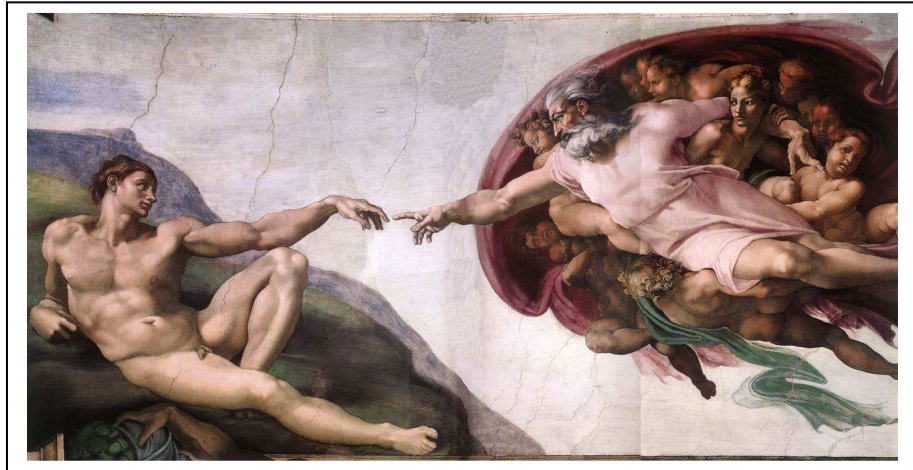


# Industria del tabaco y Hostelería.



**Francesc Abella Pons.**

*Unitat de Tabaquisme.*

Hospital de Santa Maria.

Avda. Rovira Roure, 44.

25199 Lleida.

*Toda mi vida en trabajado en el sector de la restauración. Empecé a fumar desde muy joven, fumaba mi tabaco y el que fumaban los otros. Cierta día decidí dejar de fumar porque empecé a practicar deporte, con ello vi que me ahogaba, me cansaba, tosía mucho y decidí tomar esta decisión.*

*Había dejado el tabaco, pero seguía fumando cada día. No había dejado de trabajar en el restaurante y en él se seguía fumando.*

*Por el calor , por hablar continuamente y por el humo ambiental del restaurante, cada 15 días me quedaba afónico, estando siempre pendiente de mis afonías y mis remedios para superarla.*

*Cuando entró en vigor la ley de 2006 en el restaurante donde estoy trabajando se tomó la gran decisión de acogerse a esta nueva ley.*

*Desde entonces no he vuelto a estar afónico, la ropa que llevo no huele a tabaco cuando llego a casa, me encuentro personalmente y físicamente mejor que nunca.*

*Cuando voy a comer en un restaurante, siempre elijo de no fumadores, ya que cuando como un buen manjar, quiero saborearlo, no estoy dispuesto a tragar humo de un fumador.*

*Dejar de fumar merece la pena.*

Alberto.  
Camarero.

Publicado en Info Tabac, nº 18. Junio de 2010.

El incremento de precios de los años 1982-1983 ocasionó que dos millones de adultos dejaran de fumar y que 600.000 jóvenes no empezaran a hacerlo...no podemos permitir que eso ocurra otra vez.

Philip Morris, 1987.

## A modo de introducción.

Corren malos tiempos para el tabaco, y buenos momentos para el fumador que podrá ir abandonando su dependencia con más tranquilidad y solidaridad por parte de todos, incluso de los espacios que le van a proteger. Este proceso de progresivo abandono social del tabaco genera algunos coletazos que posiblemente van a provocar todavía tensión, discusión y enfrentamiento entre defensores y detractores del consumo de tabaco, es decir, entre la evidencia y la opinión no fundamentada, entre la defensa de los argumentos basados en la salud y aquellos argumentos basados en el interés económico principalmente.

En este proceso de cambio se darán cifras, se harán predicciones y se referirá a graves catástrofes e importantes crisis en el sector hostelero. Todo ello con un denominador común: el miedo a lo desconocido. Las crisis preceden a los cambios. Con los cambios llegan, en este caso, los avances. El proceso dialéctico ahora iniciado es entorpecido por repetitivos argumentos de dudoso origen y que son, una y otra vez, rebatidos por la evidencia científica y económica.

La industria del tabaco tiene un amplio poder de influencia. Así se ha demostrado históricamente. La industria hostelera teme padecer importantes pérdidas. Debemos tranquilizar, explicar y argumentar con lo que sabemos hacer: con datos y evidencias. Tenemos que transmitir que la salud merece la aplicación de normas y reglamentos inicialmente incómodos pero eficaces finalmente.

Podemos sugerir, de entrada, algunas cuestiones desde el más estricto sentido común:

¿ Porqué a los hosteleros les preocupa tanto que no se fume en sus locales?.

¿ A qué va la gente a los locales de restauración, a pasarlo bien, a disfrutar de la comida ?  
¿ O quizás a fumar?, ¿a las dos cosas?, ¿y si tenemos que prescindir de una de ellas, con cuál nos quedamos ?.

¿Se puede comer, beber, bailar, reír i mirar sin fumar ?

¿Porqué esta virulencia en defender un producto tóxico, incendiario, maloliente y contaminante ?

Según opinión de la Federación Española de Hostelería (FEHR) “la motivación del consumidor para acudir a los establecimientos de hostelería no es tanto la alimentación funcional como los motivos de socialización, de pasarlo bien con amigos y familiares”<sup>1</sup>. ¿ Entendemos a partir de estas palabras que es más importante el espacio, el ambiente que la gastronomía?, o podemos intuir que la actividad básica de frecuentar un restaurante es poder fumar en paz y sin ser molestado por inquietantes leyes ?.

Quizás una respuesta tenga que ver con esta afirmación: “dependemos mucho de la industria hostelera”, o esta otra: “tenemos que construir una fuerte y relevante asociación dentro del sector de la hostelería”, o quizás mejor esta otra: “la industria de la hostelería es nuestro mejor potencial aliado”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> La prohibición total del tabaco en la hostelería: un golpe sin sentido y a destiempo. FEHR. Federación Española de Hostelería, nº 11.

<sup>2</sup> Philip Morris y la industria hostelera. Documento interno ref. 2045517304 / 2045517316.

## **Las tácticas de la industria del tabaco.**

Las estrategias empleadas por la industria tabaquera para hacer frente a las medidas gubernamentales de regulación de sus productos comprenden campañas de relaciones públicas, la compra de la opinión de científicos o expertos de otros campos para crear controversia en torno a resultados confirmados, la contratación de grupos de presión para influir en la formulación de políticas, el uso de grupos “tapadera” e industrias conexas para oponerse a las medidas de lucha antibaquica, las presiones para lograr que en lugar de medidas legislativas enérgicas se adopten códigos voluntarios o leyes más laxas, entre otras.

Se debe exigir a la industria que garantice los derechos básicos de los consumidores reconocidos internacionalmente. Deben disolverse las asociaciones comerciales y otros grupos establecidos por la industria con el fin de engañar al público<sup>3</sup>. La industria hostelera juega un importante papel en este sentido actuando conjuntamente con la industria del tabaco. Los típicos y repetidos argumentos sobre la ruina del sector, el aumento del paro en sus empleados y el respeto por la pretendida libertad del fumador parecen estar extraídos de un recetario previamente elaborado por una estructura superior y pretenciosa.

El tabaco es uno de los principales peligros para la salud pero también es un producto mercantil de suma importancia que genera enormes beneficios. Si no fuera nocivo para la salud, no habría motivo para combatir su consumo. De la misma manera, si su mercado fuera pequeño, también lo sería la oposición a su regulación. ¿Qué mueve a los defensores de su erradicación?. Evidentemente que el bien común. ¿Qué mueve a los defensores de su promoción?. Evidentemente que el beneficio económico al más alto nivel.

Según opinión de un alto directivo de Rothmans Export Ltd (empresa integrada en BAT): “Nuestro negocio consiste en complacer a nuestros accionistas”<sup>4</sup>. La industria tabaquera tiene como objetivo básico vender el mayor número posible de cigarrillos, y para lograrlo está dispuesta a derribar cualquier obstáculo. Los fabricantes hacen caso omiso del daño causado por los cigarrillos y llevan decenios esforzándose por silenciar las críticas, distorsionar las pruebas científicas, influir en la opinión pública, controlar las políticas públicas y utilizar diferentes colectivos y asociaciones para crear dudas y opiniones desfavorables a las diferentes políticas de control.

La industria del tabaco se propone preservar los beneficios empresariales más que proteger a la población. No se trata de determinar y suprimir los ampliamente conocidos y demostrados efectos nocivos del tabaco, sino de disipar la inquietud del público y de tranquilizar a los fumadores sugiriendo que no es necesario modificar en absoluto su conducta en relación al tabaco. La industria posee una amplia experiencia en estos temas que implican promoción, gestión y manipulación de la información. Las estrategias utilizadas ya en la década de 1950 siguen vigentes en la actualidad<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Yussuf Saloojee. Elif Dagli. Tácticas de la industria tabaquera contra las políticas de salud pública. Boletín de la Organización Mundial de la Salud. Recopilación de artículos N° 4, 2001.

<sup>4</sup> Sweeney J. Selling cigarettes to the Africans. The Independent Magazine, 29 October, 1998.

<sup>5</sup> Tobacco Industry Research Committee Program. JM Brady memorandum to CC Little, 9 April 1962 (Bates N° 680902902).

Ya en 1987 un documento expuso que la industria del tabaco debía oponerse a las restricciones al consumo de tabaco, recuperar la confianza de los fumadores y seguir defendiendo la exención de responsabilidades por sus productos. Estas medidas implican dos requisitos: cambiar radicalmente la opinión científica y popular de que el humo de tabaco es nocivo para la salud y restablecer la aceptabilidad social del hábito de fumar <sup>6</sup>. La industria hostelera se encuentra en estos momentos ante un importante momento en que las autoridades sanitarias de nuestro país van a dar un paso adelante en cuanto a las restricciones de fumar en espacios públicos. Muchos de sus argumentos/razones para oponerse a las lógicas normativas parecen estar indicados y sugeridos por “otros”, y no precisamente del cuerpo científico.

Estos son algunos de los argumentos esgrimidos por la industria hostelera al respecto:

a) Los adultos tienen derecho a elegir fumar, b) existen temas de salud más importantes para tratar, c) la gente continuará fumando sin importar qué medidas se tomen, d) los gobiernos “no se toman en serio el control del tabaco”, pues son demasiado dependiente de los ingresos generados por los impuestos al tabaco, e) tenemos que afrontar otros problemas de drogas, f) los programas de control del tabaco deberían centrarse en ayudar a los fumadores a que dejen de fumar, g) la solución real para reducir el uso del tabaco es educar a nuestros hijos <sup>7</sup>.

También se afirma que no existe conflicto ninguno entre fumadores y no fumadores de forma que los establecimientos de hostelería son, como ha sido siempre, ejemplo de convivencia <sup>8</sup>.

La industria del tabaco decide y propone, sus asociados lo repiten. Esta estrategia viene de antiguo. Ya en 1954 se creó el Tobacco Industry Research Council. Su función era tranquilizar a la población respecto a si la industria podía investigar responsablemente el problema del tabaquismo y la salud, así como resolver cualquier problema que pudiera surgir. Aunque la verdadera función era “sofocar los incendios allí donde se declaren” <sup>3</sup>. Su verdadero propósito era sembrar deliberadamente la confusión entre la población acerca de los riesgos del hábito de fumar. “La duda es nuestro producto” proclamaba un documento interno de la industria tabaquera ya en 1969. “Si se vierten dudas sobre la solidez de las pruebas científicas, la población no sabrá qué creer”.

Es habitual la estrategia de las compañías tabaqueras de silenciar los riesgos del tabaco. En el año 2005, científicos del Centro de Investigación, Prevención y Control del Tabaco de la Universidad de California desvelaron en la revista “The Lancet” cómo actuaron las empresas, comprando voluntades de científicos, para contrarrestar las investigaciones que en el año 1996 había publicado la revista “Science”, y que proporcionaba una evidencia científica de peso sobre el efecto cancerígeno del tabaco <sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Kannangora A. PM EEMA Region: 1987 ITS Plan, Philip Morris, 9 March 1987 (Bates N° 2 501162320).

<sup>7</sup> Organización Panamericana de la Salud. Derrumbando los mitos de la industria tabacalera: tenga las respuestas. The Health Consequences of Involuntary Exposure to Tobacco Smoke: A Report of the Surgeon General. June 27, 2006. Ministerio de Salud de la Nación. Argentina.

<sup>8</sup> Argumentario ante los medios de comunicación sobre el anuncio de modificación de la Ley Antitabaco. FEHR. 31/07/2009.

<sup>3</sup> Ya citado.

<sup>9</sup> Una tabaquera pago un estudio para la detección precoz del cáncer de pulmón. A.A.L. ABC. Jueves, 27 de Marzo, 2008.

En Noviembre del 2000, se ha publicado el libro “En defensa del tabaco” (Judith Hatton y Ralph Harris), en su promoción aparece el siguiente texto refiriéndose a los autores: “...denuncian los fraudes y exageraciones de la mafia médica y de la oficialidad del cáncer y, por primera vez, demuestran que el fumador pasivo” es un invento totalmente espurio cuya finalidad es estigmatizar al fumador. Los cuestionarios chapuceros en los que se basa esta impostura reciben aquí la paliza que merecen los chistes malos. En cuanto a la “enfermedades relacionadas con el humo”, resulta que en cualquier caso todos, fumadores y no fumadores, estamos condenados a morir de alguna de ellas entre los 70 y los 90 años de edad”.

### **Sobre el concepto de acomodación.**

No es de extrañar que las conexiones entre la tabacaleras y la hostelería sea intensa. Está documentado que Horeca Internacional (Agrupación de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) recibió en 1984 de la industria tabacalera un total de 200.000 dólares, mientras que la IHA (International Hotels Association) recibió 160.000 dólares <sup>10</sup>. Precisamente en estos documentos aparece con frecuencia la palabra “acomodación” o “adaptación”, en el sentido de acomodar las normas legales a sus intereses.

Las estrategias de las tabacaleras para encontrar aliados entre las organizaciones de la hostelería y los propietarios de locales de ocio son variadas:

### **Acaparación de información estratégica.**

Con el objetivo de vigilar las actividades de los oponentes y las tendencias sociales para prever futuros retos.

Los mensajes referentes a que las medidas destinadas a asegurar espacios cerrados libres de humo llevaran a la ruina a los bares y restaurantes siembran un alarmismo infundado. Con ello se logra la simpatía de las asociaciones de hosteleros, que se convierten de esta manera en vehículos de propaganda de intereses propios de las tabacaleras. Manipulan a los empresarios para que opten por la adquisición de costosos sistemas de ventilación como supuesta forma de eludir las leyes reguladoras. Varios documentos internos de Philip Morris muestran que a pesar del conocimiento interno de que la ventilación y la filtración del aire resultaban ineficaces a la hora de extraer el humo ambiental del tabaco. Así lo muestra un artículo publicado en “The British Medical Journal” <sup>11</sup>. En este estudio se hace referencia a que la industria del tabaco ya conocía la falta de eficacia de estos sistemas desde 1993. En este año, Colt Internacional (fabricante de dispositivos de ventilación, calefacción e iluminación) suministró a BAT una unidad para eliminar la “parte material” del humo de los cigarrillos (lo que aporta visibilidad y olor). En esta tarea sólo obtuvo una eficacia del 34%. A pesar de las evidencias, BAT decidió promover su implantación. Tal como señalaba Nigel Warren, científico de la compañía, la estrategia pasaba por “negar la necesidad de leyes antitabaco en los lugares cerrados de todo el mundo” <sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Documento nº 2041233469-76, en [www.tobaccosca.ucsf.edu](http://www.tobaccosca.ucsf.edu) y citado en TABACO, publicación del Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo.

<sup>11</sup> Citado en <http://www.diariosalud.net>. Martes, 7 de Marzo, 2006.

### **Relaciones públicas.**

Con el objetivo de moldear la opinión pública recurriendo a los medios de comunicación para promover posturas favorables a la industria.

Los medios de comunicación han estado en el punto de mira de las tabaqueras como un recurso más de manipulación social, manipulación utilizada como táctica para influir en la opinión pública, como lo muestra un documento de 1984 con motivo de una conferencia de periodistas que Philip Morris organizó en Madrid <sup>12</sup>. Es evidente que la información de las tabaqueras no es objetiva. Lo explica incluso un documento de Philip Morris de 1987, que apunta el objetivo de educar a los periodistas en las perspectivas favorables a la industria, y esperar que se reflejen en los artículos que llegan al público <sup>13</sup>.

### **Lobbys.**

Con el objetivo de cerrar tratos e influir en los procesos políticos.

En un reportaje del periódico El País<sup>14</sup> se muestra la conspiración dirigida por Philip Morris en 1990 y 1992 para evitar la regulación del tabaco en España con la colaboración de la empresa Burson-Marsteller de relaciones públicas<sup>15</sup>, en dónde se incluyen la creación de un lobby, alianzas con sindicatos y el sector de la restauración y hostelería, la creación del Club de Fumadores por la Tolerancia, contactos políticos, concentración de estrellas mediáticas, etc.

### **Programa de consultoría.**

Con el objetivo de reclutar expertos supuestamente independientes y críticos con las medidas de lucha antitabáquica.

Se dispone de documentos que muestran el interés de las compañías estadounidenses en dirigir la política de regulación del tabaquismo en España. En un intercambio de correspondencia entre directivos de RJR en 1974 se recomienda felicitar al Dr. Rafael Picó por su intervención decisiva para liquidar un proyecto de ley que pretendía introducir en los paquetes de cigarrillos advertencias sanitarias sobre el perjuicio del tabaco para la salud<sup>16</sup>.

---

<sup>12</sup> Rothermel T. Conference of Latin American journalist in Madrid. December 3, 1984. Documento ID: 2023272337. Disponible en <http://www.pmdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>13</sup> Harris DS. Journalists briefings on ETS and tobacco issues: Madrid, Neuchatel, Sydney, Hong Kong. February 7, 1987. Documento ID: 2021270007. Disponible en <http://www.pmdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>14</sup> Escolá C. Philip Morris creó un lobby en España. El País 1360, domingo 23 de Enero de 2000. P.30-1.

<sup>15</sup> Burson-Marsteller. Social acceptability program. Initial recommendations for Spain. Madrid January 1992. Documento ID: 2500120653-0669. Disponible en <http://pmdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>16</sup> McKnight PK. Carta en la que se menciona al Dr. Rafael Picó. March 17, 1974. Documento ID: 50079722-7922. Disponible en <http://www.rjtdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

### **Grupos de defensa de los derechos de los fumadores.**

Con el objetivo de inducir a creer que existe un apoyo público espontáneo y de raíz popular. Algunos ejemplos: . “Está mejor visto morir bebiendo que fumando: más de la mitad de los españoles abusa del alcohol, pero sólo se persigue a los fumadores: estudios recientes revelan que el alcohol causa la misma incidencia de enfermedades y muerte que el tabaco. Sin embargo, el ataque de la ley contra los fumadores no tiene parangón con las medidas que regulan la bebida.”<sup>17</sup>.

He aquí una noticia aparecida en la prensa: “Publicitarios y anunciantes se manifiestan en contra de la prohibición de anunciar tabaco. Atenta contra la libertad de expresión”.<sup>18</sup>

### **Creación de alianzas.**

Con el objetivo de movilizar a agricultores, minoristas, hosteleros, agencias publicitarias y prensa con el propósito de influir en la legislación.

La transformación de las prácticas tradicionales de cultivo y secado ha sido otro de los objetivos de la industria tabaquera. Documentos fechados en 1985 y 1986 confirman que Philip Morris, BAT, Dibrell y RJR trabajaron con el Servicio de Extensión Agraria para convencer a los cultivadores españoles para que “cambien el cultivo de tabaco negro (...) por el (tabaco) de los cada día más populares cigarrillos americanos”. El objetivo final era transformar las prácticas agrícolas en beneficio de sus intereses de expansión. Para conseguirlo financiaron a expertos brasileños que, en colaboración con el Servicio de Extensión Agraria, realizaron experimentos para obtener un tabaco utilizable en cigarrillos rubios de tipo americano<sup>19,20</sup>.

En este sentido también, son significativas las declaraciones del Sr. Eugenio Sidoli, consejero delegado de Philip Morris España: “compartimos con FHER la inquietud por la calidad y la investigación, además del buen servicio”<sup>21</sup>.

### **Intimidación.**

Con el objetivo de utilizar el poder legal y económico para hostigar y atemorizar a los oponentes. Las tabaqueras también se emplearon a fondo contra la regulación de la publicidad que la Comunidad Europea intentó a principios de los años noventa y que la mayoría de los países pretendía adoptar<sup>22</sup>. Un documento confirma la existencia de un lobby en España y describe la estrategia de la consultora Booz-Allen & Hamilton Inc, que se ofrecía a desarrollar un plan de oposición al proyecto de prohibición de la publicidad que el gobierno iba a discutir en Diciembre de 1990; otro documento ratifica que RJR y PM podía haber financiado esta iniciativa.

---

<sup>17</sup> Época. 14 de Octubre, 2005. Ido Sota.

<sup>18</sup> ElMundo.es. Miércoles 12 de Enero, 2005.

<sup>19</sup> Shiffert JD. Serevice to RJTI-Spain, April 9, 1985. Documento ID: 505348493-8493. Disponible en <http://www.rjtdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>20</sup> Smeeton BW. Agronomic Research Program-Spain 1984-85. October 15, 1986. Documento ID\_ 506472808-2819. Disponible en <http://www.rjtdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>21</sup> Revista FEHR, nº 9. Pag. 12-13.

<sup>22</sup> Schroer J. Carta de Booz-Allen & Hamilton, Inc. October 11, 1990. Documento 507832562-2562. Disponible en <http://rjtdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.



Lógicamente Tabacalera no se mantuvo ajena a esta actividad, por los contactos políticos de sus dirigentes. En una carta de 1993 el presidente de PM Europa insta al presidente de Tabacalera, Sr. Pedro Pérez para que actúe ante el ministro de Sanidad durante la discusión de la directiva de publicidad <sup>23</sup>.

A veces la intimidación y la creación de inseguridad ha alcanzado límites insospechados: “las prohibiciones de fumar inciden seriamente en los atascos de tráfico. Los fumadores usan el coche al ser expulsados del transporte público” <sup>24</sup>.

La amenaza por las posibles pérdidas económicas por culpa de la prohibición es el argumento intimidatorio más utilizado: “la Fórmula 1 perderá 300 millones este año por la prohibición de marcas de tabaco” <sup>25</sup>.

### **Patrocinio.**

Con el objetivo de estar presente y ser familiarizados con los distintos grupos y colectivos que les resultan de utilidad, mostrando su apoyo.

Es paradójico el patrocinio que Philip Morris está realizando a la Federación Española de Hostelería, no sólo en su página principal (<http://www.FEHR.es>) sino también en la opción “Hostelería y prohibición total”, en donde aparecen una serie de artículos de la revista “hosteleríadigital.es”, artículos que exclusivamente cuestionan y descalifican las opiniones de las autoridades sanitarias y políticas. En todos los pies de página aparece, entre otros, el logotipo de Philip Morris (anexo 1).

Las tabacaleras utilizan las organizaciones del sector para oponerse a las medidas de coste cero encaminadas al cumplimiento de la ley. En los documentos internos de la industria tabacalera puede leerse, por ejemplo: “hay que convencer a los propietarios de bares y restaurantes que las medidas de espacios libres de humo son un “veneno”. Entonces será fácil venderles que los sistemas de ventilación son el antídoto.” Este es el sentido del concepto “acomodación”, la paradójica adaptación o encaje de las normas a sus personales intereses <sup>10</sup>. En otro punto: “los programas de “adaptación” sirven como enlace entre nosotros y la industria hostelera. Nuestra capacidad para interactuar de forma efectiva con el sector de la hostelería es crítica para nuestro objetivo final, que es mantener la capacidad de nuestros clientes para disfrutar de nuestros productos en lugares públicos como bares, restaurantes, hoteles y grandes almacenes. Estas relaciones son todavía más importantes si la Leyes reguladoras continúan aumentando...” <sup>26</sup>.

¿Cuál es el papel esencial de los programas de acomodación por parte de la industria del tabaco?. Se definen cinco objetivos básicos: 1) Proporcionar los medios para conseguir entrar en la industria hostelera, 2) Permitir construir y mantener la relación para establecer alianzas, 3) Dar autoridad para educar a la industria de la hostelería sobre el impacto económico de las prohibiciones de fumar y las amenazas legislativas, 4) Permitir la movilización de la base aliada y

---

<sup>23</sup> Thomas W. Carta de Philip Morris EEC Region. October 26, 1993. Documento ID: 2501029012. Disponible en <http://pmdocs.com> y citado en F.Soto-Mas, JR Villalbí, L. Granero, H. Jacobson, H. Balcazar. Los documentos internos de la industria tabaquera. Gac Sanit v.17 supl.3. Barcelona, 2003.

<sup>24</sup> ABC. Miércoles 9 de Mayo, 1990.

<sup>25</sup> El mundo.es, Domingo, 31 de Julio, 2005.

<sup>10</sup> Ya citado.

<sup>26</sup> Documentos internos de Philip Morris. <http://www.tobaccoscsm.ucsf.edu>

de sus líderes, tanto en la comunidad como en las organizaciones y 5) Servir como plataforma de comunicación de la industria tabacalera en el tema de fumar en espacios públicos <sup>27</sup>.

La industria del tabaco se autodefine como una referencia básica en la economía del país. Está intentando trasladar el debate público ya no sobre el tema de la salud sino sobre su aportación en la economía. Se describe a sí misma como un puntal de la economía al proporcionar puestos de trabajo e ingresos por impuestos <sup>3</sup>. Así aparece en el documento de conclusiones y balance del XI congreso nacional de hostelería, con el título “La inversión pública en hostelería es la más rentable a nivel económico y social”: La aportación de recursos públicos y la puesta en marcha de planes estratégicos en el sector van a ser los más rentables a nivel económico y social de cuantos se puedan poner en marcha en nuestro país en el marco de una economía globalizada y sometida a profundos cambios estructurales <sup>28</sup>.

Según la La Federació Catalana d'Associacions d'Activitats Recreatives Musicals (Fecasarm) vaticina que en España, tras la reforma de la Ley se perderán 150.000 puestos de trabajo (30.000 en Cataluña) y se cerrarán 1.000 locales (350 catalanes) por la prohibición total de fumar en espacios públicos <sup>29</sup>.

Lo ponía de manifiesto el vicepresidente de Philip Morris con las palabras siguientes: “los argumentos basados en la contribución económica constituyen la piedra angular de las relaciones públicas de la industria tabaquera. Los datos relativos a los ingresos de los puestos de trabajo, los impuestos, la balanza comercial, etc, constituyen un buen eje punto de referencia de los grupos de presión de la industria del tabaco<sup>3</sup>.”

El colectivo hostelero está preocupado por la “intromisión” de legisladores y sanitarios y la decisión de evitar el humo en sus locales, así consta en un punto del argumentario básico de la Federación Española de Hostelería (FEHR): “no es serio que las autoridades y expertos sanitarios pretendan enseñar economía hostelera a los empresarios de hostelería” <sup>30</sup>.

También la referencia a las ideologías sobre la libertad de expresión y de elección son argumentos “financiados” por la industria tabaquera: a) los adultos tienen derecho a elegir fumar, b) existen temas de salud más importantes para tratar (5), c) la prohibición de fumar infringe los derechos y la libertad de elección de los fumadores <sup>31</sup>.

Algunos de los objetivos propuestos por la industria del tabaco consisten en convencer a la población general de determinados aspectos que, aparentemente sugieren buena intencionalidad, pero no son más que un estilo de lenguaje: a) La salud de quien fuma no corre

---

<sup>27</sup> Philip Morris and the Hospitality Industry. Documento nº 2045517304-2045517316.

<sup>3</sup> Ya citado.

<sup>28</sup> Documento de conclusiones y balance del XI Congreso Nacional de Hostelería. Valencia, 3 de Marzo, 2006.

<sup>29</sup> Los hosteleros intensifican sus críticas contra la Ley anti tabaco. El País. 12 de Enero de 2010.

<sup>3</sup> Ya citado.

<sup>30</sup> Federación Española de Hostelería. Posicionamiento FEHR. Modificación de la Ley antitabaco: prohibición total de fumar en hostelería.

<sup>31</sup> Web OMS

peligro por el hecho de que otros fumen, b) fumar es una elección personal, c) la mejor forma de tratar los problemas relacionados con el consumo de tabaco es la acción privada voluntaria, no los decretos públicos, d) los fumadores son miembros constructivos de la sociedad, e) el fanatismo de los anti fumadores es el germen de todos los problemas sociales del consumo de tabaco<sup>3</sup>.

He aquí algunos argumentos esgrimidos habitualmente tanto por la industria hostelera y la del tabaco: a) no se ha demostrado una relación causal entre respirar aire contaminado por humo de tabaco de los demás y el desarrollo de enfermedades, b) Hay fuentes más importantes de contaminación ambiental, c) Las áreas compartidas para fumadores y no fumadores solucionan el problema, d) la exposición al humo de tabaco de los demás es sólo un tema de mala ventilación, e) los ambientes libres de humo perjudicarán a los negocios, especialmente bares, restaurantes y a la industria turística, f) los gobiernos no tienen derecho a decirle a los comerciantes qué hacer, g) la restricción de fumar vulnera los derechos de los fumadores<sup>32</sup>.

Los argumentos contra estas opiniones son fácilmente demostrables en cualquier manual de salud.

La industria instila sus opiniones en los medios de comunicación general y en los programas de entretenimiento. En algunos casos utiliza medios y técnicas más especializados para llegar a grupos sociales de liderazgo, los denominados precursores, que tienden a moldear la opinión pública. Los métodos adoptan concretamente la forma de publicidad pagada, aparición de portavoces de la industria en los medios de comunicación, editoriales y noticias cuidadosamente redactadas, reuniones informales con periodistas y muchas otras técnicas tradicionales de relaciones públicas. En este sentido, el siguiente texto es revelador: “En este momento y en tanto no se fijen los objetivos de comunicación que más se ajusten a los intereses de nuestro sector, conviene mantener “ruido mediático” lo más bajo posible, esto significa atender correctamente a los medios, pero lo menos que sea posible”<sup>8</sup>.

### **Sobre la salud de los trabajadores de hostelería.**

La posición de algunos empresarios de la hostelería es paradójica. Por una parte se han alzado en pie de guerra contra la normativa que va a proteger del humo ambiental tanto a clientes como a trabajadores pero por otra parte asumen el riesgo que genera: “en la FEHR compartimos el objetivo último de la ley de luchar contra el tabaquismo y queremos una hostelería con más espacios libres de humos”<sup>33</sup>, es decir, los empresarios quieren lo mejor para sus empleados, pero deben ser ellos quienes deciden: “la decisión de permitir o no espacios para fumadores corresponde al empresario, que decide cuál es el tipo de opción que ofrece a sus clientes”<sup>33</sup>. Esta contradicción entre la salud como interés o la economía como prioridad queda bien reflejada aquí: “los empresarios no queremos obligar a ningún empleado a trabajar en zona donde haya humo de tabaco, pero reclamamos el derecho de los empresarios autónomos a trabajar en esas zonas, sobre todo cuando de ello dependa la supervivencia de su negocio. Su ruina y su desempleo (sin subsidio) son también muy malos para la salud”<sup>8</sup>. Finalmente:

---

<sup>3</sup> Ya citado.

<sup>32</sup> <http://www.geosalud.com/tabaco/mitosverdades.htm>

<sup>8</sup> Ya citado.

<sup>33</sup> Las verdades del problema. Hablemos claro. José María Rubio. Presidente de FEHR. Revista oficial de FEHR, nº 11.

<sup>8</sup> Ya citado.

“convencidos de lo que defendemos y de nuestros argumentos, vamos a defender a nuestro sector, a nuestras familias, y a nuestros trabajadores protegiendo nuestros legítimos intereses, y luchando con todas las armas legítimas a nuestro alcance”<sup>34</sup>.

Es importante constatar el interés de la industria hostelera en la salud de sus empleados. Esto queda evidente en su preocupación, por ejemplo ante las temidas consecuencias de la gripe A. Veamos un ejemplo: “ las medidas que aseguren la continuidad de la actividad laboral habitual y normal en los centros de trabajo del sector hostelero, instar la mejora de la información y formación de los trabajadores, empresas y autónomos en lo referente a esta enfermedad y medidas específicas de prevención de riesgos laborales aplicable”. Medidas referentes para evitar la propagación de la Gripe A entre el sector<sup>35</sup>. El tabaquismo también es considerado una epidemia que requiere ser tratada de la misma manera y que, como sabemos genera muchas más consecuencias que las producidas por la Gripe A, el SIDA y los accidentes de tráfico conjuntamente.

### **Epílogo.**

Mucho se ha escrito y se escribirá sobre los problemas generados por el consumo de tabaco. Las evidencias científicas, sanitarias y sociales son una buena prueba. A pesar de ello, en España siguen produciéndose entre 55 y 60.000 fallecimientos anuales atribuibles por culpa de esta sustancia.

De estas muertes, 3.200 son debidas al tabaco pasivo. Este es el reto actualmente de las autoridades sanitarias. La exposición al humo del tabaco es acumulativa: cantas más horas de exposición más riesgo de sufrir enfermedades relacionadas con el tabaco. Se estima que en España se registran 1.000 víctimas anuales sólo entre los trabajadores del sector de la hostelería.

No es de extrañar, pues, el enorme interés de las autoridades sanitarias en poner solución al problema. Las normas, prohibiciones y regulaciones son de difícil aceptación, pero la sociedad está llena de ellas. Algunas son cómodas y fáciles de cumplir. Otras, al contrario son antipáticas, rígidas y aparentemente ilógicas, pero todas ellas tienen una finalidad: el bien común. La reciente Ley 28/2005 se atrevió con unas decisiones valientes. La próxima regulación de la Ley va a dar un paso más hacia conseguir espacios públicos más limpios.

Durante este período de aplicación de la Ley y de las temidas restricciones iniciales se han publicado diversos estudios científicos que demuestran su acierto. Se han reducido los ingresos hospitalarios por cáncer entre un 8% y un 40%<sup>36</sup>. Se han reducido también los ingresos hospitalarios por infarto agudo de miocardio<sup>37</sup>. En otro estudio sobre los síntomas respiratorios y la exposición al humo ambiental del tabaco en una cohorte de trabajadores de bares, restaurantes, pubs y discotecas de cinco comunidades autónomas (durante Octubre-Diciembre

---

<sup>34</sup> José María Rubio. Hosteleriadigital.es. El portal de comunicación de FEHR y sus Asociaciones. 17 de Mayo, 2010.

<sup>35</sup> Los hosteleros se preparan para hacer frente a la Gripe A. [www.hosteleriadigital.es](http://www.hosteleriadigital.es)

<sup>36</sup> IARC Working Group. Evaluating the effectiveness of smoke-free policies. IARC Handbooks of Cancer Prevention. Vol 3. Lyon: International Agency for Research on Cancer; 2009.

<sup>37</sup> Lightwood JM, Glantz SA. Declines in acute myocardial infarction after smoke-free laws and individual risk attributable to secondhand smoke. *Circulation*, 2009; 120:1373-9.

del 2005, antes de la aplicación de la Ley y Octubre-Diciembre de 2006, después de la ley), ha demostrado que los trabajadores no fumadores obtuvieron una mejoría en su salud respiratoria en aquellos que trabajaban en establecimientos con prohibición total de fumar. Se observó una reducción significativa del 98,1% de los síntomas respiratorios estudiados, mientras que no se apreciaron cambios significativos en los trabajadores de establecimientos en donde se permitía fumar, tanto en zonas habilitadas como en todo el local<sup>38,39</sup> Los argumentos sanitarios son evidentes.

¿Porqué se sigue cuestionando el tema?. Diversos suelen ser los argumentos que desde la industria hostelera se vienen esgrimiendo, como por ejemplo que en Irlanda se había perdido el 24% de los bares (de 6.896 a 5.211) y un 8% de los restaurantes (de 4.279 a 3.908)<sup>1</sup>. La realidad es que antes de la entrada en vigor de la Ley que prohibía fumar en los bares irlandeses, las ventas de alcohol cayeron un 15% entre 2001 y Marzo del 2004. Los datos del Central Statistics Office rebelaron que los beneficios de los bares cayeron un 3,8% durante los primeros nueve meses de la ley irlandesa, pero subieron en un 2,3% entre Septiembre y Noviembre del 2004. En este mismo país, el primer año de la ley los ingresos cayeron un 1% menos que en los tres años anteriores, cuando los hosteleros irlandeses predecían una caída del 24% desde el primer año<sup>40</sup>.

En otro estudio realizado en 38 locales antes y después de la ley demostró que la contratación de personal creció un 11%. En España, la Asociación de Consumidores de Galicia refiere que los locales públicos que decidieron prohibir totalmente el consumo de tabaco en su interior registraron beneficios económicos<sup>41</sup>. Los locales de comidas rápidas, que en muchos de ellos han apostado ya abiertamente por declararse espacios sin humo, han aumentado su facturación un 3% al año posterior de la Ley. Lugares como McDonalds, Burguer King o Telepizza que en un 80% han optado por prohibir fumar se facturación creció en 1.814 millones entre 2005 y 2008 y el número de establecimientos subió de 2.161 a 2.503. Otra de las pruebas es el consumo en los bares y restaurantes de los aeropuertos. Según la memoria de AENA, el gasto por pasajero en la restauración creció a un ritmo superior al 10% al año, algo que coincidió con la decisión de la aerolíneas de dar comida en vuelo<sup>42</sup>.

Existe otro datos de peso, el 68% de la población es partidaria que se prohíba totalmente fumar en espacios de ocio y restauración, y el 32% dicen que frecuentarían más estos espacios si se aplicase la prohibición, contra el 16% que afirman que sus visitas a bares y restaurantes disminuirían si se tomase esta medida<sup>43</sup>.

Una cosa sí es cierta, siempre cerraran bares y restaurantes, como también cerraran talleres mecánicos, gestorías, zapaterías o cualquier otro negocio abierto al público. En un establecimiento que se trata bien a los clientes, la comida es de calidad y el precio razonable, que se fume o no se fume seguramente afectará poco su economía y en su futuro como negocio.

---

<sup>38</sup> Fernández E, Fu M, Pascual JA, et al. Impacto f the Spanish smoking la won exposure to second-hand smoke and respiratory Elath in hospitality workers: a cohorte study. PLoS ONE. 2009;4: e4244.

<sup>39</sup> Martínez-Sánchez JM, Fernández E, Fu, M, et al. Impacto f the Spanish smoking law Stoker hospitality workers. Nicotine Tob Res. 200;11:1099-106.

<sup>1</sup> Ya citado.

<sup>40</sup> Datos del CNPT.

<sup>41</sup> ABC-EFE, 11 de Mayo de 2010.

<sup>42</sup> Rafael Méndez. El País. Madrid, 18 de Marzo, 2010.

<sup>43</sup> JANO.es. 19 de Mayo de 2010.

Efectivamente en el inmediato proceso de aceptación de la prohibición de fumar en espacios en los que hasta ahora era posible hacerlo, se debe contar con el máximo apoyo posible. Los argumentos que contemplan una convivencia entre espacios libre de humo y espacios para fumadores no proceden de investigaciones científicas ni de datos contrastados y evaluados seriamente. Son simplemente opiniones que, en la mayoría de casos, coinciden con los planes, orientaciones y directrices previamente diseñadas por los fabricantes de tabaco que, lo que menos necesitan es bajar los volúmenes de sus ventas. Para ellos sí que se trata de un tema de supervivencia.

Los motivos para justificar espacios sin humo son constantemente aportados por publicaciones de impacto. Las opiniones en contra requerirían de serias encuestas, de metódicos contrastes científicos. Con ello se conseguiría un rico debate científico. Actualmente no disponemos de esta posibilidad. En primer lugar porque no se puede demostrar científicamente la inocuidad del humo del tabaco y, en segundo lugar porque el método escogido de repetir las palabras no es eficaz.

Anexo.

The screenshot shows the website **hosteleriadigital.es**, described as "El portal de comunicación de FEHR y sus Asociaciones". The page features a navigation menu with categories like "OPINIÓN", "PERSONAJE", "CLUB FEHR", "PUBLICACIONES", "ENCUESTAS", "RSS", "HEMEROTECA", and "SUSCRIPCIONES". A search bar is also present.

## La prohibición total causará graves pérdidas

23 de Diciembre de 2009 | Por Redacción HD

El Comité Ejecutivo de FEHR se hizo eco de la gran preocupación en el sector por las graves pérdidas que causaría la prohibición total de fumar en hostelería anunciada por la Ministra de Sanidad.

El principal problema que abordó el Comité Ejecutivo de la Federación Española de Hostelería (FEHR) reunido en Bilbao el pasado 14 de diciembre, fue el de la preocupación que le estaba llegando de todas las empresas de hostelería por las graves pérdidas de facturación que con toda seguridad les causaría la prohibición total de fumar que la Ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez, pretende introducir con la modificación de la vigente Ley de Medidas Sanitarias contra el Tabaquismo.

Precisamente ese mismo día, en paralelo con la reunión del Comité de los hosteleros, la Ministra realizó unas declaraciones en las que anunció que la Ley entraría en vigor en 2010, aunque sin precisar la fecha en que preveía que pudiera ser aprobada por el Congreso y publicada en el BOE.

Todos los integrantes del equipo directivo de FEHR coincidieron en subrayar que la prohibición total perjudicaría al conjunto de las empresas si bien incidiría de forma muy especial en el sector de bares integrado mayoritariamente por microempresas y pequeños negocios familiares que es el de mayor volumen del conjunto de la hostelería que con 246.000 establecimientos es el más importante grupo de hostelería en cuanto a facturación, 59.000 millones de euros en 2008, que equivale casi al 50% de todo el sector. La mayor parte de estos establecimientos está sufriendo la crisis de forma dramática ya que, como consecuencia de la bajada del consumo, están padeciendo una caída de ventas de más del 20% con relación a 2008. Estos establecimientos en los que actualmente es el dueño quien decide si en ellos se fuma o no, la prohibición de fumar les provocaría una caída adicional de ventas de como poco el 10%, con lo cual se encontrarían en una situación de depresión de facturación del 30%, situación que haría imposible la supervivencia de la mayor parte de ellos.

El Comité Ejecutivo de FEHR acordó mantener reuniones con los diferentes grupos parlamentarios para informarles del posicionamiento de la Federación y del impacto de la modificación de la vigente Ley del Tabaco en la hostelería y en el mismo sentido se acordó que las asociaciones federadas de las diferentes Comunidades Autónomas mantuviesen reuniones con los Consejeros de Economía y Turismo para exponerles ese mismo problema.

**Noticias Relacionadas:**

- Sra. Ministra ¡Ya le vale!
- El Supremo permite fumar en bodas
- Andalucía pide que se mantengan las zonas de fumadores

Enviar a un Amigo | Imprimir | Compartir

**Noticias de Asociaciones**

- 00:00 | José Luis Ascarza, reelegido Presidente de la Confederación Empresarial de Turismo de Extremadura (CETEX), por otros cuatro años
- 11:09 | Gran éxito de Diapes por Tarragona
- 09:32 | La hostelería de Ciudad Real adapta sus menús a los celacos
- 17:54 | Alas Solidarias, La Meseguera y La Alborada, premios Hostemur

**Opinión**

- EDITORIAL - José María Rubio: La funesta manía de prohibir
- Juan Navarro: Cómo medir los resultados de la formación
- Soledad Díaz: ¿Reinventar la hostelería?

IR A SECCIÓN OPINIÓN

**CLUB FEHR**

**PHILIP MORRIS SPAIN**  
Unidos  
mejorando la hostelería