos y pipas. Y Encuesta nacional de tabaquismo en adultos, 2010 (18+ años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	Sí	Sí
Recientes y nacionales	–	–

W – Advertencias Sanitarias ∞	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

∞Ley aprobada pero no aplicada al 30 de julio del 2013. La aplicación del reglamento promulgado por la FDA ha sido demorada

P – Ambientes 100% libres de humo □	
Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

□No hay ley completa a nivel federal, pero existe legislación subnacional

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	Sí	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Tiendas generales	Parcialmente	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Parcialmente
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente
Comunidad	Sí en algunos	Parcialmente
Otros	–	–

R – Impuestos y precios §		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	USD	6,07
En dólares internacionales		6,07
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		42,93%
Impuesto al consumo específico		37,73%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		5,20%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	36,57%	42,93%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	4,58	6,07

§- El precio es un promedio ponderado por las ventas de los precios estatales. Los impuestos incluyen los impuestos federales y un promedio ponderado de los impuestos a las ventas en los estados

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

EL SALVADOR


**CMCT de
la OMS**

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
18/03/2004	----

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	18,2%	11,2%	4,5%
Mujeres	11,0%	7,1%	2,8%
Total	14,6%	9,1%	3,7%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13 -15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	21,5%	...
Mujeres	...	3,4%	...
Total	...	11,7%	...

Fuente: Primer estudio nacional sobre consumo de drogas en población general, 2005 (12-65 años)
...Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	-

W - Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	-
Centros docentes (No universidades)	-
Universidades	-
Edificios gubernamentales	-
Oficinas cerradas	-
Restaurantes	-
Bares y pubs	-
Transporte público	-

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		Parcialmente
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos	...
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	–	–
Otros	–	–

...Datos no reportados/no disponibles

R - Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	USD	2,10
En dólares internacionales		3,96
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		51,75%
Impuesto al consumo específico		21,43%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		18,82%
Impuesto al valor agregado (IVA)		11,50%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	41,47%	51,75%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,79	3,96

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



GRANADA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
29/06/2004	14/08/2007

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	24,5%	9,9%	10,1%
Mujeres	16,7%	6,2%	6,9%
Total	20,5%	8,1%	8,4%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	30,3%	...	2,2%
Mujeres	6,5%	...	0,3%
Total	18,6%	...	1,2%

Fuente: Encuesta Paso a Paso de la OMS (STEPS), 2011 (25 – 64 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
–	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	–
Hospitales	–
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas
Comunidad	–
Otros	...

.... Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	...	...
En dólares internacionales	...	...
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales	...	...
Impuesto al consumo específico	...	...
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>	...	...
Impuesto al valor agregado (IVA)	...	...
Derecho de importación	...	...
Otros impuestos	...	...
Evolución de los impuestos y precios		
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	2008	2012
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	40,50%	...
	3,87	...

.... Datos no reportados/no disponibles

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



GUATEMALA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
25/09/2003	16/11/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	19,7%	13,7%	...
Mujeres	13,3%	9,1%	...
Total	16,6%	11,4%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2008 (13 -15 años)
... Datos no reportados. no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	23,9%	...	...
Mujeres	3,4%	...	...
Total	11,2%	...	...

Fuente: Encuesta mundial de salud, 2003 (18+ años)
... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W - Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	-
Tamaño (promedio-frente/dorso)	13-25/0
Prohibición de términos engañosos	-
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	-
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	-
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacias	-
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	-
Hospitales	Sí en algunos Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas -
Comunidad	-
Otros	-

R - Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	GTQ	14,00
En dólares internacionales		2,76
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		48,98%
Impuesto al consumo específico		-
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		38,27%
Impuesto al valor agregado (IVA)		10,71%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	56,71%	48,98%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2.26	2,76

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



GUYANA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	15/09/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	25,3%	13,3%	7,9%
Mujeres	16,0%	5,6%	6,6%
Total	20,9%	9,5%	7,5%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 -15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	31,0%	29,4%	...
Mujeres	3,6%	3,2%	...
Total	...	...	...

Fuente: Encuesta de demografía y salud, 2009 (15-49 años)
...Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	§
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	Sí

§ No especificado en la ley

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
–	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	–	–
Otros	Sí en algunos	Totalmente

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	GYD	300,00
En dólares internacionales		3,30
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		30,15%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		16,36%
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,79%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	35,85%	30,15%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,02	3,30

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



HAÍTÍ

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
23/07/2003	----

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	20,3%	14,1%	...
Mujeres	19,2%	13,8%	...
Total	19,7%	14,0%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2005 (13 – 15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	4,4%	...	...
Total	...	...	...

Fuente: Encuesta de morbilidad, mortalidad y uso de servicios, 2000 (15-49 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	–	–

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacias	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	–
Hospitales	–
Of. de profesionales de salud	–
Comunidad	–
Otros	...

...Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	...	...
En dólares internacionales	...	...
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales	...	...
Impuesto al consumo específico	...	...
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>	...	...
Impuesto al valor agregado (IVA)	...	...
Derecho de importación	...	...
Otros impuestos	...	...
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	...	...
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	...	...

...Datos no reportados/no disponibles

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



HONDURAS

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
18/06/2004	16/02/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	22,8%	14,4%	...
Mujeres	18,2%	14,1%	...
Total	20,4%	14,2%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, Tegucigalpa, 2003 (13 – 15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	...	...	...
Total	...	...	...

... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí*	–

*datos de encuesta de salud escolar no disponibles a la fecha de cierre del informe.

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	Sí	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	–	–
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Totalmente
Comunidad	–	–
Otros	Sí en algunos	Totalmente

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	HNL	33,35
En dólares internacionales		3,50
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		34,03%
Impuesto al consumo específico		20,99%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	45,25%	34,03%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,23	3,50

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



JAMAICA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
24/09/2003	07/07/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	31,3%	21,5%	8,5%
Mujeres	24,6%	14,3%	8,5%
Total	28,7%	17,8%	8,5%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	22,1%	...
Mujeres	...	7,2%	...
Total	...	14,5%	...

Fuente: Encuesta de salud y estilo de vida II, 2007 (15-74 años)
.... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	75-75/75
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacia con Rp	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría Totalmente
Hospitales	Sí en la mayoría Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas Parcialmente
Comunidad	Sí en algunos –
Otros	– –

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	JMD	660,00
En dólares internacionales		12,19
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		46,06%
Impuesto al consumo específico		31,82%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		14,16%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		0,08%
Evolución de los impuestos y precios		2008 2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	43,88%	46,06%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	9,74	12,19

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
12/08/2003	28/05/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	21,6%	15,8%	5,9%
Mujeres	17,7%	12,9%	3,9%
Total	19,8%	14,6%	4,9%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2011 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	24,8%	24,5%	0,3%
Mujeres	7,8%	7,5%	0,3%
Total	15,9%	15,6%	0,3%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en adultos, 2009 (15+ años)

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	65-30/100
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	*
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	*
Edificios gubernamentales	*
Oficinas cerradas	*
Restaurantes	*
Bares y Pubs	*
Transporte público	–

*Existe la posibilidad de crear áreas para fumadores, pero deben estar separadas, completamente cerradas, y bajo condiciones técnicas muy específicas.

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–\$
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

*La prohibición solo incluye TV y radio

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		–
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría	Parcialmente
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	Sí en algunos	Parcialmente
Otros	Sí en algunos	–

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	MXN	40,00
En dólares internacionales		4,47
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		66,62%
Impuesto al consumo específico		17,50%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		35,33
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,79%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	61,1%	66,62%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,58	4,47

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

NICARAGUA


**CMCT de
la OMS**

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
07/06/2004	09/04/2008

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
10/01/2013	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	30,4%	25,6%	...
Mujeres	20,5%	17,4%	...
Total	25,1%	20,5%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, Centro Managua, 2003 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	...	...	...
Total	...	...	...

... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	-	Sí

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	Sí

* Ley aprobada pero no aplicada a julio del 2013

P - Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	-
Bares y tubs	-
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	-a
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	-
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

a La prohibición solo incluye TV y radio

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita		-
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacia con Rp		-
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría	-
Hospitales	Sí en la mayoría	-
Of. de profesionales de salud	Sí en la mayoría	-
Comunidad	-	-
Otros	-	-

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	NIO	28,00
En dólares internacionales		3,06
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		29,11%
Impuesto al consumo específico		16,07%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		-
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	19,79%	29,11%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,90	3,06

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



PANAMÁ

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
26/09/2003	16/08/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
10/01/2013	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	15,1%	7,0%	4,8%
Mujeres	10,2%	3,2%	4,2%
Total	12,7%	5,0%	4,6%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2012 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	17,4%	...	...
Mujeres	4,0%	...	...
Total	9,4%	...	...

Fuente: 1ª Encuesta nacional de salud y calidad de vida, 2007 (15+ años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y Pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	Sí

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		Totalmente
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente
Hospitales	Sí en algunos	Parcialmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente
Comunidad	–	–
Otros	–	–

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	PAB	3,73
En dólares internacionales		5,96
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		56,52%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		43,48%
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	36,59%	56,52%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,32	5,96

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

PARAGUAY


**CMCT de
la OMS**

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
16/06/2003	26/09/2006

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	20,8%	11,3%	...
Mujeres	12,9%	5,5%	...
Total	16,7%	8,3%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2008 (13 – 15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	22,8%	...	3,0%
Mujeres	6,1%	...	1,6%
Total	14,5%	...	2,3%

Fuente: 1ª Encuesta nacional de factores de riesgo de ENT en población general, 2011 (15- 74 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	□
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	Sí

□ No especificado en la ley

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
–	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos Totalmente
Hospitales	Sí en algunos Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas Totalmente
Comunidad	Sí en algunos Parcialmente
Otros	–

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	PYG	1.800,00
En dólares internacionales		0,65
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		17,34%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		6,62%
Impuesto al valor agregado (IVA)		10,71%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	18,83%	17,34%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	0,40	0,65

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
21/04/2004	30/11/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	21,5%	17,7%	4,3%
Mujeres	16,5%	12,9%	4,8%
Total	19,4%	15,7%	4,7%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2007 (13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	19,7%	...	...
Mujeres	7,8%	...	...
Total	13,3%	...	...

Fuente: 4ª Encuesta nacional de consumo de drogas en población general, 2010 (12-64 años) Solo incluye población urbana
... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	-

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	-

P - Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	∞
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

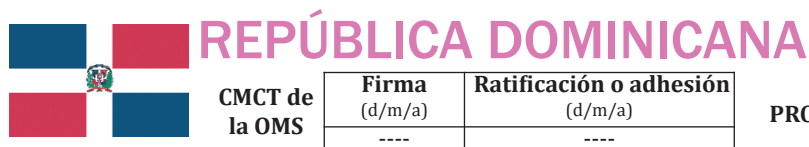
∞ la prohibición solo incluye TV y radio

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	-	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacia con Rp	-	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	-	-
Hospitales	Sí en algunos	...
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	-
Comunidad	-	-
Otros	Sí en algunos	-

... Datos no reportados/no disponibles

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	PEN	5,20
En dólares internacionales		3,14
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		42,14%
Impuesto al consumo específico		26,92%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		-
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,52%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		1,69%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	41,85%	42,14%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,65	3,14

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	24,3%	5,2%	19,0%
Mujeres	14,0%	4,3%	6,4%
Total	18,6%	4,7%	12,6%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2011(13-15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo diario de tabaco fumado	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	17,2%	...	...
Mujeres	12,5%	...	...
Total	14,9%	...	...

Fuente: Encuesta nacional de salud, 2003 (18+ años)
... Datos no reportados/no disponibles

M - Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	-	-
Recientes y nacionales	Sí	-

W - Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	-
Tamaño (promedio-frente/dorso)	■
Prohibición de términos engañosos	-
¿Falta alguna característica?	Sí

■ No especificado en la ley

P - Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	-
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	-
Oficinas cerradas	-
Restaurantes	-
Bares y pubs	-
Transporte público	-

E - Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	-
Prohibición en vallas publicitarias	-
Prohibición de publicidad indirecta	-
Prohibición publicidad en el punto de venta	-
Prohibición del patrocinio	-
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	-

O - Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	-	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias	-	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	-	-
Hospitales	-	-
Of. de profesionales de salud	Si en la mayoría	-
Comunidad	-	-
Otros	-	-

R - Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	DOP	130,00
En dólares internacionales		5,36
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		58,59%
Impuesto al consumo específico		27,55%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		17,24%
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,79%
Derecho de importación		-
Otros impuestos		-
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	57,03%	58,59%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	4,87	5,36

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



SAINT KITTS Y NEVIS

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
29/06/2004	21/06/2011

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	10,4%	4,8%	...
Mujeres	7,8%	3,2%	...
Total	9,2%	4,0%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 – 15 años)
--- Datos no reportados/No disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	16,2%	...	0,3%
Mujeres	1,1%	...	0,1%
Total	8,7%	...	0,1%

Fuente: Encuesta Paso a Paso de OMS (STEPS), 2007 (25 – 64 años) Subnacional
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacias	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	–
Hospitales	–
Of. de profesionales de salud	–
Comunidad	–
Otros	–

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	XCD	7,75
En dólares internacionales		3,48
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		19,96%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		4,18%
Impuesto al valor agregado (IVA)		14,53%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		1,25%
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	18,20%	19,96%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,45	3,48

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



SANTA LUCÍA

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
26/06/2004	07/11/2005

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	24,5%	13,3%	8,4%
Mujeres	17,3%	8,5%	4,2%
Total	20,7%	10,7%	6,2%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2011 (13- 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	...	...	...
Total	...	...	...

... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias	
Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita	–	
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
—	–	
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	–	–
Hospitales	–	–
Of. de profesionales de salud	Si en algunas	...
Comunidad	–	–
Otros	...	...

... Datos no reportados/no disponibles

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	XCD	8,75
En dólares internacionales		5,39
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		19,72%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		18,51%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		1,20%
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	30,08%	19,72%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	4,40	5,39

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
14/06/2004	29/10/2010

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	23,6%	16,6%	...
Mujeres	14,6%	8,5%	...
Total	19,4%	12,8%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 – 15 años)
--- Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	...	...
Mujeres	...	...	...
Total	...	...	...

... Datos no reportados/ no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	–

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	–
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	–
Prohibición de términos engañosos	–
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	–
Centros docentes (No universidades)	–
Universidades	–
Edificios gubernamentales	–
Oficinas cerradas	–
Restaurantes	–
Bares y pubs	–
Transporte público	–

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	–
Prohibición en vallas publicitarias	–
Prohibición de publicidad indirecta	–
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita	–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos
Farmacias	–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	–
Hospitales	Sí en algunos ...
Of. de profesionales de salud	Sí en la mayoría ...
Comunidad	Sí en algunos ...
Otros	–

... Datos no reportados/ no disponibles

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	XCD	6,00
En dólares internacionales		3,97
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		14,88%
Impuesto al consumo específico		1,83%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	14,71%	14,88%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	3,78	3,97

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



SURINAME

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
24/06/2004	16/12/2008

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	20,7%	14,0%	...
Mujeres	16,6%	10,1%	...
Total	19,2%	12,1%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2009 (13-15 años)
... Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	38,4%	...
Mujeres	...	9,9%	...
Total	...	...	...

Fuente: Encuesta nacional de hogares de prevalencia de drogas, 2007 (12 – 65 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias ^a

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-50/50
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

^a Entrarán en vigencia en junio 2014. A julio del 2013 el reglamento está en proceso de elaboración.

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	Sí
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	Sí

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		–
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría	–
Hospitales	Sí en la mayoría	–
Of. de profesionales de salud	Sí en la mayoría	–
Comunidad	Sí en algunos	–
Otros	Sí en algunos	–

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	SRD	8,50
En dólares internacionales		3,23
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		60,96%
Impuesto al consumo específico		51,40
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		9,09%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		0,47%
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	58,14%	60,96%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,59	3,23



TRINIDAD Y TABAGO

CMCT de
la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
27/08/2003	19/08/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillo	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	20,0%	10,9%	4,8%
Mujeres	16,3%	7,0%	5,9%
Total	18,4%	9,3%	5,2%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2011 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillo	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	...	33,5%	0,5%
Mujeres	...	9,4%	0,3%
Total	...	21,1%	0,4%

Fuente: Encuesta Paso a Paso de la OMS (STEPS), 2011 (15-64 años)
... Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo		
Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias *	
Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	–
Tamaño (promedio-frente/dorso)	∞
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

∞ No especificado en la ley

* La ley no ha sido reglamentada. Con la información provista en la ley no se puede clasificar.

P – Ambientes 100% libres de humo	
Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio	
Prohibición en TV, radio y medios impresos	∞
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	–
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

∞ La prohibición sólo incluye TV y radio

O – Tratamiento dependencia a la nicotina		
Línea telefónica de cesación gratuita		–
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica	Costos Cubiertos	
Farmacias		–
Disponibilidad de servicios de cesación en:	Costos Cubiertos	
Servicios atención primaria	Sí en algunos	–
Hospitales	Sí en algunos	...
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	–
Comunidad	–	–
Otros	–	–

... Datos no reportados/ no disponibles

R – Impuestos y precios		
Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	TTD	19,50
En dólares internacionales		3,40
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		32,58%
Impuesto al consumo específico		19,54%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		13,04%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	36,69%	32,58%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,17	3,40

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



URUGUAY

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
19/06/2003	09/09/2004

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
10/01/2013	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo diario de cigarrillos *	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	21,4%	16,4%	...
Mujeres	24,5%	22,9%	...
Total	23,2%	20,2%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2007 (13 – 15 años)
 --- Datos no reportados/no disponibles

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo diario de tabaco fumado	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	30,7%	24,3%	...
Mujeres	19,8%	18,6%	...
Total	25,0%	21,3%	...

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en adultos, 2009 (15+ años)
 Datos no reportados/no disponibles

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	Sí	Sí
Recientes y nacionales	–	–

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	80-80/80
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	Sí
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Sí
Prohibición publicidad en el punto de venta	∞
Prohibición del patrocinio	Sí
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	¥

∞ se permite en el interior y debe llevar una advertencias del mismo tamaño que la publicidad
 ¥ en superficies comerciales superiores a 100 mt2

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita		Sí
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica		Costos Cubiertos
Farmacias		Totalmente
Disponibilidad de servicios de cesación en:		Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en la mayoría	Totalmente
Hospitales	Sí en la mayoría	Totalmente
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Totalmente
Comunidad	Sí en algunos	–
Otros	Sí en algunos	Totalmente

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	UYU	75,00
En dólares internacionales		4,00
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		68,70%
Impuesto al consumo específico		50,67%
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		–
Impuesto al valor agregado (IVA)		18,03%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		
	2008	2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	65,82%	68,70%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	2,92	4,00

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24



VENEZUELA (República Bolivariana de)

CMCT de la OMS

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
22/09/2003	27/06/2006

PROTOCOLO

Firma (d/m/a)	Ratificación o adhesión (d/m/a)
----	----

Prevalencia de consumo de tabaco

JÓVENES	Consumo actual de tabaco (con o sin humo)	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	11,0%	5,8%	6,9%
Mujeres	7,2%	5,4%	2,6%
Total	9,4%	5,6%	5,1%

Fuente: Encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes, 2010 (13 – 15 años)

ADULTOS	Consumo actual de tabaco fumado	Consumo actual de cigarrillos	Consumo actual de productos de tabaco sin humo
Hombres	28,9%	25,2%	6,2%
Mujeres	14,4%	13,9%	0,9%
Total	21,5%	19,4%	3,5%

Fuente: Estudio nacional de drogas en población general, 2011 (18-65 años)

M – Monitoreo

Encuestas:	Jóvenes	Adultos
Recientes, nacionales y periódicos	–	–
Recientes y nacionales	Sí	Sí

W – Advertencias Sanitarias

Advertencias mandatorias por ley	Sí
Imágenes	Sí
Tamaño (promedio-frente/dorso)	50-0/100
Prohibición de términos engañosos	Sí
¿Falta alguna característica?	–

P – Ambientes 100% libres de humo

Centros sanitarios	Sí
Centros docentes (No universidades)	Sí
Universidades	Sí
Edificios gubernamentales	Sí
Oficinas cerradas	Sí
Restaurantes	Sí
Bares y pubs	Sí
Transporte público	Sí

E – Prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio

Prohibición en TV, radio y medios impresos	∞
Prohibición en vallas publicitarias	Sí
Prohibición de publicidad indirecta	Incompleta
Prohibición publicidad en el punto de venta	∞
Prohibición del patrocinio	–
Prohibición exhibición de productos en punto de venta	–

∞ La prohibición solo incluye TV y radio.

O – Tratamiento dependencia a la nicotina

Línea telefónica de cesación gratuita			-
Disponibilidad de terapia de sustitución nicotínica			Costos Cubiertos
Farmacias			Totalmente
Disponibilidad de servicios de cesación en:			Costos Cubiertos
Servicios atención primaria	Sí en algunos	Totalmente	
Hospitales	Sí en algunos	Totalmente	
Of. de profesionales de salud	Sí en algunas	Parcialmente	
Comunidad	-	-	
Otros	-	-	

R – Impuestos y precios

Precio de la marca más vendida (paquete de 20)		
En moneda nacional	VEF	30,00
En dólares internacionales		6,45
Impuestos (% precio final de la marca más vendida)		
Impuestos totales		71,04%
Impuesto al consumo específico		–
Impuesto al consumo <i>ad valorem</i>		67,57%
Impuesto al valor agregado (IVA)		3,47%
Derecho de importación		–
Otros impuestos		–
Evolución de los impuestos y precios		2008 2012
Impuesto (% del precio final de la marca más vendida)	70,79%	71,04%
Precio de la marca más vendida (dólares internacionales)	4,55	6,45

Los colores en las distintas intervenciones muestran la categoría en que se encuentra el país, en la aplicación de esa medida. Para las definiciones de los indicadores y de las categorías ver la Nota Técnica en página 24

