



Revista Española de Cardiología



4019-6. EL IAM ESTÁ EN EL AIRE: RELACIÓN ENTRE VENTAS DE TABACO E INCIDENCIA DE INFARTO AGUDO DE MIOCARDIO

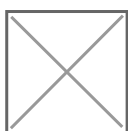
Carlos Antonio Álvarez Ortega¹, Jaime Fernández de Bobadilla Osorio¹, Regina Dalmau González-Gallarza¹, Enrique Galve², Óscar González Fernández¹, Ricardo Mori Junco¹, Esteban López de Sá Areses¹ y José Luis López Sendón¹ del ¹Servicio de Cardiología del Hospital Universitario La Paz, Madrid y ²Hospital Universitario Vall d'Hebron, Barcelona.

Resumen

Introducción: La relación entre el tabaquismo activo y pasivo, con la enfermedad cardiovascular es bien conocida, existiendo estudio en los que se vincula el consumo de tabaco con la incidencia de eventos cardiovasculares. En varios países europeos se han promulgado leyes que regulan el consumo de tabaco en lugares públicos, como en España en los años 2005 y 2010, existiendo datos que sugieren que la legislación contribuye a disminuir la prevalencia de tabaquismo y el nivel de consumo de tabaco. Si fuera así, cabría esperar que el consumo global de tabaco, y por tanto las ventas de tabaco, tuviera una relación muy estrecha con la incidencia de infarto agudo de miocardio. El objetivo de este estudio es analizar la relación entre las ventas de tabaco y la incidencia de infarto agudo de miocardio en España en el periodo 2001-2012.

Métodos: Se obtuvieron datos de ventas de cajetillas de tabaco de la Comisión Nacional para el Mercado del Tabaco durante los años 2002 a 2012, así como altas hospitalarias por IAM según la Encuesta de Morbilidad Hospitalaria (Código CIE-9 410) durante el mismo periodo de tiempo. Como población de referencia se utilizó la estimación censal de la población española total del Instituto Nacional de Estadística a fecha de 1 de enero de cada año. Se realizó un análisis de correlación entre el número de cajetillas de 20 cigarrillos vendidos por persona y año y la incidencia de IAM en ese mismo año.

Resultados: Se encontró una relación lineal positiva con coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,964, estadísticamente significativa (p 0,01) bilateral entre el número de cajetillas de tabaco vendidas por persona y año y la incidencia de IAM ese mismo año. Así mismo se produjo una disminución gradual de ambas variables en los últimos diez años.



Evolución temporal de la incidencia de infarto agudo de miocardio y de la venta de cigarrillos.

Conclusiones: Existe una correlación muy alta entre las ventas de tabaco y la incidencia de infarto agudo de miocardio en España. Estos datos apoyan la hipótesis de que las medidas legislativas orientadas a disminuir las ventas de tabaco disminuyen rápidamente la incidencia de infarto agudo de miocardio.