

Mercado y consumo de cigarrillos en Cuba y la decisión entre tabaco o salud

Market for and consumption of cigarettes in Cuba and the choice between tobacco and health

DrC. Nery Suárez Lugo

Escuela Nacional de Salud Pública. La Habana, Cuba.

RESUMEN

Introducción: caracterizar mediante estudios de mercado el consumo de cigarrillos y su relación con precio y formas de comercialización, aporta elementos necesarios para fundamentar propuestas de políticas públicas que tributen a la reducción del tabaquismo y al bienestar de la población.

Objetivos: describir el consumo de cigarrillos en el 2013 en relación con el del 2012, su correspondencia con precio y formas de comercialización así como caracterizar el mercado de cigarrillos y su segmentación.

Métodos: estudio observacional descriptivo, con datos agregados de series temporales.

Resultados: el consumo per cápita de cigarrillos en 2013 en relación con el del 2012 creció 4,8 %, el precio promedio se incrementó 1,7 % derivado del aumento de las ventas en pesos cubanos convertibles, aunque sin impacto en el consumo; el mercado en pesos cubanos, siguió siendo el preferido para la adquisición de cigarrillos por la población cubana y la marca "Criollo" fue la más solicitada.

Conclusiones: el aumento en el consumo de cigarrillos en el 2013 en comparación con el 2012 pudiera tomarse como el inicio de una nueva tendencia creciente, donde se mantiene la preferencia por el mercado en pesos cubanos. No incrementar los precios en proporciones que regulen la demanda, unido al crecimiento de los ingresos en algunos segmentos de la población, constituyen factores económicos favorecedores al consumo por la población cubana. La segmentación del mercado ofrece los argumentos para la elaboración de una estrategia de reducción de la demanda.

Palabras clave: tabaquismo, precio, consumo, Cuba.

ABSTRACT

Introduction: the market study-based characterization of cigarette consumption and its relationship with prices and ways of marketing may provide necessary elements to support the public policies for the reduction of smoking and the improved wellbeing of the population.

Objectives: to describe the consumption of cigarettes in 2013 in comparison with that of 2012, its relationship with prices and ways of marketing and to characterize the cigarette market and segmentation.

Methods: observational and descriptive study using time series aggregate data.

Results: the per capita cigarette consumption in 2013 increased by 4.8 % if compared with that of 2012; the average price grew by 1.7 % resulting from higher sales in Cuban convertible pesos with no significant impact on the consumption; the cigarette market in Cuban pesos remains the first choice for the Cuban population whereas "Criollo" brand is the most requested.

Conclusions: the rise of cigarette consumption in 2013 after a comparison with that of 2012 may be considered as the starting of a new growing tendency that keeps the choice of purchasing cigarettes with the national currency. The increase of prices in such amounts that do not control demand and the rise of the incomes of some Cuban population segments are encouraging economic factors for smoking. The market segmentation provides the required arguments for drawing up a cigarette demand-reducing strategy.

Keywords: smoking, price, consumption, Cuba.

INTRODUCCIÓN

La literatura refiere que la salud pública debe reclamar la presencia de una política pública cuando un determinado problema que le atañe es mucho más que un problema de salud, que a la vez tiene que estar amparado por un ordenamiento jurídico y de higiene pública, ya que trasciende las fronteras del sector de la salud para ser funciones esenciales del Estado y del Gobierno.

El tabaquismo, su presencia como factor de riesgo en las principales causas de morbilidad y mortalidad, lo hacen ser, sin discusión alguna, un problema de salud en Cuba;¹ las características del mercado nacional e internacional de productos del tabaco, le confieren las condiciones necesarias para requerir de una política pública si se quiere lograr reducciones en la prevalencia de tabaquismo y consumo de cigarrillos en la población cubana.

Pero la fundamentación de toda propuesta de política pública tiene que estar sustentada en la relación entre costos y beneficios de la misma y definir, de forma clara y convincente, que interés público se quiere resolver.

La Constitución de la República² y la Ley 41 de la Salud Pública (Art. 1, 4 ch, 52, 55, 58, 59, 60, 65 y 69),³ ponen de manifiesto que le corresponde al Ministerio de Salud Pública emprender el camino, largo y con escollos, para lograr la presencia de una política pública en relación con el tabaquismo, que tribute a la salud de los cubanos, aun en medio de las dificultades económicas existentes.

La búsqueda de las propuestas debe tomar como premisa, que se conciba considerando los objetivos necesarios a alcanzar para mejorar la situación de salud de la población y aquellos, que desde el punto de vista económico, resulten factibles en el momento actual, pero sin dejar de tomar en cuenta el futuro. También deben contemplar un tránsito ordenado, que permita a la economía, ir a la búsqueda de alternativas que sustituyan al tabaco en el mercado internacional por otros rubros que garanticen la obtención de similares ingresos.

Esa propuesta tiene que tener alcance nacional, aplicarse de manera sistemática y estar amparada en un adecuado marco institucional y jurídico. Pero para lograr ese propósito, resulta indispensable resolver la disyuntiva que ha estado siempre en la base de todas las decisiones que se tomado en relación con el tema, y es, cuál es el interés público que se quiere resolver: el tabaco o la salud.

Si se quiere apostar por la salud, esa política tiene que establecer regulaciones que coadyuven a la desestimulación del consumo de tabaco mediante el incremento de precios y las regulaciones en la comercialización, así como las prohibiciones de fumar en lugares públicos. A la vez, debe acompañarse de estrategias para desincentivar económicamente la producción tabacalera y estimular la búsqueda de alternativas para su sustitución.⁴

¿Cuál es el consumo per cápita y el precio promedio de la cajetilla de cigarrillos? ¿Cómo han variado? ¿Tiene o no elasticidad? ¿Qué aspectos económicos y sociales se encuentran relacionados? ¿Cómo se caracteriza el mercado de cigarrillos? Son esas las preguntas a las que se le da respuesta con la presente investigación, que tiene como objetivos: describir el consumo de cigarrillos en el 2013, su relación con precio y formas de comercialización, la elasticidad de la demanda, aspectos económicos y sociales y caracterizar el mercado de cigarrillos y su segmentación. Sus resultados aportan elementos para la fundamentación de políticas públicas que contribuyan a la reducción del tabaquismo y a la salud de los cubanos.

MÉTODOS

Se realizó un estudio observacional descriptivo, que utilizó la alternativa de fuente de datos agregados de series temporales, que permite análisis anuales con muy bajo costo.

Las variables estudiadas, los criterios seguidos para definir cada una y su forma de medición, aparecen a continuación:

- *Consumo per cápita de cigarrillos*: el indicador empleado para su medición es la cantidad de cigarrillos vendidos en el año dividido entre la población 15 años y más.
- *Proporción de mercado*: porcentaje de las ventas de cigarrillos que se realizan en cada tipo de mercado, su medición se efectúa al dividir el total de las ventas de cigarrillos vendidos en cada tipo de mercado entre el total de las ventas multiplicado por 100.
- *Precio promedio*: promedio del precio de la cajetilla de 20 cigarrillos de todas las marcas vendidas, medido por el valor total de las ventas dividido entre la cantidad de cajetillas de cigarrillos vendidos.
- *Elasticidad de demanda*: modificaciones que se producen en el consumo de cigarrillos derivado de cambios en el precio, su indicador se determina mediante

la división del porcentaje de cambio en el consumo de cigarrillos entre el porcentaje de cambio en el precio de cigarrillos por 100. Cuando el coeficiente es menor a -1,0 hay elasticidad, mientras que se considerará que la demanda es inelástica si es mayor a -1,0.⁹

Para la captura de datos se emplearon técnicas de análisis de información secundaria, entrevista individual, observación no participante y criterio de expertos.

Se determinaron los cigarrillos consumidos en la población de 15 años y más calculados de las cifras de venta en pesos cubanos (CUP) y moneda libremente convertible (CUC).⁵

Toda la información de venta de los cigarrillos tuvo como fecha de cierre el 31 de diciembre del 2013.^{6,7}

Se tomó la población de 15 años y más (9 109 770)¹ de acuerdo a los datos del Censo de Población y Viviendas realizado en el año 2012.⁸

La metodología empleada para la captura de datos, procesamiento y análisis de la información, es igual desde que se inició la realización de este tipo de estudio en la década del 80 del siglo xx, por los especialistas del Instituto Cubano de Investigaciones y Orientación de la Demanda Interna (ICIODI), por lo que existe coherencia en la construcción de la serie cronológica que se presenta.¹⁰

RESULTADOS

CONSUMO DE CIGARRILLOS

En el 2013, el consumo per cápita en la población cubana de 15 años y más, fue de 1 405 cigarrillos ([tabla 1](#)). Esta cifra equivale a que cada cubano en esas edades fumó 3,8 cigarrillos diarios.

El consumo per cápita de cigarrillos aumentó en 65 cigarrillos en el 2013, en relación con el 2012, lo que representó el 4,8 % y constituyó el primer incremento desde el 2010, cuando en el cuarto trimestre se suspendió la venta normada a precios bajos en el mercado racionado. Hasta ese momento, se producían oscilaciones que no permitían marcar una tendencia. Si se compara con el 2008, de mayor consumo en las últimas dos décadas, se observa un decrecimiento de 14,4 %. Si la comparación se realiza con el 1980, antes de iniciar las acciones del Programa de Prevención y Control del Tabaquismo, el decrecimiento es 54 %, esto es, que se consume la mitad de los cigarrillos que en esa fecha ([tabla 2](#)).

En relación con el incremento en el consumo per cápita de cigarrillos, vale destacar que hasta el año 2012, se estuvo considerando el estimado de la población emitido por la Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI) cada año y ya en el 2013 se consideró la información del censo, la que reflejó un decrecimiento de aproximadamente el 1 % en la población total y en ese grupo de edades.

Tabla 1. Consumo de cigarrillos (población 15 años y más).
Cuba 1980, 1985, 1990-2013

Año	Cigarrillos (unidades)
1980	2 237
1985	2 164
1990	1 934
1991	1 678
1992	1 664
1993	1 572
1994	1 660
1995	1 395
1996	1 295
1997	1 196
1998	1 382
1999	1 449
2000	1 382
2001	1 314
2002	1 425
2003	1 446
2004	1 501
2005	1 459
2005	1 470
2007	1 503
2008	1 641
2009	1 548
2010	1 363
2011	1 355
2012	1 340
2013	1 405

PRECIO PROMEDIO DE LA CAJETILLA DE CIGARRILLOS

El precio de la cajetilla de cigarrillos en la década del 60 del siglo xx, era de 0,20 pesos. Desde ese momento presentó crecimientos determinados fundamentalmente por la proporción de venta de los cigarrillos normados a precios bajos, la introducción de la venta a precios altos de forma liberada en CUP y luego en el mercado en CUC, hasta la eliminación total de las ventas dentro de los productos normados en el 2010.

En el 2013, el precio de la cajetilla de 20 cigarrillos en Cuba se mantuvo en el mercado a 7,00 CUP para los cigarrillos negros (Titanes, Populares y Criollos) y 7,60 CUP para los rubios, (Aromas y Flor de Aromas).

Tabla 2. Cambio en el consumo per cápita de cigarrillos (población 15 años y más). Cuba 1985-2013

Año	Consumo (%)
2013/12	4,80
2012/11	1,11
2011/10	0,58
2010/09	11,96
2009/08	5,67
2008/07	9,18
2007/06	2,24
2006/05	0,75
2005/04	2,76
2004/03	8,93
2003/02	1,40
2002/01	8,44
2001/00	4,93
2000/1990	28,54
2010/1990	29,52
2013/00	1,01
2013/08	14,40
2013/1980	54,00

En los cigarrillos de producción nacional destinados a la venta en fronteras, los precios oscilaron entre 0,60 a 1,20 CUC. Se ofertaron otros cigarrillos de importación a precios más elevados, pero que de acuerdo a la observación y entrevistas realizadas a los vendedores, tuvieron muy poca demanda y no se incluyeron en el estudio.

Derivado de los diferentes precios y tomando en consideración la proporción de mercado en que se realizaron, se dispuso de una serie temporal del precio promedio estimado, que permitió analizar las variaciones del consumo per cápita y en el precio, para análisis y pronósticos.

En el 2013 el precio promedio estimado de la cajetilla de cigarrillos fue de 8,5 CUP, (tabla 3) lo que equivale a 0,35 CUC y 0,44 USD de acuerdo a la cifra de cambio oficial vigente en las casas de cambio (CADECA) en el momento del estudio. El pequeño incremento en CUP, (0,15) hizo que cuando se realizó la conversión a CUC y a USD, no se observó modificación alguna en relación con el 2012.

Tabla 3. Precio promedio de cajetilla de cigarrillos.
Cuba 1980, 1985, 1990-2013

Año	Estimado precio promedio (cajetilla 20 cigarrillos)
1980	0,99
1985	1,15
1990	1,19
1991	1,19
1992	2,40
1993	2,42
1994	4,60
1995	4,65
1996	4,80
1997	4,85
1998	5,20
1999	5,35
2000	5,60
2001	6,10
2002	6,68
2003	6,84
2004	7,15
2005	6,55
2006	6,81
2007	6,93
2008	7,35
2009	7,15
2010	7,72
2011	8,24
2012	8,35
2013	8,50

Es de destacar, que a diferencia de años anteriores, este estimado tuvo una mayor aproximación en lo referente a las ventas en CUP, debido a que se dispuso de la proporción de las mismas para cada marca.

El precio promedio de la cajetilla de cigarrillos presentó cambios notables si se compara la década del 90 del siglo xx con las cifras actuales. Estos cambios determinaron las modificaciones en las formas de comercialización, más, que por el aumento de precio de las cajetillas.

Al comparar el 2011 con el 2010 se observó un incremento del precio promedio de la cajetilla de 6,73 % debido a la suspensión de la distribución de cigarrillos mediante el consumo normado a precios bajos. En el 2013 en relación con el 2012, el incremento fue de 1,79 %, dado por el desplazamiento de las ventas hacia el mercado de mayor precio y mejor calidad (tabla 4).

Tabla 4. Cambio en el precio promedio de la cajetilla de cigarrillos. Cuba 1985-2013

Año	Precio (%)
2013/12	1,79
2012/2011	1,33
2011/10	6,73
2010/09	7,97
2009/08	2,73
2008/07	6,06
2007/06	1,76
2006/05	3,96
2005/04	0,91
2004/03	4,53
2003/02	2,40
2002/01	8,09
2001/00	8,90
2000/99	4,47
1999/90	22,24
1990/85	1,03
2000/1990	440,5
2010/1990	648,70
2013/00	151,78
2013/1990	714,28
2013/1980	858,58

El precio promedio de la cajetilla de 20 cigarrillos osciló en los últimos años entre 0,30 y 0,44 dólares estadounidenses (USD), lo que a los efectos de los análisis y comparaciones internacionales lo situó muy por debajo de los precios actuales en otros países.

Si bien es cierto y visto de esta manera puede parecer que el precio es bajo, no lo es cuando se analiza que el fumador de una cajetilla diaria gasta en su compra como mínimo 210 CUP, lo que equivale aproximadamente a la mitad del salario medio.¹¹

El incremento del precio de la cajetilla de cigarrillos producido desde el 2010, derivado de la eliminación de los cigarrillos a precios bajos, ya permitió el acomodo de las personas y las familias a esta nueva situación, lo que se reflejó en los discretos decrecimientos producidos en 2011 y 2012 y el incremento del 2013.

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

La demanda de cigarrillos es generalmente inelástica en cualquier contexto y en Cuba también se comporta así. En el 2010, el coeficiente encontrado fue de -1,01, que es ligeramente menor a -1, esto es, que en ese año se presentó elasticidad de la demanda. Se estimó que para el 2011, con un aumento de 10 % en el precio del cigarrillo, se produciría un decrecimiento del 7 % en su consumo.

La certeza de tal estimación se observó con los resultados de 2011, donde se produjo un decrecimiento del consumo de 0,58 % con un aumento del precio de 6,73 % (tablas 2 y 4).

El coeficiente de elasticidad de la demanda estimado en el 2011 fue -0,08, es en esta ocasión mayor a -1, y pronosticó, en el referido estudio, que se requeriría de un incremento real del precio para que se presentaran decrecimientos en la demanda.

Al ser este incremento tan pequeño, 1,33 %, y derivado de las modificaciones en el mercado en que se adquirieron los cigarrillos, la reducción fue de igual magnitud. El estimado de la reducción de la prevalencia en el período, a partir de los datos de precio y demanda, fue de 0,01 %, lo que equivale a que no se produjo modificación alguna.

En el 2012 el coeficiente de elasticidad de la demanda estimado fue -0,83 inferior a -1 y por tanto la demanda fue inelástica. De ello se derivó la recomendación de la necesidad de tener que realizar aumentos en el precio si se quería obtener reducciones en el consumo, pues el incremento del 2012 en relación con el 2011, también fue el resultado del mayor consumo en CUC y no de incrementos reales en el precio.¹²

Situación similar fue la encontrada en el 2013 ya que el coeficiente de elasticidad de la demanda fue de 1,04, superior a -1, lo que puso de manifiesto la importancia de los incrementos de precio si se quiere reducir el consumo y por tanto la prevalencia, pues el estimado de reducción de la misma vuelve a ser mínimo (0,009).

MERCADO DE CIGARRILLOS

El mercado cubano está segmentado en dos grupos: uno que comercializa en CUP, donde prevalecen solo tres marcas de cigarrillos negro a un mismo precio la cajetilla de 20 cigarrillos, una de ellas es líder, y la de cigarrillos rubios, ligeramente superior en precio y de muy poca demanda; mientras que la otra parte del mercado comercializa en CUC, a un precio mayor de forma comparativa, pero que goza de una imagen de mejor calidad, aunque el volumen de consumo lo lidera el segmento que comercializa en CUP.

El segmento que comercializa en CUC, por tener los precios más altos, está obligado a ser más eficiente en su estrategia para el posicionamiento en el mercado interno, por lo que ha tratado de diversificar su oferta reduciendo el número de cigarrillos a 10 en sus cajetillas con el objetivo de que el consumidor pueda ver en el nuevo envase la cantidad justa de cigarrillos que necesita para el día, su aceptación se demostró en el amplio margen de venta que ha tenido a partir de su puesta en marcha.

Las estrategias de las empresas comercializadoras en CUC van encaminadas hacia los sectores más jóvenes de consumidores donde el tabaquismo todavía tiene un desarrollo incipiente y coincide a la vez con menores niveles ingreso, prevalencia y consumo, por lo que ofertar cajetillas de solo 10 unidades de cigarrillos, es una opción favorecedora de adquirirlos para ese segmento de mercado.

En el caso del mercado que comercializa en CUP, no es necesario llevar a cabo esta estrategia porque le es permitido vender sus productos por unidades físicas de cigarrillos, a diferencia del mercado que comercializa en CUC, que tiene la restricción de solo poder comercializar los cigarrillos en cajetillas.

En ambos casos, la estrategia tiene el propósito de estimular el consumo al abaratar el precio relativo del producto.

También a los jóvenes y mujeres, va destinado el cigarrillo mentolado lanzado al mercado en CUC en momentos en que se critica internacionalmente su presencia por el mayor carácter adictivo que posee.¹³

Otra característica de interés del mercado que comercializa en CUP, es que por tercer año no se ofertaron cigarrillos normados a precios bajos, solo una proporción muy pequeña del total, (1 % aproximadamente) a través de la venta a organismos e instituciones mediante el denominado consumo social, para distribución gratuita o a precios bajos.

Del total de las ventas de cigarrillos a población, el 80,22 % se realizó en CUP, y 19,77 % en CUC (tabla 5). Esto es, de cada 100 cigarrillos que se vendieron, 20 fueron adquiridos en CUC y 80 en CUP.

Como puede observarse, una proporción mucho mayor de las ventas se encontraba en el mercado en CUP, con precio inferior, aproximadamente en el 50 %, al de CUC.

Tabla 5. Formas de comercialización según proporción de mercado.
Cuba 2013

Forma de comercialización/año	Proporción de mercado
CUP	82,23
CUC	17,77
Total	100,00

Un análisis comparativo entre 2011, 2012 y 2013, puso de manifiesto el decrecimiento en el mercado en CUP y el incremento sostenido en el mercado en CUC (tabla 6).

La marca "Criollo", del mercado en CUP, se mantuvo como líder, ya que su preferencia está representando el 58,72 % de las ventas en ese tipo de moneda, con un incremento de 6,47 % en relación con el 2012.

Tabla 6. Formas de comercialización según año y % de cambio.
Cuba 2011-2013

Forma de comercialización/año	2011/10	2012/11	2013/12
CUP	18,87	4,69*	2,01*
CUC	14,61	14,30	2,03
Total	0,57*	1,11*	4,80

* Estas cifras corresponden a números negativos, que en este caso representan decrecimientos.

DISCUSIÓN

Los resultados del 2013 pusieron en evidencia, la predisposición en el mercado del inicio de una tendencia creciente en el consumo, debido a que solo se produjo un incremento imperceptible en el precio promedio de los cigarrillos, dado por el aumento de las ventas en el segmento del mercado que comercializa en CUC, derivado, entre otros, del incremento de los salarios e ingresos personales, al menos en un sector de la población.

La encuesta realizada en el 2010, mostró que la prevalencia de fumadores según ocupación, se desplazó hacia los trabajadores de más altos ingresos, los que laboran en empresas mixtas y reciben salario tanto en CUC como CUP y los que lo hacen por cuenta propia.* Lo anterior se ha señalado como explicación al incremento sostenido de las ventas en el mercado en CUC, donde las cajetillas de cigarrillos tienen un precio muy superior.

El incremento de la demanda de cigarrillos comercializados en CUC, sobre todo en el sector poblacional que tiene más ingresos, indica que para estas personas dichos cigarrillos constituyen bienes necesarios, por lo que están dispuestos a incrementar su consumo cuando aumentan sus ingresos disponibles.

Los diferentes estudios realizados nos ofrecen información para segmentar el mercado de cigarrillos en los siguientes grupos:

- Una gran mayoría que consume cigarrillo comercializados en CUP, cuyo precio es aproximadamente la mitad del más bajo de los comercializados en CUC.
- Una minoría que consume cigarrillos comercializados en CUC, de mejor calidad y presencia del empaque de la cajetilla, con un valor simbólico de prestigio asociado a un mayor poder adquisitivo del consumidor y accesibilidad a ese tipo de mercado.

Por lo anterior, es posible pronosticar, que el incremento en CUP del precio de cigarrillos para tener impacto en el consumo, debe ir acompañado del incremento del precio en CUC, para mantener la paridad del poder adquisitivo constante, dado el tipo de cambio estable de CUC por CUP a 25 por uno según CADECA.

El incremento del precio de cigarrillos de mayor consumo y menor precio, comercializados en CUP debe conllevar a lo siguiente:

- Para el segmento consumidor en CUP, un incremento del precio no conllevaría a un efecto de sustitución en relación con otra marca de cigarrillos ya que es la más barata y además porque todas las de mayor demanda en esa moneda tienen el mismo precio, por lo que necesariamente sus consumidores deberán escoger entre consumir al nivel del nuevo precio y reducir su consumo o abandonar el hábito. Las dos opciones son favorables a los intereses de la salud pública
- Para el segmento consumidor en CUC, un incremento del precio puede conllevar a un efecto de sustitución entre los que prefieren mantener el mismo nivel de consumo hacia el mercado en CUP, que si bien aumenta su precio, seguirá siendo inferior al de CUC, o mantener el mismo nivel de consumo en CUC, aunque esto implique disminuir su disponibilidad real de recursos. En este mismo segmento, los que perciben mayores ingresos tratarán de mantener su nivel de consumo en CUP, no obstante esto implique pagar más por ello.

En ambos casos no debe descartarse la posibilidad de que disminuyan el consumo o dejen de fumar, resultado poco probable a corto plazo ya que es más fácil que al menos en el primer momento, el consumidor trate de alguna manera de mantener un nivel de consumo dado que le permita satisfacer su adicción aunque en menor grado.

Para que resulte favorable en este grupo, a los efectos de su impacto en la salud , el aumento de precios debe estar acompañado de otras estrategias que unan lo educativo con opciones de deshabitación tabáquica, que resulten atractivas para el fumador y se correspondan con los objetivos que la salud pública cubana se plantea alcanzar en el 2015.¹⁴

Podemos concluir, que el consumo per cápita de cigarrillos en la población cubana presenta un aumento que puede considerarse el inicio hacia una nueva tendencia creciente; el precio promedio de la cajetilla de cigarrillos se incrementa de manera muy discreta por el aumento de las ventas en CUC, pero de manera imperceptible; el mercado en CUP sigue siendo el preferido para adquirir cigarrillos por la población cubana y la marca "Criollo", la de mayor demanda. Los factores sociales y económicos que desestimulan la demanda de cigarrillos y que producen la elasticidad cruzada, no resultan suficientes para lograr reducciones en el consumo, sustentado además en el incremento de ingresos en algunos segmentos de la población que lo adquieren en CUC. La caracterización del mercado permite identificar dos grandes grupos de consumidores y en base a ello, trazar una estrategia de reducción de la demanda mediante el incremento de precios.

El no poner en práctica medidas encaminada a lograr una reducción de la demanda favorece que la discreta reducción del consumo que se produjo en años anteriores, se tornara en incremento en el 2013, lo que no permite alcanzar los objetivos de la salud pública cubana en el 2015.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ministerio de Salud Pública. Anuario Estadístico de Salud. La Habana: Dirección Nacional de Registros Médicos y Estadísticas de Salud; 2013.
2. Ley 41 de la Salud Pública en Cuba. [citado 15 Ene 2014]. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-a
3. Constitución de la República de Cuba. [citado 15 Ene 2014]. Disponible en: <http://www.cuba.cu/gobierno/cuba.htm>
4. Suárez Lugo N. Paradojas, controversias, discurso y realidad del tabaquismo en Cuba. Rev Cubana Salud Pública. 2011 [citado 24 Dic 2013]; 37(1). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662011000100010&lng=es&nrm=iso&tlng=es
5. Banco Metropolitano. Tipo de cambio. [citado 15 Ene 2014]. Disponible en: <http://www.bc.gov.cu>
6. Ministerio de la Agricultura. TABACUBA. Empresa ATM. Consumo Nacional de Cigarrillos y Tabacos. 2013. La Habana: MINAGRI; 2013,
7. Ministerio de la Agricultura. Grupo TABACUBA. BRASCUBA. Ventas internas de cigarrillos. 2013. La Habana: MINAGRI; 2013.
8. Oficina Nacional de Estadísticas e Información. Censo de población y viviendas. Cuba. 2012 [citado 19 Ene 2014] Disponible en: <http://www.onei.cu>
9. Waters H. Global Tobacco Control-Learning from the Experts. Baltimore: School of Public Health Johns Hopkins Bloomberg; 2007 [cited 2013 Dic 15]. Available from: <http://www.GlobalTobaccoControl.org/es>
10. Suárez Lugo N. El consumo de productos manufacturados del tabaco en Cuba. Rev Cubana Salud Pública. 2006 [citado 22 Dic 2013]; 32(2). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662006000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
11. Oficina Nacional de Estadísticas e Información. Salario medio en cifras. Cuba 2010. La Habana: ONEI; 2011 [citado 19 Ene 2014]. Disponible en: <http://www.onei.cu>
12. Suárez LN. El precio del cigarrillo y la reducción del consumo en Cuba. Rev Cubana Salud Pública. 2012 [citado 14 Ene 2014]; 38 (1). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662006000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

13. Perry DC, Dávila GMI, Stockmejer CA, Keller KJ. Increased Nicotinic Receptors in Brains from Smokers: Membrane Binding and Autoradiography Studies. JPET. 1999;289(3):1545-52.

14. Suárez LN. Enfoque social de la mercadotecnia sanitaria. La Habana: Editorial Ciencias Médica; 2007.

* Instituto de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Encuesta de factores de riesgo. 2010. Informe técnico. INHEM. MINSAP. La Habana. 2012.

Recibido: 27 de enero de 2014.

Aprobado: 12 de febrero de 2014.

Nery Suárez Lugo. Escuela Nacional de Salud Pública. Calle 100 No. 10132 e/ Perla y E, Altahabana, Boyeros. La Habana, Cuba. Dirección electrónica: nerysl@infomed.sld.cu