



ARTÍCULO ESPECIAL

Salud, hostelería e industria del tabaco[☆]

Francesc Abella Pons^a, Rodrigo Córdoba García^{b,*} y Maria Pilar Suárez Bonel^c

^a Unidad de Tabaquismo, Hospital de Santa María, Lleida, España

^b Departamento de Medicina y Psiquiatría, Centro de Salud Delicias Sur, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España

^c Centro de Salud Universitario Delicias Sur, Zaragoza, España

Recibido el 21 de septiembre de 2011; aceptado el 28 de septiembre de 2011

Disponible en Internet el 17 de enero de 2012

PALABRAS CLAVE

Industria del tabaco;
Legislación;
Hostelería;
Aire Contaminado por
humo de tabaco;
España

KEYWORDS

Tobacco industry;
Legislation;
Hospitality sector;
Environmental
tobacco smoke;
Spain

Resumen Poner de manifiesto las estrategias empleadas por la industria tabaquera para hacer frente a las medidas gubernamentales de regulación de sus productos. Evidenciar la relación existente entre la industria del tabaco y el sector de la hostelería. Constatar que los argumentos y estrategias utilizados de manera habitual por la industria hostelera han sido previamente aportados por la industria del tabaco.

Localización de documentos claves mediante metabuscadores, enlaces a sitios de documentos desclasificados, documentos de webs específicas sobre tabaco y del sector de la hostelería, fuentes periodísticas y artículos científicos publicados en revistas especializadas en salud.

Se pone en evidencia la estrecha relación entre industria del tabaco y el sector hostelero. Se ponen de manifiesto las estrategias llevadas a cabo por la industria del tabaco que incluyen acaparamiento de información estratégica, relaciones públicas, *lobbys*, programa de consultoría, grupos de defensa de los fumadores, creación de alianzas, intimidación y patrocinio. Los argumentos y estrategias utilizados por la industria de la hostelería coinciden punto por punto con los utilizados por la industria del tabaco. Estos argumentos son rebatibles desde el punto de vista de la Salud Pública, ya que científicamente está totalmente comprobado que los ambientes libres de humo son la única manera de proteger a los no fumadores de la exposición al humo del tabaco y de sus efectos nocivos sobre la salud.

© 2011 Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados.

Health, hospitality sector and tobacco industry

Abstract To present the strategies used by the tobacco industry to meet government regulatory measures of its products. To demonstrate the relationship between tobacco industry and the hospitality sector. Note that the arguments and strategies used routinely by the hospitality industry have been previously provided by the tobacco industry.

Location of key documents by meta-search, links to declassified documents, specific websites of the tobacco and hospitality industry, news sources and published articles in health journals.

[☆] Artículo comentado con el secretario de Redacción Josep Jiménez Villa.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: rcordoba1954@gmail.com (R. Córdoba García).

This review reveals the close relationship between tobacco industry and hospitality sector. It highlights the strategies carried out by the tobacco industry, including strategic hoarding of information, public relations, lobbying, consultation program, smoker defence groups, building partnerships, intimidation and patronage. The arguments and strategies used by the hospitality industry to match point by point that used by the tobacco industry.

These arguments are refutable from the point of view of public health as it is scientifically proven that totally smoke-free environments are the only way to protect non-smokers from tobacco smoke exposure and its harmful effects on health.

© 2011 Elsevier España, S.L. All rights reserved.

Introducción

Corren malos tiempos para el tabaco y buenos 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 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 la de aquellos basados en el interés económico, principalmente. La industria del tabaco tiene un amplio poder de influencia, como se ha demostrado históricamente, y la hostelería teme padecer importantes pérdidas. Desde el sector sanitario 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: ¿Por qué 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 y a disfrutar de la comida, o quizás a fumar?, ¿a las dos cosas? ¿Se puede comer, beber, bailar, reír y mirar sin fumar? ¿Por qué esta virulencia en defender un producto tóxico, incendiario, maloliente y contaminante?

La hostelería constituye un importante sector económico con una contribución al PIB del 7%. Sorprende su posicionamiento ante una cuestión de salud tan relevante como la regulación del uso de tabaco en espacios de ocio. 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»¹. ¿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? Quizá una respuesta tenga que ver con estas afirmaciones extraídas de un documento interno de la industria: «dependemos mucho de la industria hostelería», «tenemos que construir una fuerte y relevante asociación dentro del sector de la hostelería», o «la industria de la hostelería es nuestro mejor potencial aliado»². Este artículo pretende presentar algunos de los argumentos y estrategias que, de manera habitual, utiliza la industria hostelería, pero que han sido previamente aportados por la del tabaco.

Para localizar los documentos claves que aparecen en las bases de datos de la industria del tabaco sobre las relaciones con el sector de la hostelería se han utilizado metabuscadores como <http://tobaccodocuments.org/landman/> o <http://www.ash.org.uk/links/industry.html>, así como enlaces a sitios de documentos desclasificados y compilaciones de citas de los mismos (<http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/gateway/docs/other.htm>). También se han consultado los documentos de una web específica sobre tabaco y sector de la hostelería (www.tobaccoscam.ucsf.edu). Las palabras clave utilizadas han sido: hostelería, sistemas de ventilación, legislación, España. Para completar el proceso de análisis, se han utilizado fuentes periodísticas de fácil acceso en los medios habituales de comunicación, en medios de difusión propios de las industrias de hostelería y del tabaco, así como artículos científicos publicados en revistas especializadas en salud. Así mismo se han tenido en cuenta páginas web propias de estas mismas fuentes. Se ha dado especial atención a las referencias al contexto español^{3,4}.

Tácticas de la industria del tabaco para influir en la hostelería

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 el bien común. ¿Qué mueve a los defensores de su promoción? Evidentemente el beneficio económico al más alto nivel.

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 con el tabaco⁵. 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 actualidad⁶. Un documento de 1987 ya expuso que debía oponerse a las restricciones al consumo de tabaco, recuperar la confianza

de los fumadores y seguir defendiendo la exención de responsabilidades por sus productos⁷. Estas medidas implican 2 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. La industria hostelera se encuentra en estos momentos ante un importante momento en que las autoridades sanitarias de nuestro país han dado un paso adelante en cuanto a las restricciones de fumar en espacios públicos con la Ley 42/2010. Muchos de sus argumentos/razones para oponerse a las lógicas normativas parecen estar indicados y sugeridos por «otros», y no precisamente por el 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 dependientes 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; y g) la solución real para reducir el uso del tabaco es educar a nuestros hijos⁸. También se afirma que no existe conflicto ninguno entre fumadores y no fumadores, de forma que los establecimientos de hostelería son, como han sido siempre, ejemplo de convivencia⁹. En resumen se trata de negar, minimizar o frivolar los efectos del tabaco en la salud.

No es de extrañar que las conexiones entre las tabacaleras y la hostelería sean intensas. Está documentado que Agrupación de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (HORECA Internacional) recibió en 1984 de la industria tabacalera un total de 200.000 dólares, mientras que la International Hotels Association (IHA) recibió 160.000 dólares¹⁰. En el año 2000, la Federación Canadiense de hostelería recibió 800.000 dólares de la Patronal de Tabacos de Canadá. En 2002, la Asociación Americana de Restaurantes (NRA) recibió 200.000 dólares de una empresa tabaquera por varios conceptos, uno de ellos, de 75.000 dólares, destinado a financiar un estudio sobre el impacto económico de las prohibiciones del consumo de tabaco en el sector¹¹. En 1999 hubo un acuerdo firmado por Philip Morris y la FEHR por la cual esta última se comprometía a «facilitar la coexistencia de fumadores y no fumadores en sus establecimientos» (es decir, que todos los trabajadores y clientes no fumadores siguieran inhalando humo cancerígeno y tóxico) (fig. 1). Es un hecho verificable que, en 1995, British American Tobacco transfirió a la Asociación Empresarial de Tabaco de España (AET) un total de 90 millones de pesetas (540.000 euros) para, entre otras cosas, evitar la regulación de fumar en espacios públicos¹². Este es el sentido del concepto «acomodación», la paradójica adaptación o encaje de las normas a sus intereses corporativos. En otro punto de sus documentos, se puede leer: «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 las leyes reguladoras continúan aumentando...»¹³.

Según el análisis de la documentación disponible, las estrategias de las tabacaleras para encontrar aliados entre las organizaciones de la hostelería y los propietarios de locales de ocio son variadas. A continuación se describen las más importantes:

- a) *Acaparamiento de información estratégica*. Tienen como objetivo vigilar las actividades de los oponentes y las tendencias sociales para prever futuros retos. En esta línea, los mensajes referentes a que las medidas destinadas a asegurar espacios cerrados libres de humo llevarán 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 el conocimiento interno de que la ventilación y la filtración del aire resultaban ineficaces para extraer el humo ambiental del tabaco. 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»¹⁴.
- b) *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 tabacaleras como un recurso más de manipulación social, 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 Madrid¹⁵. Es evidente que la información de las tabacaleras 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 público¹⁶. Sin embargo, los medios de comunicación, en su mayoría, no han caído en la trampa y durante el periodo 2005-2010 han apoyado, con matices, un cambio de legislación que permitiera la protección de los derechos de los no fumadores, entendiendo que eso no equivale a la persecución ni al acoso a los que fuman.
- c) *Intimidación*. Su objetivo es utilizar el poder legal y económico para hostigar y atemorizar a los oponentes. Las tabacaleras 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 adoptar¹⁷. La amenaza por las posibles pérdidas económicas por culpa de la prohibición es el argumento intimidatorio más utilizado, como se ha visto en el debate de la Ley 2010, donde el Presidente de la FEHR afirmaba en el Parlamento: «Señorías, sinceramente no encontramos una razón coherente para que no se modifique nuestra ley en la línea de los

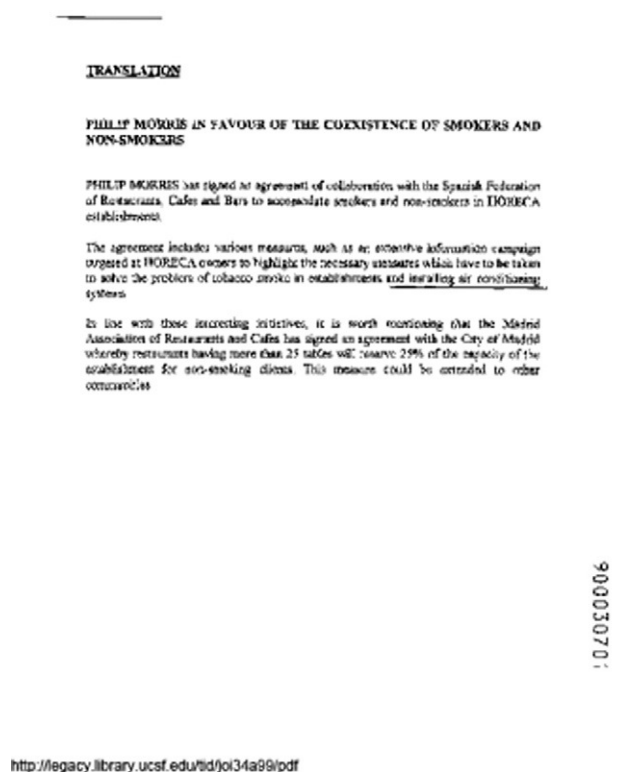


Figura 1 Documento interno de 1999, desclasificado por orden judicial, en el que se demuestra el pacto entre una empresa tabaquera y la FEHR (antes HORECA).

veinticuatro países mencionados; tal vez, al contrario, podríamos argumentar el singular modelo español de convivencia social y de relación en los establecimientos de hostelería, que además de ser envidiado en el mundo, es parte fundamental para que España siga recibiendo millones de turistas de otros países»¹⁸. Sin embargo a los 6 meses de su entrada en vigor el turismo ha aumentado en un 7% respecto el año anterior¹⁹. La intimidación puede llegar a ser personal. El director de la Iniciativa Libre de Tabaco de la OMS fue amenazado de demanda por la AET y por una Asociación de Trabajadores Autónomos de la hostelería por comentar públicamente los estrechos vínculos entre ambos sectores para conspirar contra la salud pública.

- d) *Patrocinio*, con el objetivo de estar presentes y ser familiarizados con los distintos grupos y colectivos que les resultan de utilidad, mostrando su apoyo. Es fácil de verificar que Phillip Morris esponsoriza la página web de la FEHR, la cual admite percibir entre 48.000 y 60.000 euros anuales en concepto de esponsorización, pero hay sospechas fundadas de que esta contribución puede ser mucho mayor. Es paradójico el patrocinio que Philip Morris está realizando a la FEHR, no solo en su página principal (<http://www.FEHR.es>) sino también en la opción «Hostelería y prohibición total», en la que aparece una serie de artículos de la revista «hosteleríadigital.es» 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 (fig. 2).

Argumento económico

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. La hostelería imita esta estrategia para oponerse a las leyes reguladoras. 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», se lee lo siguiente: «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».

La Federación Catalana de Asociaciones de Actividades Recreativas Musicales (Fecasarm) vaticinó que en España, tras la reforma de la Ley, se perderían 150.000 puestos de trabajo (30.000 en Cataluña) y se cerrarían 1.000 locales (350 catalanes) por la prohibición total de fumar en espacios públicos. A fecha de hoy, todo esto se ha revelado falso. Estos argumentos los puso mucho antes 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». He aquí



Figura 2 Página web de la FEHR en la que aparece el logo de Phillip Morris como patrocinador.

algunos argumentos esgrimidos habitualmente tanto por la industria hostelera como por 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 solo un tema de mala ventilación; e) los ambientes libres de humo perjudicarán a los negocios, especialmente a los bares y restaurantes, y a la industria turística; f) los gobiernos no tienen derecho a decirle a los comerciantes qué hacer; y g) la restricción de fumar vulnera los derechos de los fumadores.

La Ley 2005 fue un paso firme hacia el objetivo de conseguir espacios públicos libres de humo. Se estima que en España se registran 1.000 víctimas del tabaquismo pasivo entre los trabajadores del sector de la hostelería a lo largo de su vida laboral. 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 fumar²⁰. Se han reducido también los ingresos hospitalarios por infarto agudo de miocardio y la mortalidad²¹. Leyes similares a la de 2005 fueron capaces de reducir a medio plazo los ingresos hospitalarios por cáncer entre un 8 y un 40%²². Los argumentos sanitarios son evidentes. Entonces, ¿por qué se sigue cuestionando el tema?

Experiencias de regulación en otros países

Diversos suelen ser los argumentos que desde la industria hostelera se vienen esgrimiendo, por ejemplo, que en

Irlanda se había perdido el 24% de los bares y un 8% de los restaurantes¹. Sin embargo, existen numerosos datos empíricos que indican que la frecuentación y el empleo más bien tienden a aumentar cuando entran en vigor estas leyes. Así, una política global de espacios sin humo en la hostelería en Minneapolis y Sant Paul (Minnesota) se asoció con un incremento del 5 al 6% en el empleo en sus locales²³. En otro estudio realizado en Tailandia, con una muestra de 5.550 turistas que visitaron el país, se concluyó que la prohibición de fumar en los vestíbulos y en los hoteles atraía más a los turistas en vez de disuadirlos en escoger este destino turístico²⁴. Otro estudio realizado en Gran Bretaña ratifica los efectos positivos de su legislación sobre calidad de aire sin humo en el sector de la hostelería, y cómo la rápida reacción a la opinión pública de estos resultados favorece la percepción de una legislación contra el tabaco. Otros estudios realizados en Brasil y México reafirman lo que la metodología científica insiste en afirmar: la mejor estrategia médica, preventiva y económica es evitar el humo de segunda mano en espacios cerrados, sea cual sea su finalidad funcional^{25,26}.

Los argumentos que contemplan una convivencia entre espacios libres de humo y espacios para fumadores no proceden de investigaciones científicas ni de datos contrastados y evaluados seriamente. Son simplemente opiniones que coinciden punto por punto 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, es decir, de mantener su negocio a expensas de la salud de la gente. El profesor Dearlove de la Universidad de California en San Francisco analizó científicamente

las relaciones entre la industria tabacalera y las organizaciones de hostelería y llegó a la siguiente conclusión: «Los responsables de las políticas de salud pública necesitan comprender que, con raras excepciones, cuando se reúnen para hablar con representantes de organizaciones de hostelería (sobre la regulación del tabaco), en realidad están hablando con la industria tabacalera, por lo que deben actuar en consecuencia»²⁷. Todos los médicos, los profesionales sanitarios y particularmente los médicos de familia deben ser también conscientes de estos hechos.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Bibliografía

1. La prohibición total del tabaco en la hostelería: un golpe sin sentido y a destiempo. FEHR. Federación Española de Hostelería, n.º 11, Madrid, Enero, 2010.
2. Documentos Internos de Philip Morris. Philip Morris y la industria hostelera. Documento interno ref. 2045517304/2045517316 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: www.tobaccoscam.ucsf.edu
3. Hansen MD. Estrategias de la industria del tabaco en España: grupos de presión, marketing y publicidad al servicio de un producto adictivo. *Med Clin (Barc)*. 2005;124:220–2.
4. Granero L, Villalbí JR, Gallego R. ¿Quién esta contra la prevención? Un mapa de los actores que favorecen el tabaquismo en España. *Gac Sanit*. 2004;18:374–9.
5. Saloojee Y, Dagli E. Tácticas de la industria tabaquera contra las políticas de salud pública. *Boletín de la Organización Mundial de la Salud*. Recopilación de artículos. 2001;4:19–27.
6. Tobacco Industry Research Committee Program. JM Brady memorandum to CC Little, 9 April 1962 (Bates n.º 680902902).
7. Kannangara A. PM EEMA Region: 1987 ITS Plan, Philip Morris, 9 March 1987 (Bates n.º 2 501162320) [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: www.tobaccoscam.ucsf.edu
8. 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*. Argentina: Ministerio de Salud de la Nación; 2006.
9. Argumentario ante los medios de comunicación sobre el anuncio de modificación de la Ley Antitabaco. FEHR. 31/07/2009 (consultado 5 Aug 2011).
10. Documentos internos de Philip Morris PM documents, Bates n.º 2041233469-76 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: www.tobaccoscam.ucsf.edu
11. Documentos internos de Philip Morris: PM documents, Bates n.º: 2085688823 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: www.tobaccoscam.ucsf.edu
12. Documento interno de BAT España, SA, n.º 502647609-502647612 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: www.tobaccoscam.ucsf.edu
13. Documentos internos de Philip Morris [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: <http://www.tobaccoscam.ucsf.edu>.
14. Leavell NR, Muggli ME, Hurt RD, Repace J. Blowing smoke: British American Tobacco's air filtration scheme. *BMJ*. 2006;332:227–9.
15. Rothermel T. Conference of Latin American journalist in Madrid. December 3, 1984. Documento ID: 2023272337 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: <http://www.pmdocs.com>
16. Soto-Mas F, Villalbí JR, Granero L, Jacobson H. Balcazar Los documentos internos de la industria tabaquera y la prevención del tabaquismo en España. *Gac Sanit*. 2003;17 Suppl 3:9–14.
17. Schroer J. Carta de Booz-Allen, Hamilton, Inc. October 11, 1990. Documento 507832562-2562 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: <http://rjrtdocs.com>
18. Rubio JM, Presidente de la Federación Española de Hostelería (FEHR) en su comparecencia en el Congreso el 28 de septiembre de 2010 [consultado 5 Aug 2011]. Disponible en: http://www.cnpt.es/doc.pdf/COMPARENCIAS_CONGRESO_LEYTABACO_28SEPT.pdf
19. Ministerio de trabajo e, Inmigración. Datos de afiliación a la Seguridad Social. Estadísticas, MTI. Agosto [consultado 5 Aug 2011]. 2011. Disponible en: http://www.seg-social.es/Internet.1/Estadistica/Est/aaa/Afiliaciones.en.alta.laboral/Afiliacion_n_ultimo_d_a_del_mes/Afiliados_ultimo_d_a_del_mes.por_provincias.y_secciones.de_actividad/index.htm
20. Fernández E, Fu M, Pascual JA, López MJ, Pérez-Ríos M, Schiaffino A, et al., the Spanish Smoking Law Evaluation Group. Impact of the Spanish smoking law on exposure to second-hand smoke and respiratory health in hospitality workers: a cohort study. *PLoS One*. 2009;4:e4244. Epub 2009 Jan 23.
21. Villalbí JR, Castillo A, Cleries M, Saltó E, Sánchez E, Martínez R, et al., por el Grupo de Evaluación de Políticas de Regulación del Tabaco de Barcelona. Estadísticas de alta hospitalaria del infarto agudo de miocardio: declive aparente con la extensión de espacios sin humo. *Rev Esp Cardiol*. 2009;62:812–5.
22. IARC Working Group. Evaluating the effectiveness of smoke-free policies. *IARC Handbooks of Cancer Prevention*, 3. Lyon: International Agency for Research on Cancer; 2009.
23. Klein EG, Forster JL, Erickson DJ, Lytle LA, Schillo B. Economic effects of clean indoor air policies on bar and restaurant employment in Minneapolis and St Paul, Minnesota. *J Public Health Manag Pract*. 2010;16:285–93.
24. Viriyachaiyo V, Lim A. Tourists' attitudes towards ban on smoking in air-conditioned hotel lobbies in Thailand. *Tobacco Control*. 2009;18:238–40.
25. Bialous SA, Presman S, Gigliotti A, Muggli M, Hurt R. A resposta da indústria do tabaco à criação de espaços livres de fumo no Brasil. *Rev Panam Salud Publica*. 2010;27:283–90.
26. Samet JM. Secondhand smoke: Facts and lies. *Salud Pública de México*. 2008;50:428–34.
27. Dearlove JV, Bialous SA, Glantz SA. Tobacco industry manipulation of the hospitality industry to maintain smoking in public places. *Tobacco Control*. 2002;11:94–104.