



Ipsos - Mora y Araujo

El consumo de productos derivados del tabaco.

**Investigación en opinión pública del
área metropolitana**

Septiembre / Octubre 2003

Introducción	3.
Principales conclusiones	4.
Resumen ejecutivo	6.
Capítulo 1. Radiografía del consumo	8.
Capítulo 2. El consumo de cigarrillos.	10.
Capítulo 3. Los ex consumidores de cigarrillos.	26.
Ficha técnica	28.

Se incluyó una batería de preguntas en una encuesta bus de la empresa. Se entrevistaron 440 personas mayores de 18 años residentes en el área metropolitana.

Los datos recogidos pueden ser trasladados al universo de estudio con un margen de error del 4.7% en más o en menos para un nivel de confianza del 95%.

El trabajo de campo se realizó entre los días 19 y 25 de septiembre.

- Los cigarrillos son los productos con mayor cantidad de adeptos. En esta investigación de mayores de 18 años del área metropolitana no se registró suficiente cantidad de consumidores de otros productos como para hacer un análisis detallado de los mismos.
- El mayor porcentaje de consumidores son personas de entre 18 y 44 años, personas de niveles económicos ABC1 (alto) y DE (bajo) y hombres.
- Más de la mitad de los entrevistados compraron cigarrillos entre 4 y 7 veces en la última semana. Si bien las personas de clase media (C2/C3) y las mujeres que fuman son una proporción menor, son quienes compran cigarrillos con mayor frecuencia (entre 4 y 7 veces por semana).
- Las personas de más de 60 años que fuman además de ser minoría, compran con menor frecuencia.

- Si bien los cigarrillos en paquetes de 20 unidades poseen mayor salida (70% de los entrevistados compran habitualmente este tamaño), el 27% consume cigarrillos en paquetes de 10 unidades. Los jóvenes de 18 a 29 años y las mujeres son quienes prefieren este tamaño en mayor medida. El principal motivo de esta preferencia es la sensación de fumar menos (recordemos que estos segmentos son los que compran con más frecuencia).
- Casi el 20% de los encuestados admite que compra cigarrillos sin estampillado. Es mayor la proporción entre personas de entre 30 y 44 años y niveles sociales bajos (DE).

El consumo de cigarrillos en la opinión pública del Área Metropolitana.

Perfil

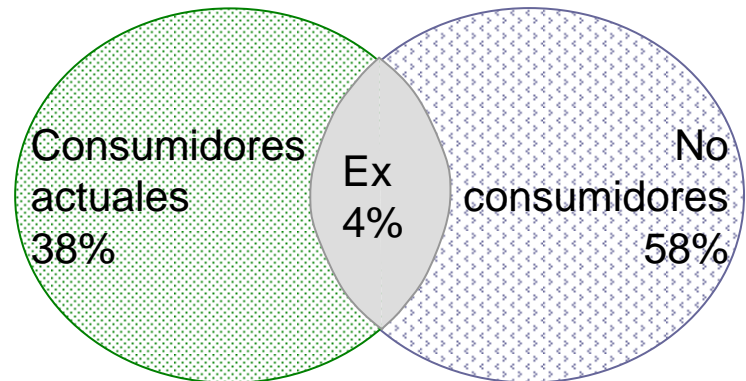
- 18 - 44 años
- ABC1 // DE
- Hombres

Frecuencia de compra

- 4 a 7 veces por semana 55%
18 - 29 años // C2/C3 // mujeres
- 2 a 3 25%
60 y más años // DE
- 1 vez y menos 19%
- NR 1%

Compra de productos sin estampilla

- Si 19%
30 a 44 años // DE
- No 78%
18 - 29 años
- Otros 3%



Tamaño del paquete

- 20 70%
más 45 años // C2/C3 // hombres
- 10 27%
18 - 29 años // mujeres
- Otros 3%

Motivos

- Para fumar menos 43%
- Por motivos económicos 28%

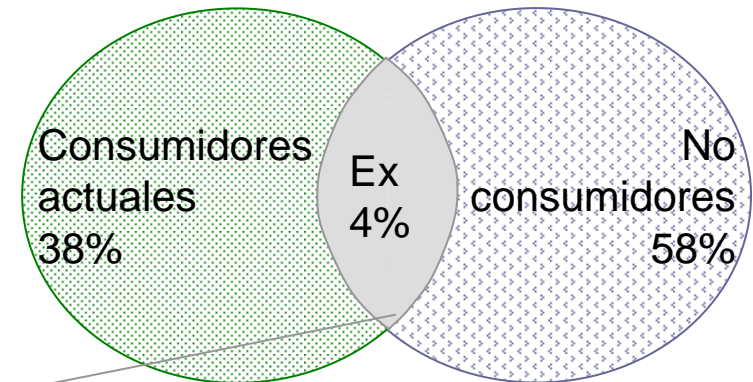
El consumo de cigarrillos en la opinión pública del Área Metropolitana.

Motivo por el que dejaron de fumar

- Por cuidado / problemas de salud

Reemplazo

- Nada





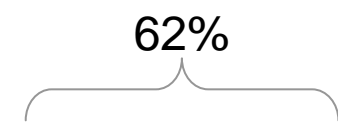
Capítulo 1. Radiografía del consumo

Consumo de productos derivados del tabaco

%

	Consumidores actuales	Ex consumidores	No consumidores	Total
Cigarrillos	38%	4%	58%	100%
Cigarros	1%		99%	100%
Tabaco para armado de cigarrillos			100%	100%
Cigarritos			100%	100%
Tabaco para pipas			100%	100%

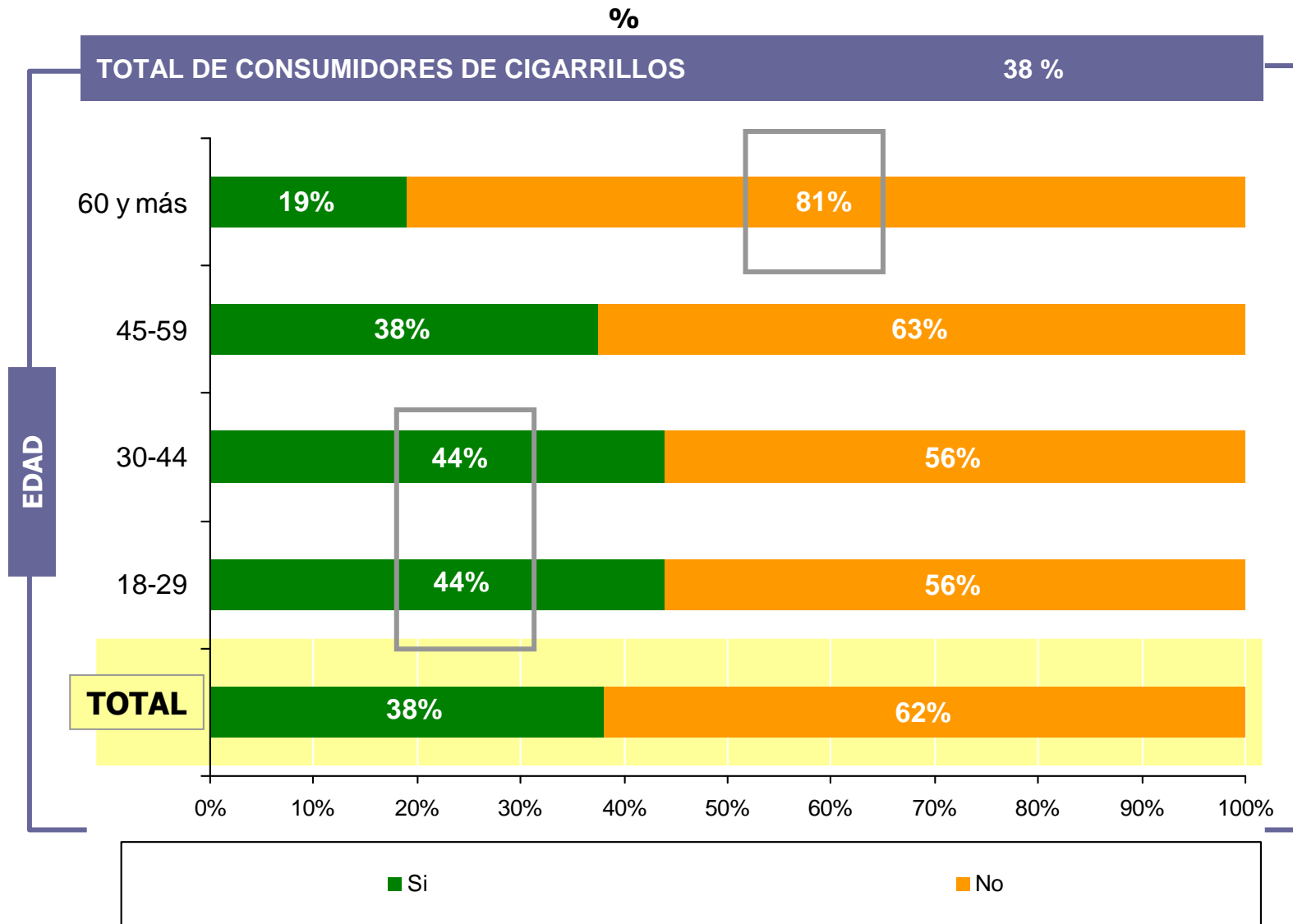
62%



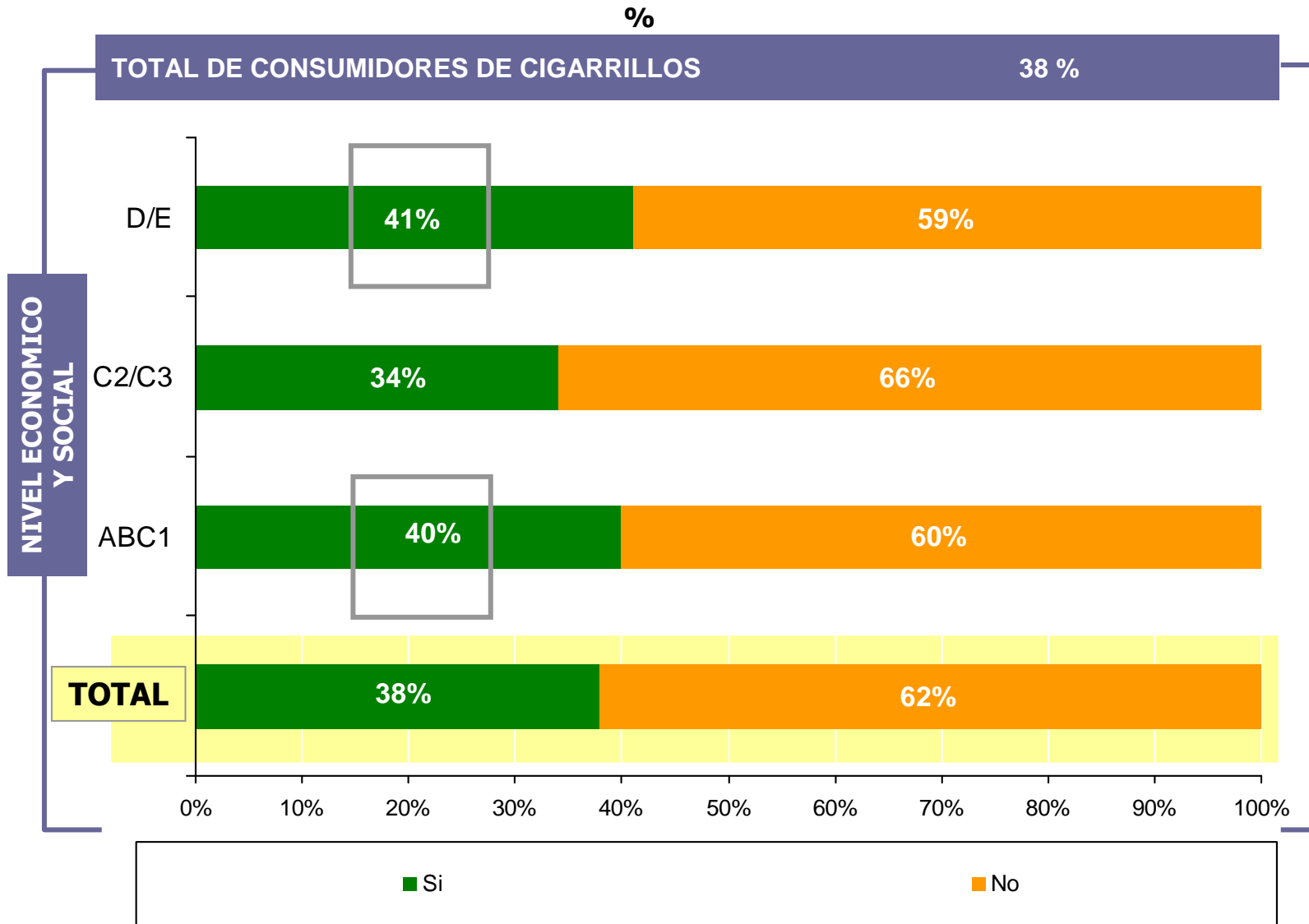


Capítulo 2. El consumo de cigarrillos

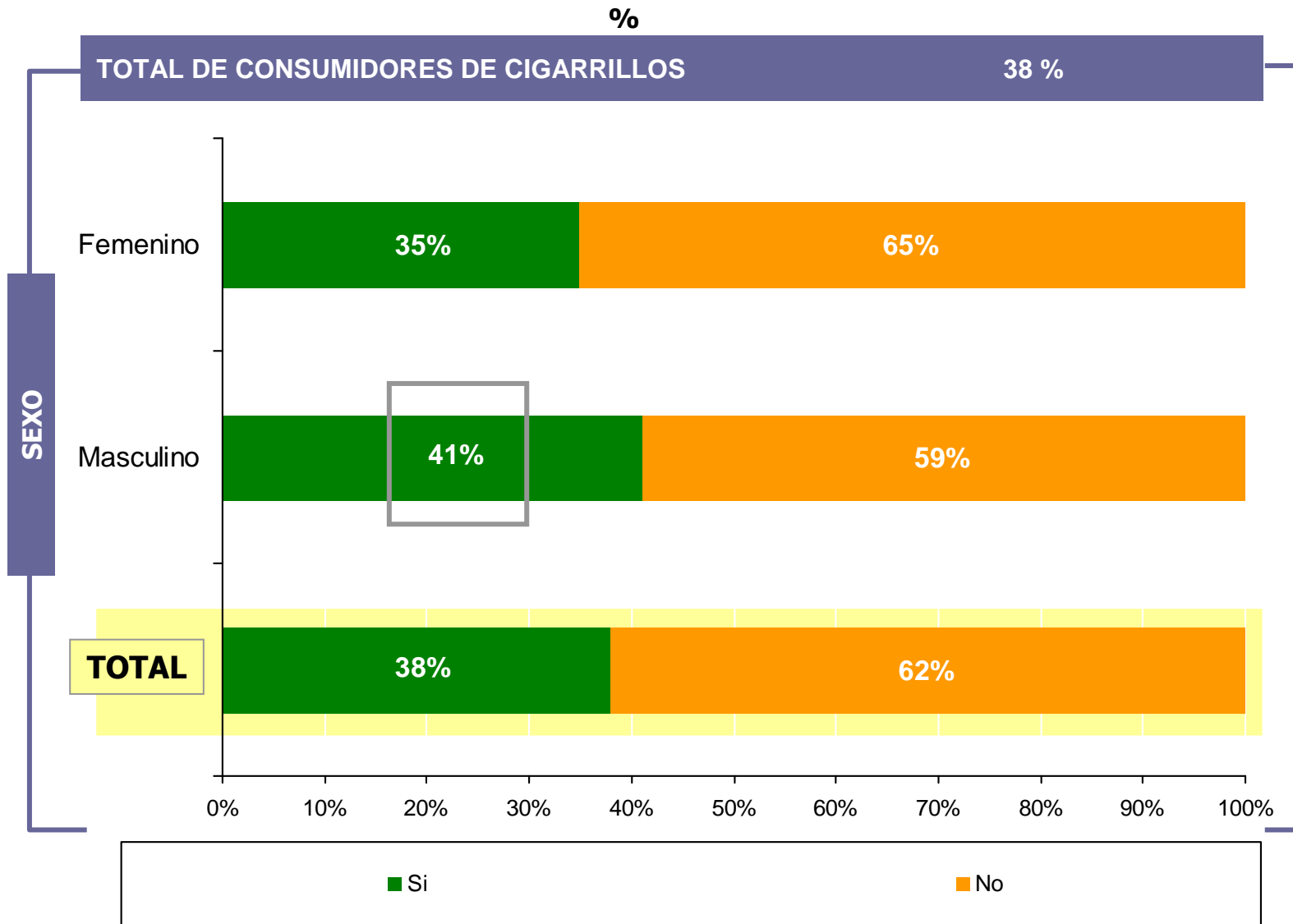
Consumidores actuales de cigarrillos - según edad -



Consumidores actuales de cigarrillos - según nivel económico y social -

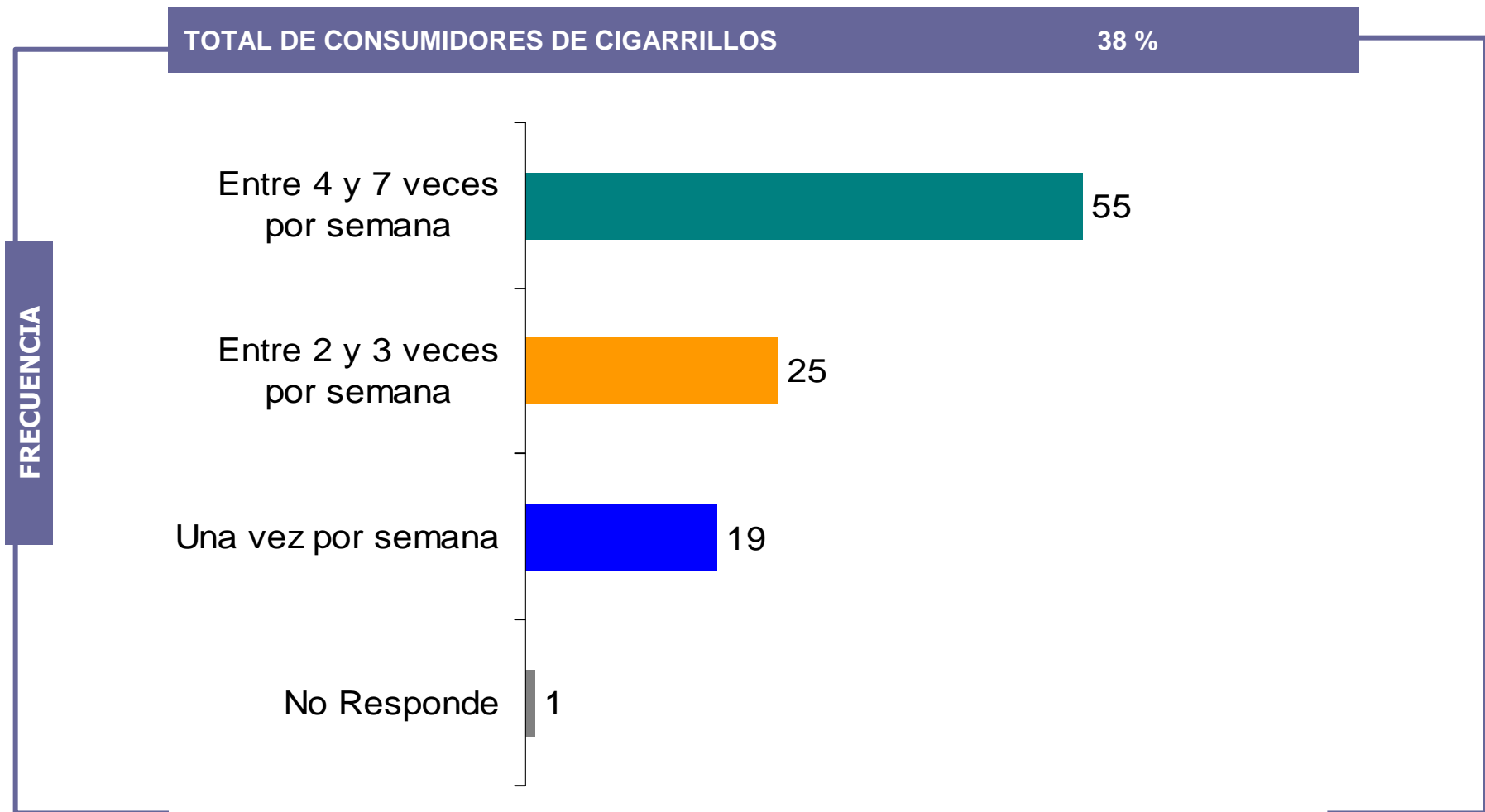


Consumidores actuales de cigarrillos - según sexo -

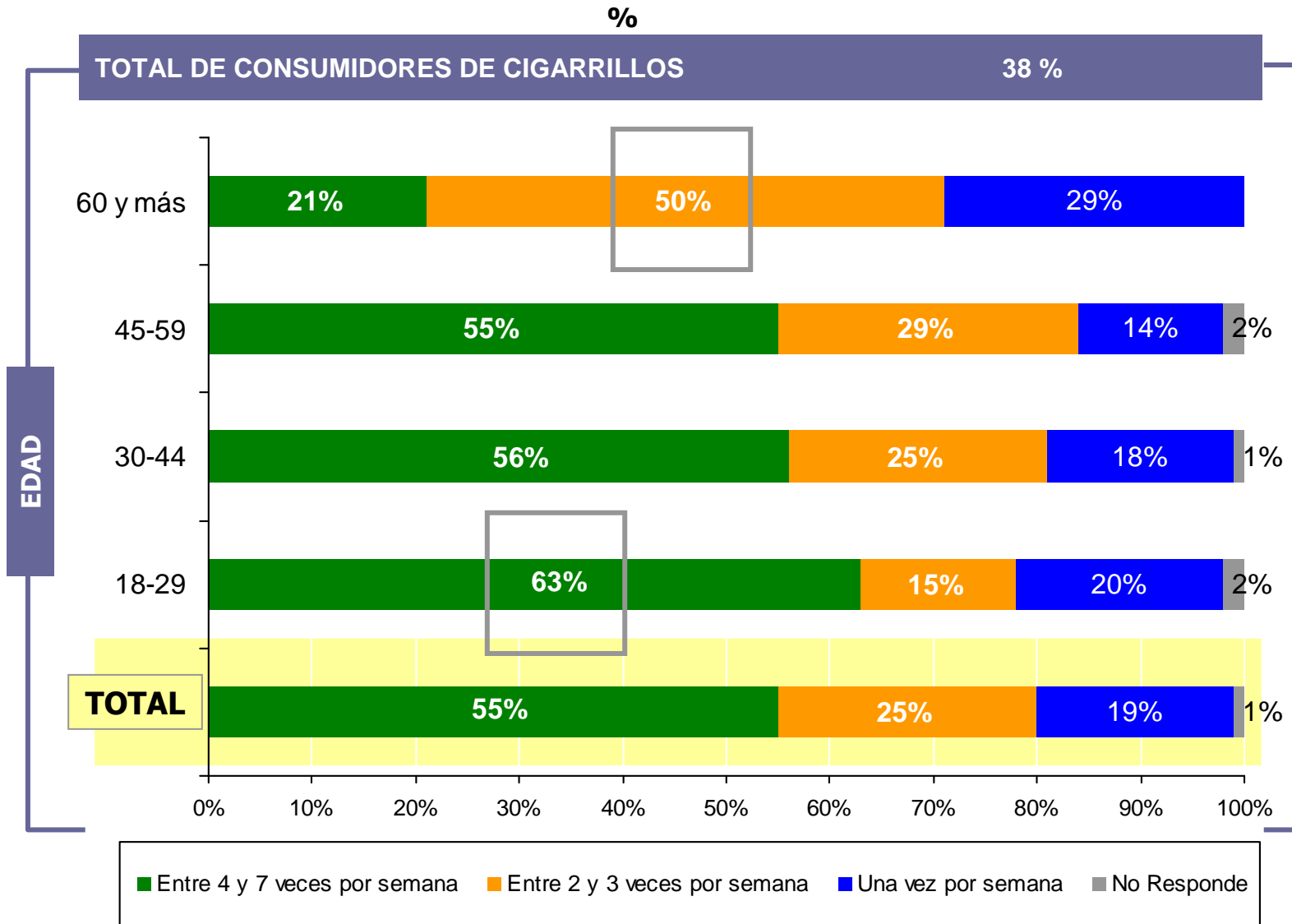


Frecuencia de compra de cigarrillos en la última semana

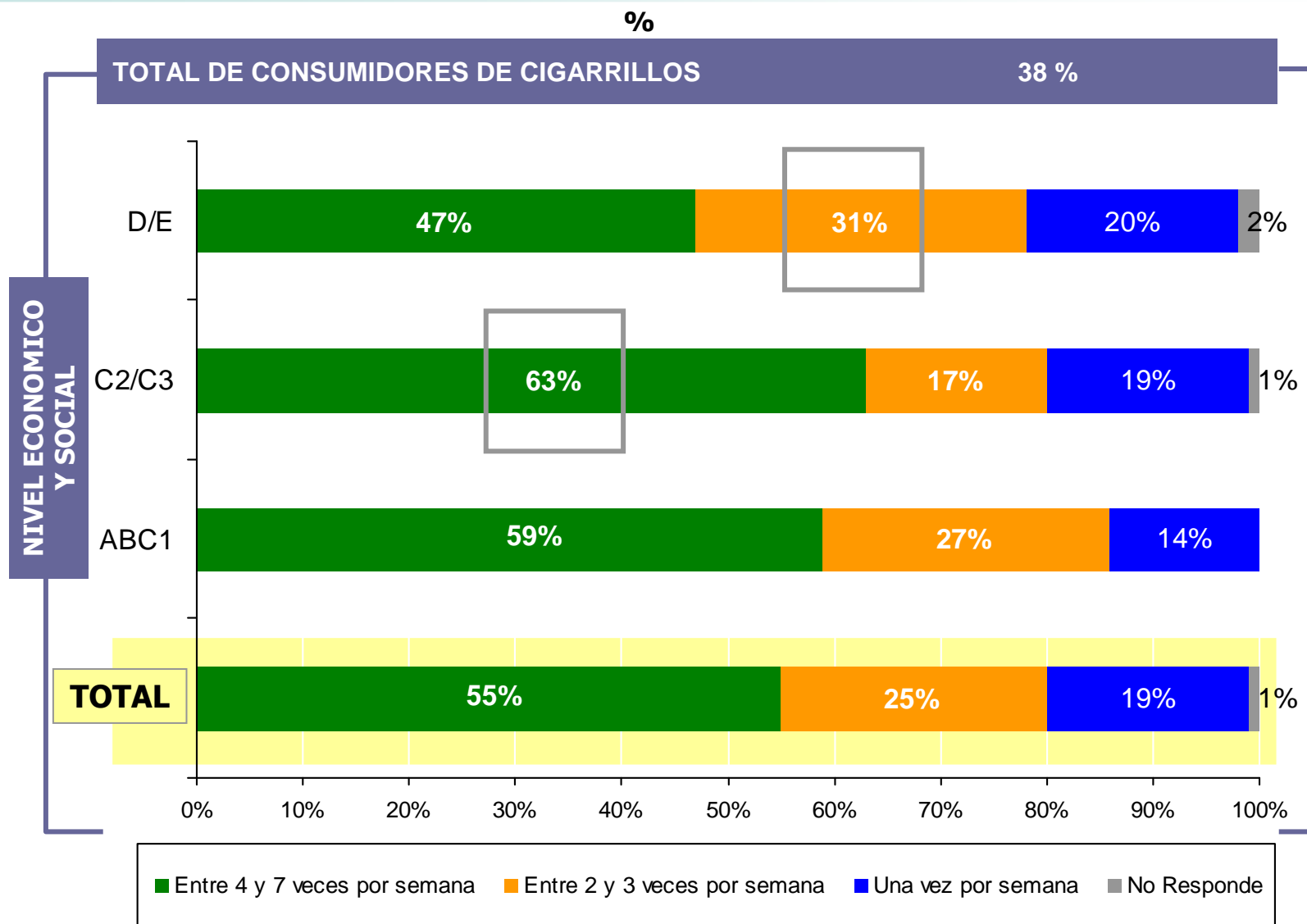
%



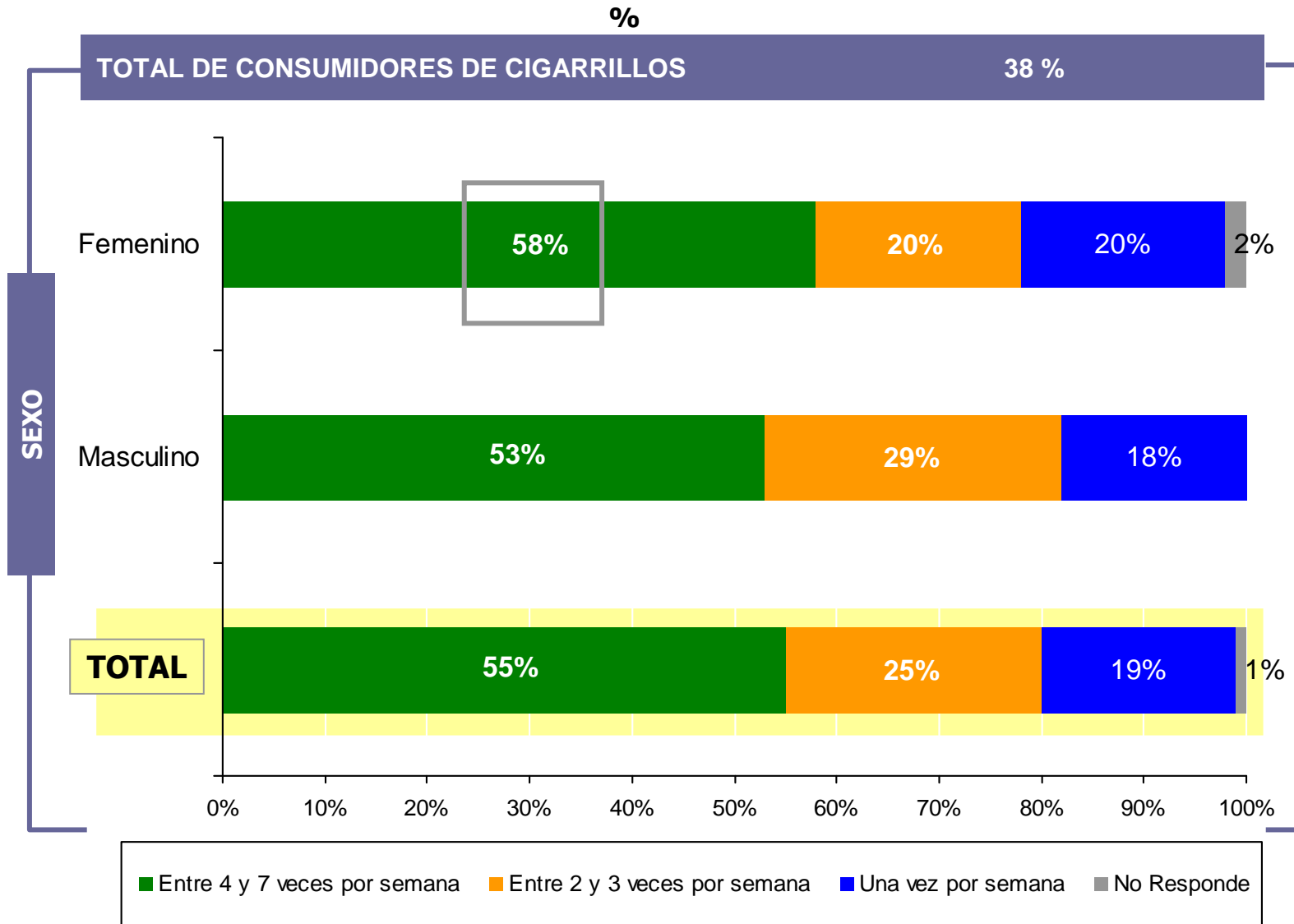
Frecuencia de compra de cigarrillos en la última semana - según edad -



Frecuencia de compra de cigarrillos en la última semana - según nivel económico y social -

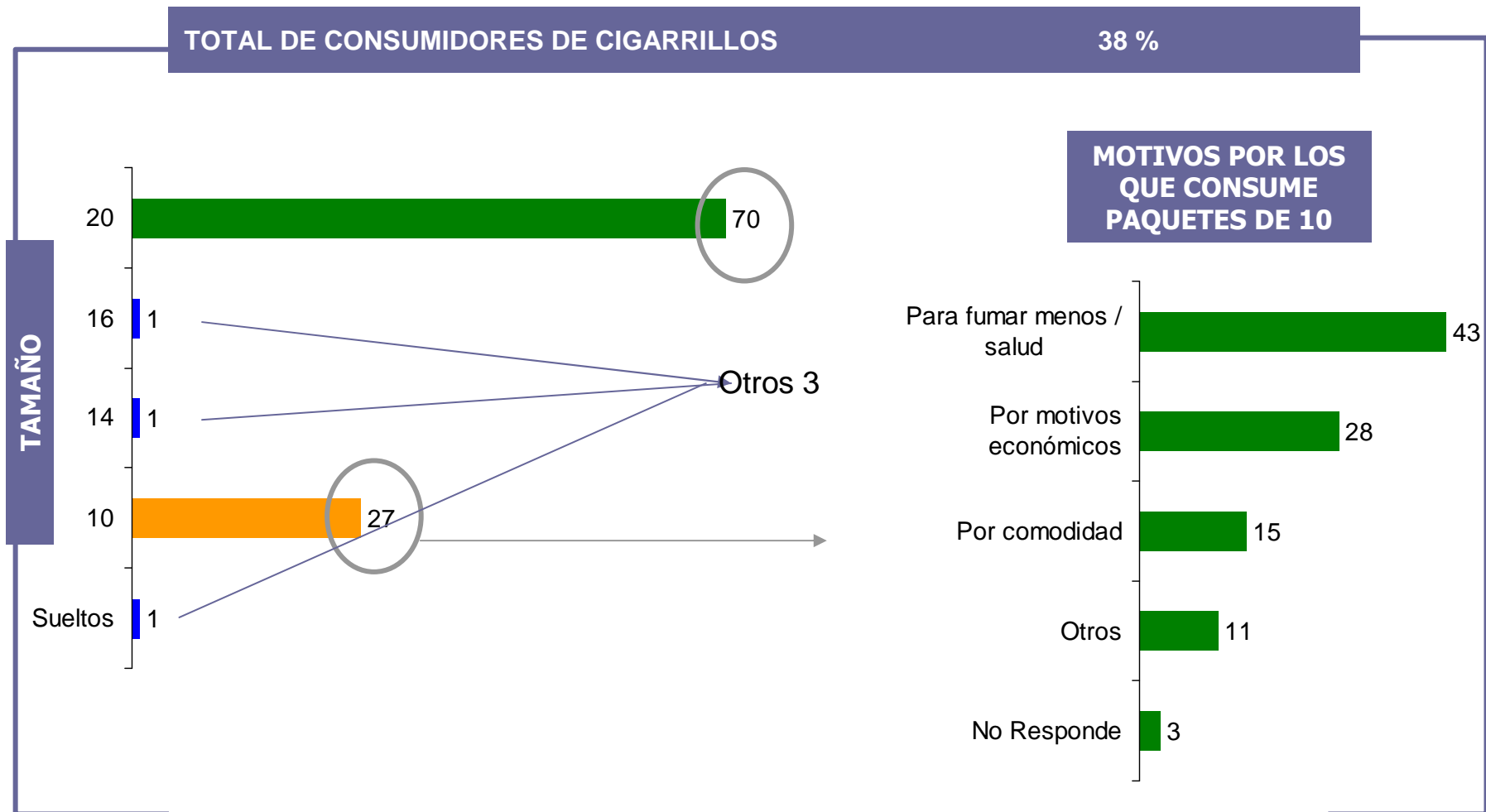


Frecuencia de compra de cigarrillos en la última semana - según sexo -

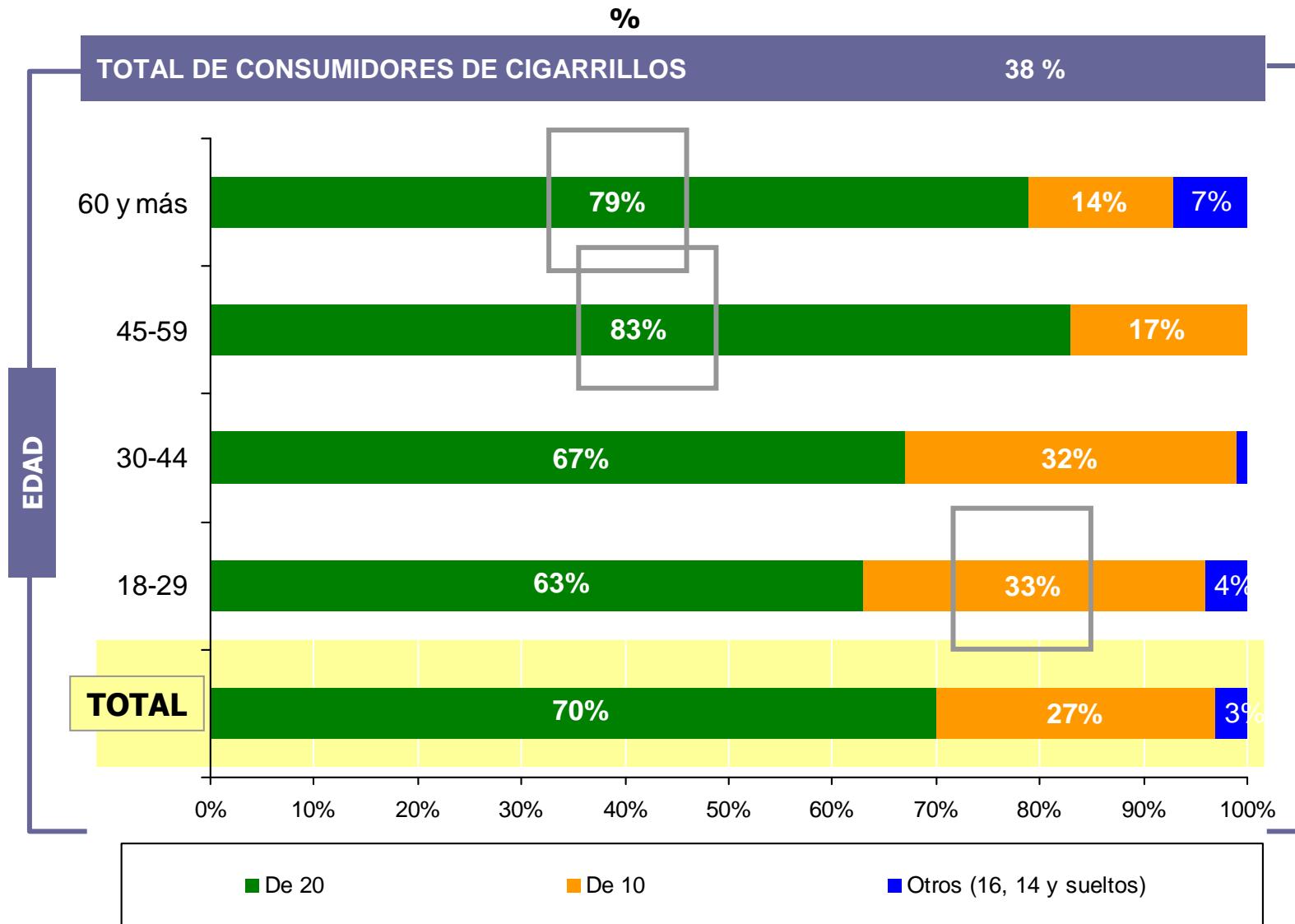


Tamaño de paquete que compra con mayor frecuencia

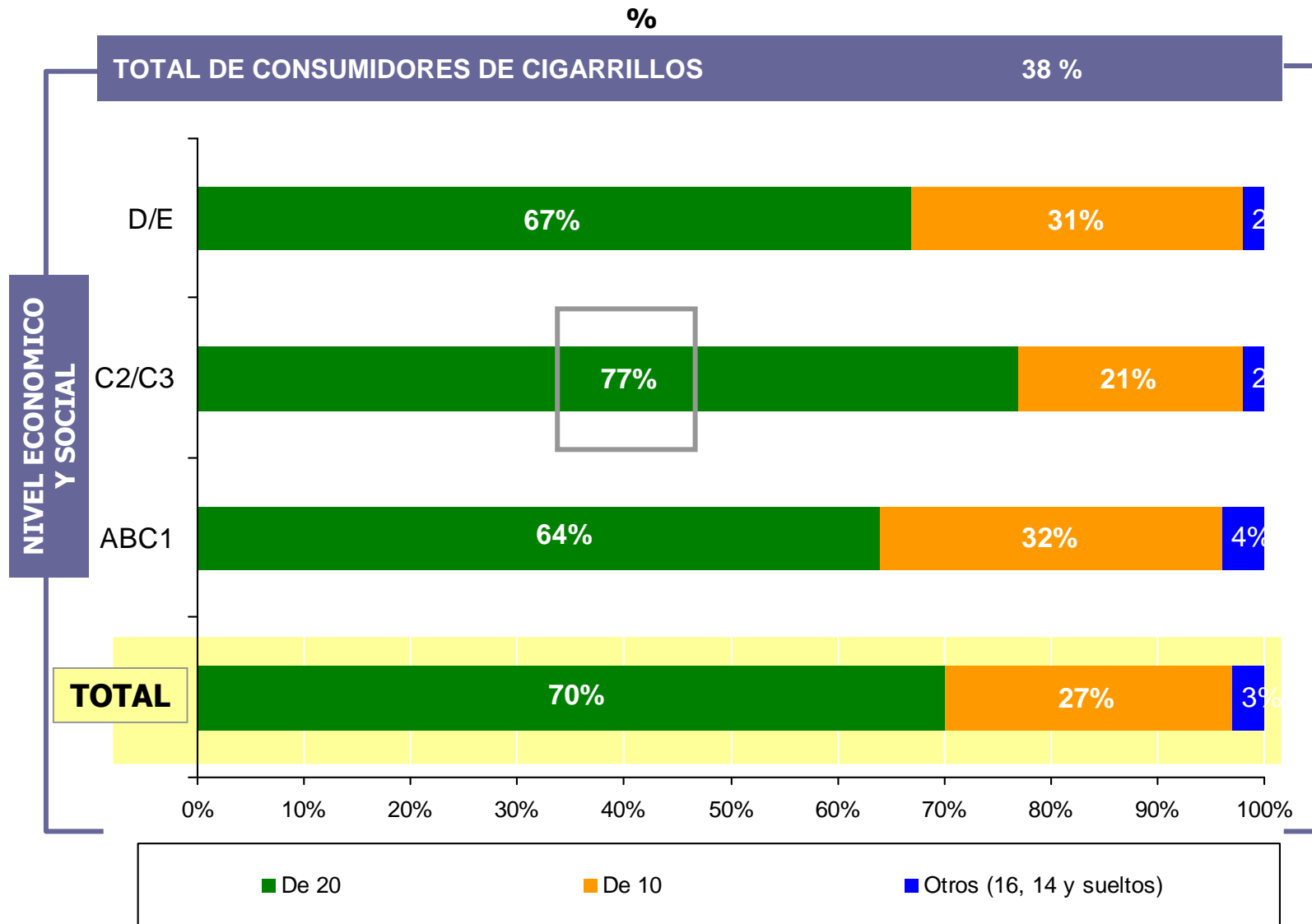
%



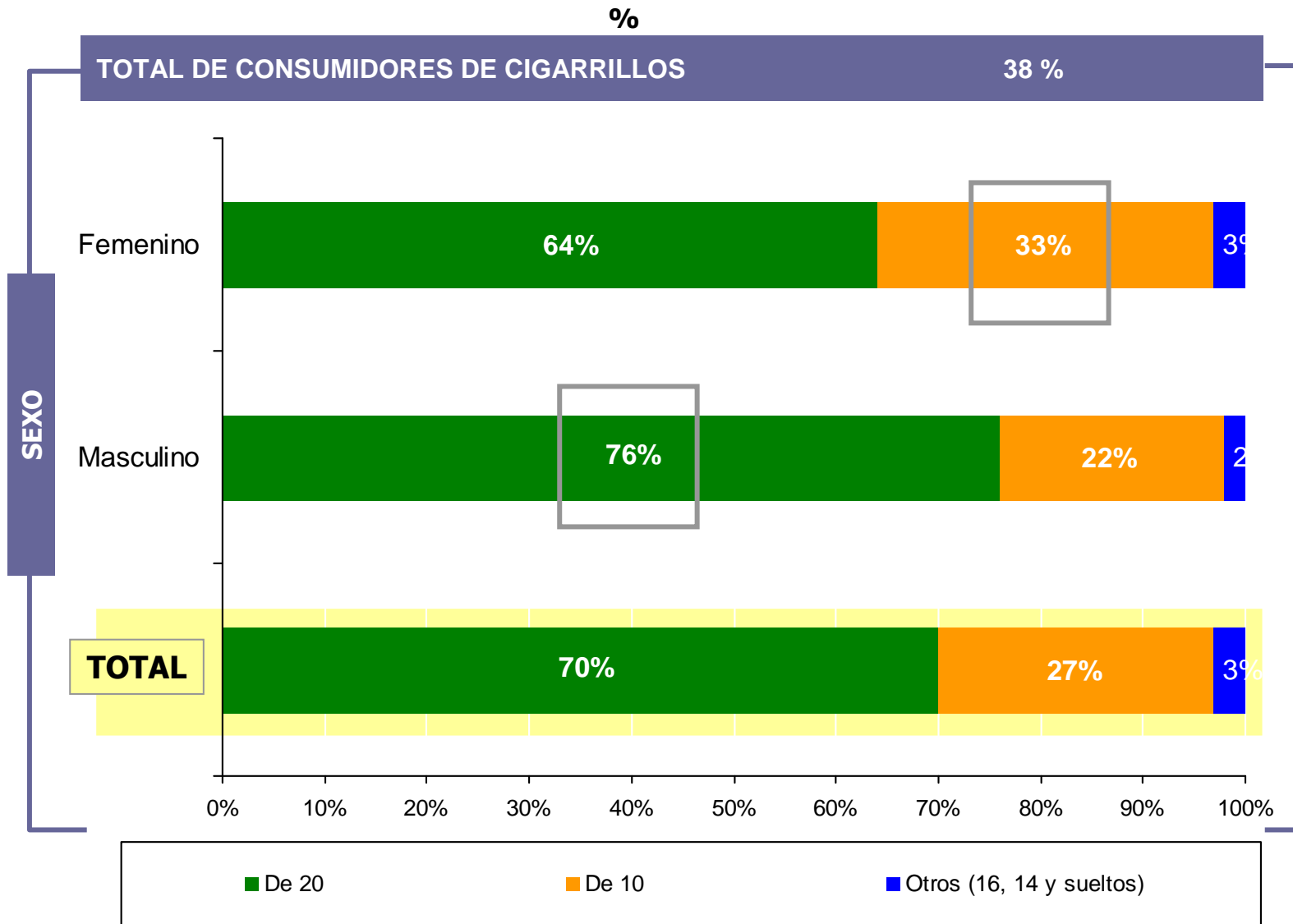
Tamaño de paquete que compra con mayor frecuencia - según edad -



Tamaño de paquete que compra con mayor frecuencia - según nivel económico y social -

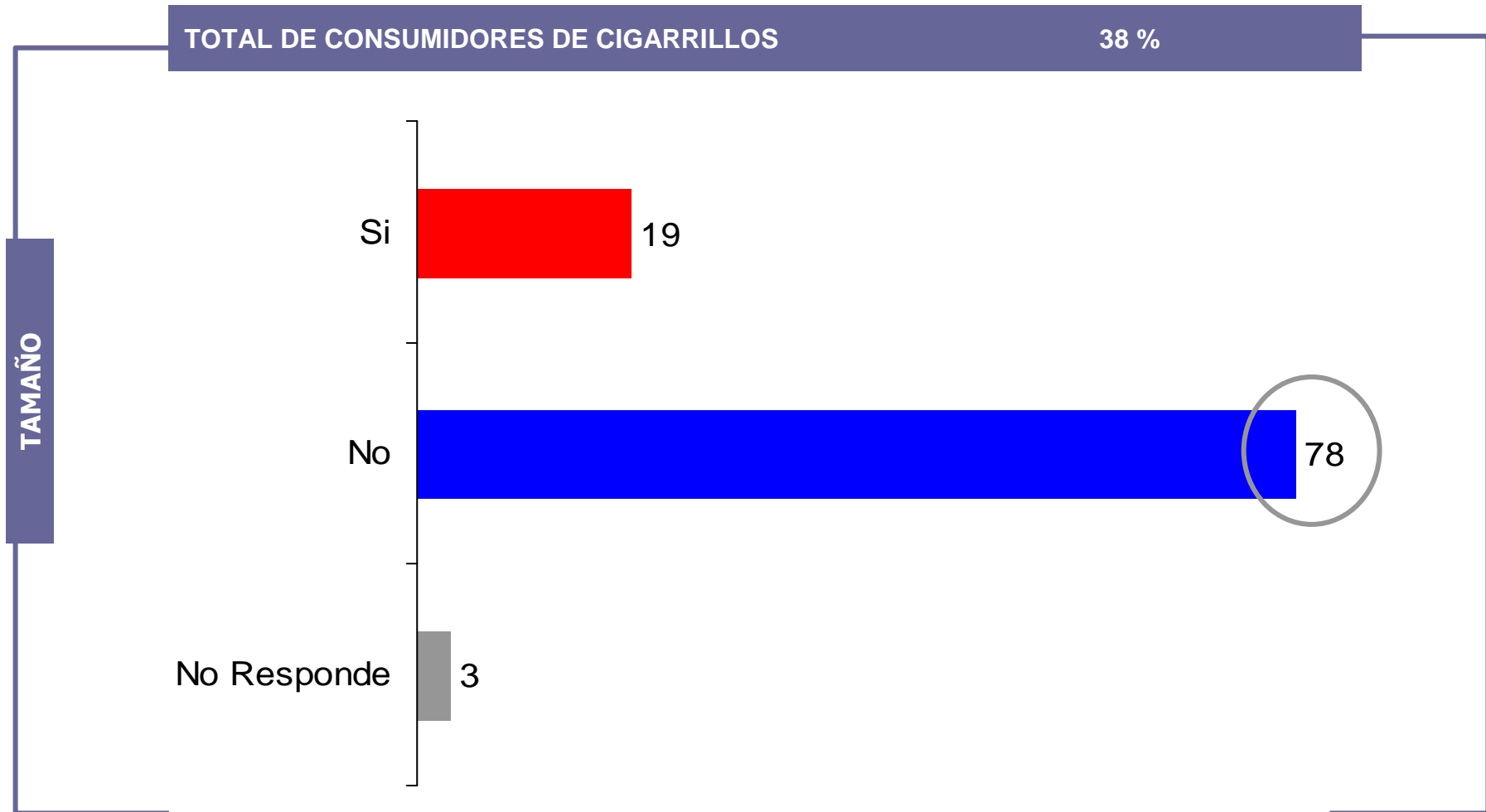


Tamaño de paquete que compra con mayor frecuencia - según sexo -

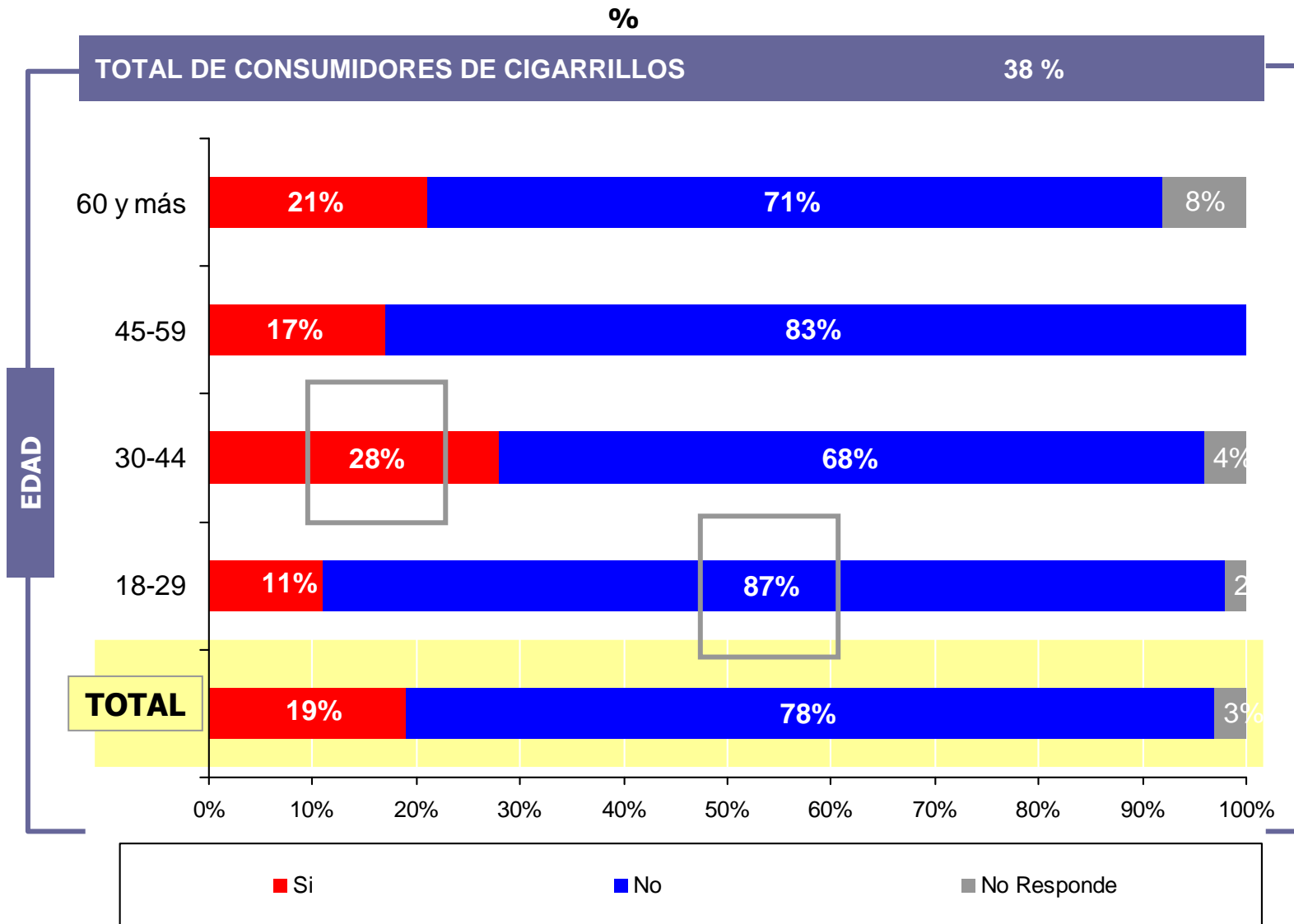


Compra de cigarrillos sin estampilla

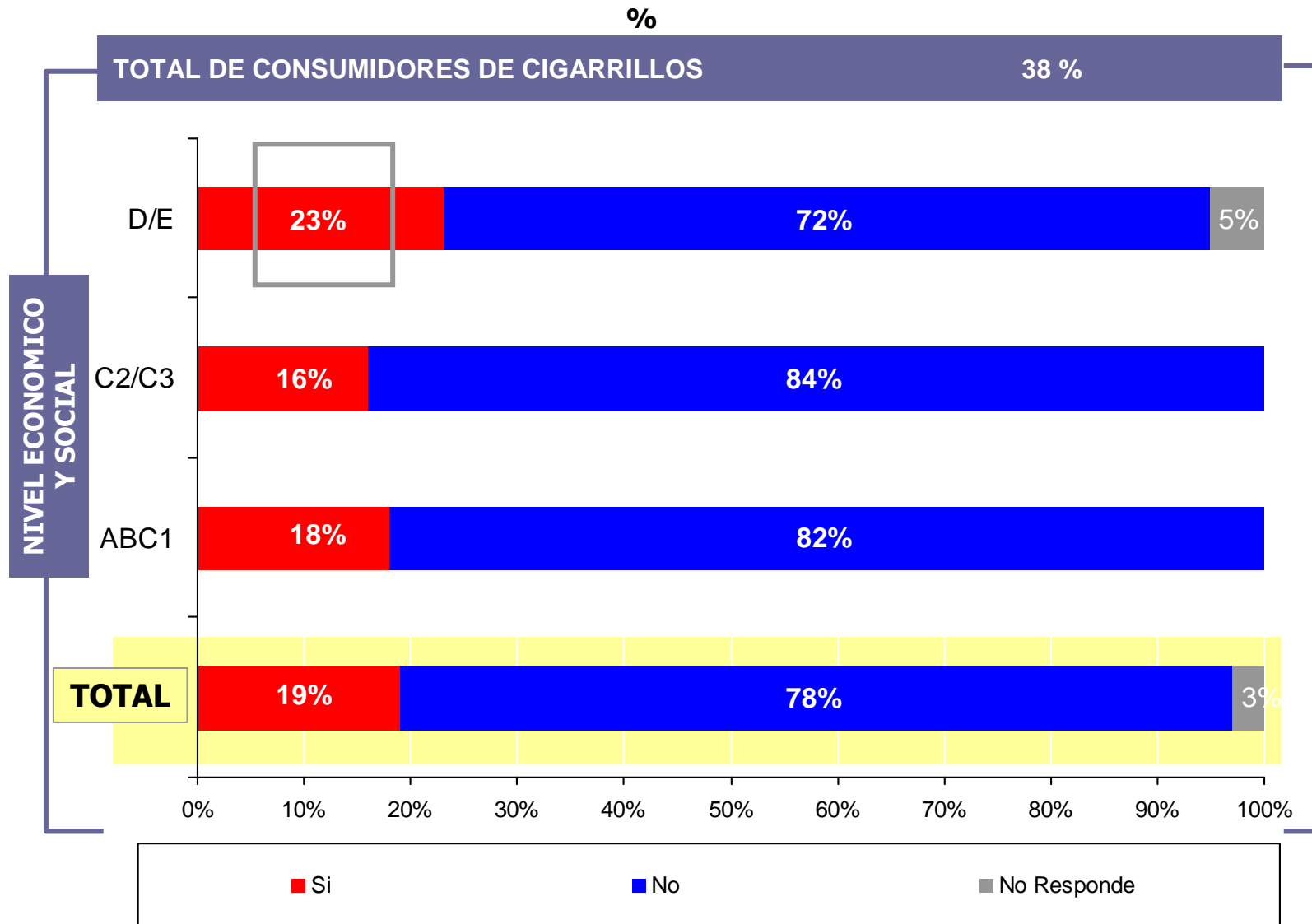
%



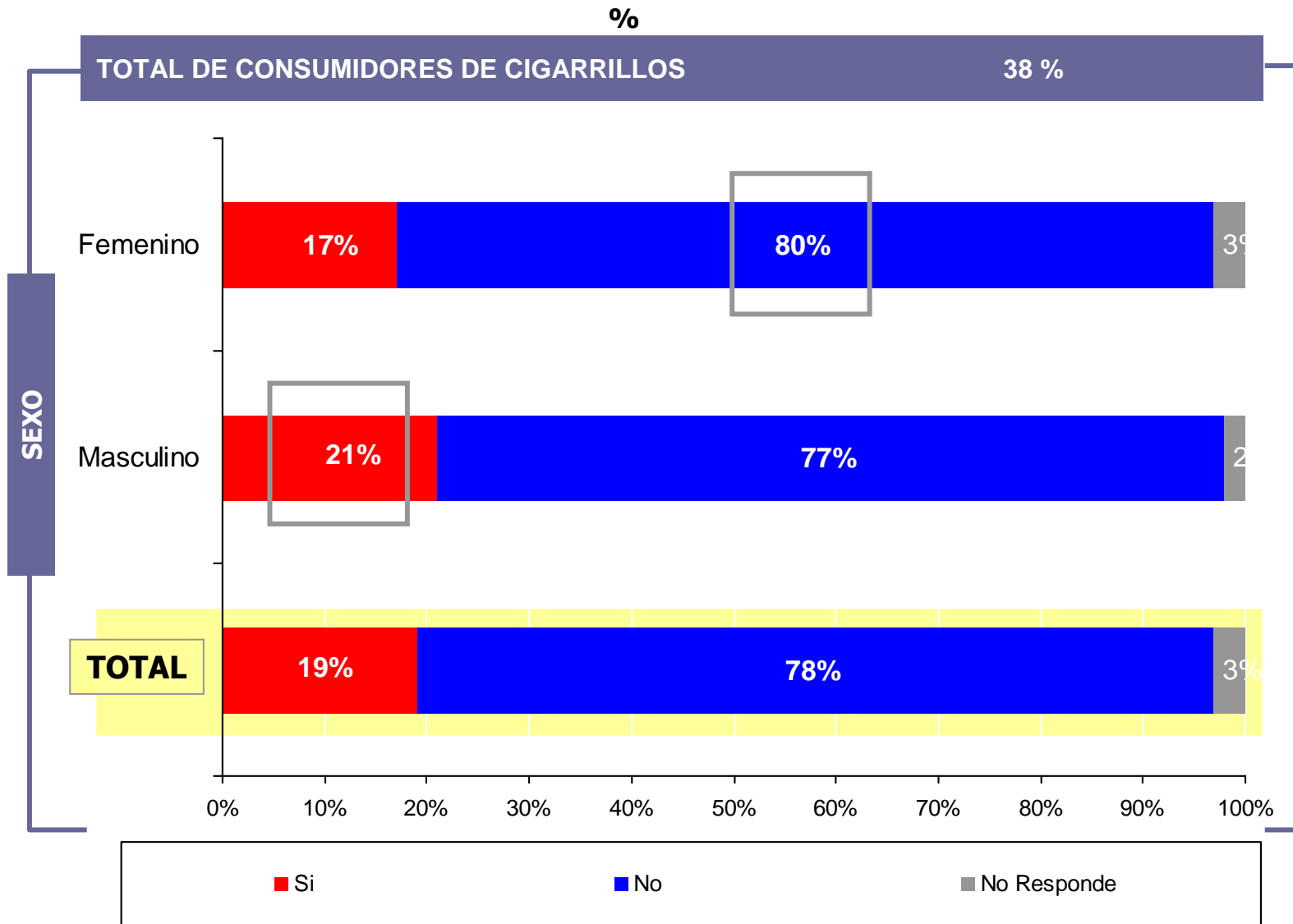
Compra de cigarrillos sin estampilla - según edad -



Compra de cigarrillos sin estampa - según nivel económico y social -



Compra de cigarrillos sin estampilla - según sexo -

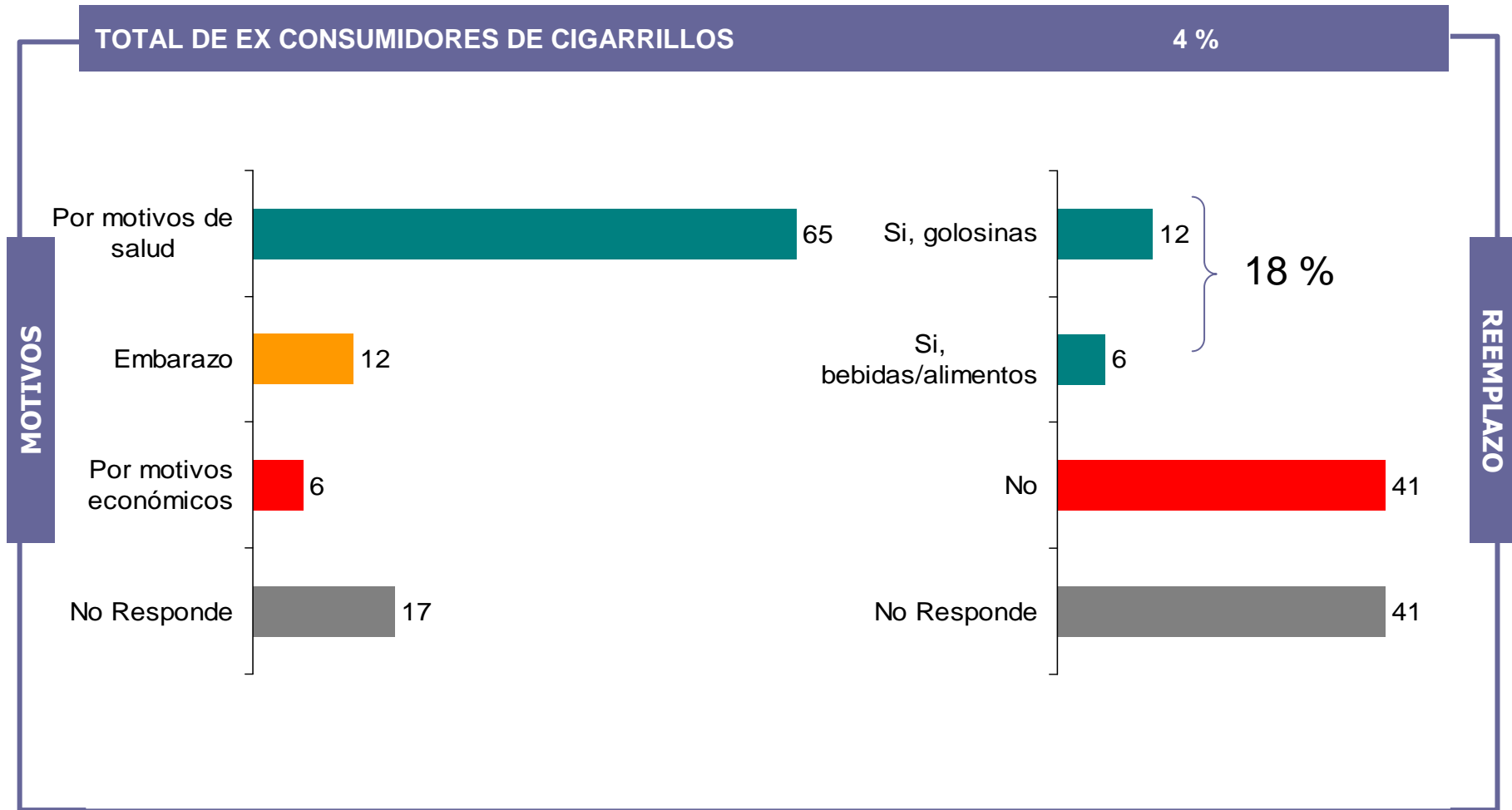




Capítulo 3. Los ex consumidores de cigarrillos

Ex consumidores de cigarrillos. Motivos por los que dejó de fumar y reemplazo.

%



Dirección	Ipsos Mora y Araujo
Fecha de relevamiento	19 y 25 de septiembre.
Universo	Hombres y mujeres, habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mayores de 18 años.
Cantidad de casos	440 casos. Encuesta probabilística y domiciliaria.
Margen de error	4.7% en más o en menos para un nivel de confianza del 95%



Ipsos - Mora y Araujo