



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2005

VIII Legislatura

Núm. 311

SANIDAD Y CONSUMO

PRESIDENCIA DE LA EXCMA. SRA. D.^a MARGARITA URÍA ETXEBARRÍA

Sesión núm. 13

celebrada el lunes, 13 de junio de 2005

Página

ORDEN DEL DÍA:

Celebración de las siguientes comparecencias, en relación con el proyecto de ley reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. (Número de expediente 121/000036.)	2
— Del señor adjunto a la presidencia de la Federación Española de Hostelería, FEHR (Guerra Sánchez). (Número de expediente 219/000198.)	2
— Del señor director general de la Asociación Empresarial del Tabaco, AET (Barreiro de las Llanderas). (Número de expediente 219/000199.)	8
— Del señor secretario general de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España (Torinos González). (Número de expediente 219/000201.)	17

	Página
— Del señor director general de la Federación Nacional de Empresas de Publicidad, FNEP, (Alonso Salterain). (Número de expediente 219/000200.)	29
— Del señor presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos (Sivit Gañán). (Número de expediente 212/000650.)	39
— Del señor socio director de J. A. Llorente & O. Cuenca, Consultores de la Comunicación, Promotores y Exposos (Llorente Herrero). (Número de expediente 219/000202.)	48
— Del señor presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo (Córdoba García). (Número de expediente 219/000203.)	57

Se abre la sesión a las diez de la mañana.

CELEBRACIÓN DE LAS SIGUIENTES COMPARENCIAS, EN RELACIÓN CON EL PROYECTO DE LEY REGULADORA DE LA VENTA, EL SUMINISTRO, EL CONSUMO Y LA PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO. (Número de expediente 121/000036.)

— **DEL SEÑOR ADJUNTO A LA PRESIDENCIA DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA, FEHR. (GUERRA SÁNCHEZ) (Número de expediente 219/000198.)**

La señora **PRESIDENTA**: Señoras y señores diputados, comenzamos esta sesión que sin duda va a ser intensa y que tiene por objeto, igual que la que se celebrará el lunes que viene, ilustrarnos a todos los que vamos a participar en la elaboración del proyecto de ley reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, con las comparencias de sectores afectados o interesados en el objeto de la norma. Por acuerdo de las distintas formaciones políticas han sido llamadas a comparecer las personas que figuran en el orden del día. Comenzamos con la primera comparencia, que es la de don José Luis Guerra Sánchez, adjunto a la presidencia de la Federación Española de Hostelería, que nos va a hablar sobre las cuestiones que por el contenido de la norma afectan al sector que él representa durante un tiempo que se le ha señalado entre 10 y 15 minutos. A continuación, y como es práctica en este tipo de comparencias, SS.SS. podrán hacerle las preguntas que consideren pertinentes sobre el contenido de su intervención.

Tiene la palabra, por tanto, don José Luis Guerra Sánchez.

El señor **ADJUNTO A LA PRESIDENCIA DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (FEHR)** (Guerra Sánchez): Antes de nada quiero

agradecer a la Comisión que haya tenido a bien aceptar la petición de comparencia. De verdad que esto es muy importante para un sector como el de la hostelería, constituido muy mayoritariamente por microempresas que, con razón o sin ella, tienen a veces la sensación de que no son suficientemente atendidas por los poderes públicos. Por eso les doy las gracias.

Tengo que decirles que la Federación Española de Hostelería es una organización empresarial integrada por 63 asociaciones de hostelería de ámbito comarcal, provincial y autonómico, a la que están afiliados 120.000 empresarios que representan a una parte importante del alojamiento y, en el ámbito estatal, el sector de restauración, con más de 300.000 empresas de restaurantes, cafeterías y bares que dan empleo aproximadamente a un millón de personas y facturan, que no es poco, 82.000 millones de euros. No he traído una presentación en power point, porque no creía que contábamos con este dispositivo, pero como es tan sencillo lo que voy a comunicarles no habrá ninguna dificultad en que capten lo que quiero transmitirles.

De tanto contacto que tenemos todos los ciudadanos con el sector de hostelería resulta muchas veces desconocido en su importancia. No es que los árboles impidan ver el bosque, es que muchas veces las hojas impiden ver el árbol. Está constituido por 240.000 bares, más de 66.000 restaurantes, 14.000 cafeterías y 23.000 hoteles. Es un universo muy grande de empresas, muchas de ellas micropymes, que facturan conjuntamente más de 95.000 millones de euros, lo cual significa un 7 por ciento del PIB. Por tanto somos un sector importante. Sin embargo, una característica es el predominio de la microempresa. Debido a un proceso histórico de aluvión de excedentes de otros sectores se ha incorporado aquí muchísima gente creyendo que esto iba a ser jauja y lo que ha encontrado es un lugar muy difícil. Hay un exceso de oferta, porque hay un establecimiento de hostelería por cada 140 habitantes, lo que hace que sea muy difícil sobrevivir en muchos casos. Sobre todo, teniendo en cuenta que hay negocios que

son negocios y hay otros que son de supervivencia o de autoconsumo.

Voy a entrar en materia rápidamente y quiero que queden claras dos cosas. La hostelería está a favor de la salud pública, está contra el tabaquismo y está a favor de la protección al menor. No es una simple retórica. Los empresarios de hostelería hemos colaborado con la Administración pública en reforzar todos los mecanismos que impiden el acceso a menores al consumo del tabaco, estableciendo áreas de no fumadores en nuestros locales. Otra cosa que quiero dejar clara es que el tabaco no es un negocio para la hostelería. La venta de tabaco no tiene significación económica o es mínima. Los establecimientos que vendemos tabaco lo hacemos fundamentalmente por complementar los servicios. La pérdida de esa venta no nos significaría prácticamente nada considerando el negocio individualmente. Sin embargo, lo que motiva nuestra petición de incorporación de una serie de enmiendas, de las que quizá han tenido conocimiento, es evitar las pérdidas económicas y de empleo, que no han sido tenidas en cuenta suficientemente por el redactor del texto de esta iniciativa, y que sin embargo estamos seguros que desgraciadamente se van a producir si no se cambia la redacción. Estas pérdidas no son porque se deje de vender tabaco; no es eso. Las pérdidas ocurrirán porque muchos consumos de hostelería por parte de nuestra clientela están de hecho vinculados al consumo del tabaco. Estos consumos de hostelería son en muchos casos prescindibles. Por eso se prescindirá de ellos. Por eso se producirá lo que nos tememos: pérdida de empresas, pérdida económica y pérdida de empleo.

Desde posiciones ajenas a la hostelería se está argumentando enfáticamente que no se va a producir pérdida ninguna, que los establecimientos de hostelería no solo no van a perder clientela de fumadores, sino que van a ganarla. Dios quiera que tengan razón, pero no sé en qué se fundamentan.

En 1997 la FEHR encargó un estudio a una consultora importante de España, KPMG, sobre cuál sería el impacto en la hostelería, en los restaurantes, si se produjera una prohibición de fumar en los mismos. Este encargo no se puede calificar de oportunista, puesto que se hizo cuando aparecían corrientes pidiendo que se prohibiera fumar en nuestros establecimientos.

En resumen, en el ámbito de los restaurantes —el universo que se tuvo en cuenta fueron los restaurantes—, se produciría una caída de algo más del siete por ciento del volumen de las ventas. Este es un dato serio, riguroso, fundamentado. Yo les voy a dejar copia no para que lo miren detenidamente, sino para que vean la rigurosidad con que está hecho. Esto es parte fundamental de nuestros temores, que no son retóricos, sino fundados. Y ya digo que ojalá nos equivoquemos y que no sea así.

Se ponen ejemplos de Irlanda e Italia como que no pasa nada. Ahí hay una confrontación de cifras. Nosotros creemos a los hosteleros. Los pubs de Dublín, que

es la organización más importante, se están quejando gravemente. Llegan a hablar del 13 por ciento en caída de ventas. No entro en ello. Simplemente digo que está en discusión y que necesitamos actuar con rigor, porque estamos jugando con algo que para nosotros es muy serio: la supervivencia de nuestras empresas y los puestos de trabajo de muchas personas, por lo que no creo que haya que andar con frivolidades.

En Portugal tenían un proyecto muy similar a este. A la hora de ponerlo en marcha el propio ministro de Sanidad sacó de esas limitaciones de consumo al mundo de la hostelería, argumentando que era muy importante para la economía de Portugal y que habría que estudiar qué se hacía con él, pero de momento lo paró.

¿Dónde se van a producir estas pérdidas? Lo que es cierto es que el actual proyecto de ley tiene una racionalidad y no nos sitúa en un ámbito similar al de Irlanda, en el que hay prohibición total y absoluta en todos los establecimientos; hay que decir que no es así. Para nosotros eso hubiera sido una catástrofe terrible, porque la hostelería en España es mucho más importante social y económicamente que en Irlanda.

Donde se van a producir las pérdidas es en los establecimientos de restauración de más de cien metros de superficie destinada al público, donde se obliga, según el texto actual, a destinar a no fumadores el 70 por ciento de la superficie. El texto dice que como mucho se podrá destinar un 30 por ciento de la superficie a fumadores. Adicionalmente, en este ámbito de los establecimientos con superficie superior a cien metros, se dice que las áreas para fumadores tendrán que estar absolutamente compartimentadas, es decir tabicadas y con un sistema de aireación eficaz. El sistema de aireación eficaz lo entendemos, pero en lo que quiero llamar la atención es sobre la dificultad que supone establecer áreas diferentes que tocan a aforos, a licencias, que según la distribución de los locales puede ser o no factible. Si por a, por b o por c no se pueden establecer esas separaciones compartimentadas, estará prohibido fumar en todo el establecimiento.

Si aplicamos este estudio, creemos que será un 8 por ciento, porque esto estaba dirigido exclusivamente a restaurantes y el proyecto de ley habla de todo tipo de establecimientos de hostelería, como cafeterías o bares, donde los consumos son mucho más rápidos y donde el personal no se concentra en una sala, sino en la barra, y esto es algo que todos conocemos. Si calculamos una pérdida del 8 por ciento —es un cálculo muy moderado— nos encontramos con las siguientes pérdidas, la argumentación es muy elemental pero creo que tiene peso. Según estimaciones realizadas, quedará afectado un 20 por ciento del total de establecimientos, de 60.000 a 68.000. La producción total del sector de restauración es de 82.000 millones de euros; la producción de estos 60.000 ó 64.000 establecimientos es de 20.500 millones de euros; las pérdidas del 8 por ciento de estos establecimientos son 1.640 millones de

euros. Si hacemos un cálculo muy moderado (de cada 70.000 euros de pérdida de ventas se pierde un puesto de trabajo, aunque lo de 70.000 sea una exageración porque la producción de un trabajador medio en hostelería son 7 millones de euros y, por tanto, no llega a 50.000), las pérdidas de empleo serían más de 23.000. Este es nuestro gran temor.

Me quiero referir a un caso especial sin pasarme del tiempo, ya que solo quiero que comprendan lo nuclear de nuestra preocupación. Un caso especial son las bodas y banquetes. Ustedes saben lo que significan socialmente en España. No se habla de ellas aquí y esto quiere decir que por sus características estará prohibido fumar en todo tipo de bodas y banquetes. Nosotros argumentamos no solo desde nuestra posición de empresarios, sino que hemos recogido la preocupación de nuestros clientes. Estos actos acontecen en establecimientos de hostelería, pero tienen una naturaleza particular; no son actos abiertos a todo el mundo, son casi domicilios, invitaciones domésticas que se trasladan a un espacio de hostelería. Nosotros pedimos que sea el responsable el que decida; que decida quien invita; pedimos que esto se excepcione de manera explícita en la ley porque se puede invitar en casa y decir si se fuma o no se fuma, y trasladado a un restaurante está prohibido por la ley.

Quisiera hacer referencia a dos cuestiones más. Pedimos una adecuación de las sanciones. Si alguien fuma en nuestros locales en una zona no permitida se le puede sancionar hasta con 30 euros. A ese pequeño empresario que malamente gana un sueldo trabajando 14 horas al día —los hay de otro nivel, pero muchísimos son de estos— la sanción por eso es de 600 a 10.000 euros, porque se considera que está permitiendo fumar ahí, cuando él no tiene poder de coacción para impedirlo. Creemos que es un poco exagerado. Pedimos también un régimen transitorio. Se dice: pónganse paredes, compartiméntense las zonas. Esto no podemos hacerlo sin más ni más; tenemos que pedir licencias, tenemos que hacer proyectos, tenemos que llevarlos al ayuntamiento y hay un trámite administrativo que, como poco, es de 6 meses, y casi nunca se cumple. Se han considerado periodos transitorios para estancos y para máquinas recreativas, pero no para esto. Además, dependemos de trámites administrativos que son ajenos a nuestro control. Pedimos que sea como poco un año, pero lo más lógico es que el periodo transitorio para adaptar los establecimientos a la accesibilidad de las personas discapacitadas fuera de dos años.

Pedimos algo que creemos razonable, que no es nada exagerado, que no está marcado por la retórica maximalista que a veces acontece en las relaciones con los sectores privados y los sectores públicos. Pensamos que con una flexibilización de las zonas y una aplicación gradual de las medidas podría conseguirse el mismo objetivo que pretende el proyecto, pero con costes sociales y económicos muy inferiores. En la documentación que adjunto aparece el ejemplo alemán.

Alemania tenía un proyecto muy similar a éste y en vez de decir de hoy para mañana aquí queda prohibido todo lo que aparece es un régimen de graduación en el tiempo. El Gobierno alemán llega a un acuerdo con la gran organización de hostelería de Alemania y establece una graduación: el primer año habrá una zona del 30 por ciento para no fumadores —recuerdo que aquí es el 70 por ciento desde el primer día—; al año siguiente, es decir 2007, se ampliará al 40 por ciento y en 2008 se ampliará al 50 por ciento: 50 para fumadores/50 para no fumadores. Como norma. Porque les aseguro que si mañana el cien por cien de nuestra clientela es no fumadora, encantados de la vida —y tampoco es retórica, perdonen que recurra a este estribillo—, tendremos muchísimos menos costes porque hay mucho coste de trabajo en quitar y poner ceniceros, limpiar superficies, reponer mantelerías, etcétera. Ello supone —estamos hablando de 60.000 establecimientos— muchas horas de trabajo, muchos sueldos y mucho dinero perdido. Yo simplemente quería trasladarles este mensaje. Quedo a su disposición para cualquier pregunta que deseen hacerme.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señor Guerra Sánchez, por las circunstancias referidas al sector al que usted representa y que nos ha explicado en relación con el objeto de su comparecencia.

A continuación tienen la palabra los representantes de las formaciones políticas que deseen hacer uso de ella. En nombre del Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds tiene la palabra la diputada señora García.

La señora **GARCÍA SUÁREZ**: En primer lugar quiero dar la bienvenida a don José Luis Guerra y felicitarle por la exposición que ha realizado y de la cual me he perdido una pequeña parte porque el avión ha tenido retraso. Con la segunda parte de su intervención, que he podido escuchar, me hago idea de cuál ha sido su planteamiento. Si no es así le rogaría que me lo aclarara.

Creo que fundamentalmente, por la parte que representa, la Federación Española de Hostelería, y por lo visto en los últimos minutos ha quedado más claro, no ha venido a plantearnos inconvenientes de la ley en cuanto al objetivo que ésta pretende. Seguro que en el objetivo estamos de acuerdo y compartimos que el tabaco es un problema importantísimo para la salud como también lo son otras sustancias, por ejemplo el alcohol, y supongo que en algún momento tendremos que dejar esta doble moral que tenemos y abordar también otras cuestiones. En todo caso ahora hablamos del tabaco y seguro que estamos en este punto de acuerdo. Si con el paso de los años la mayoría de la población no fumara o fuera minoritaria, en definitiva sería un beneficio para todos. Sería un beneficio, porque tanto los olores como los problemas de limpieza que usted planteaba no les repercuten ni desde el punto de vista eco-

nómico ni a ningún otro nivel. Es más, supongo que estar planteándose continuamente si hay más o menos fumadores y cuántas salas hay que destinar a ellos o no plantea más problemas que otras cosas. Lo que usted nos está exponiendo no es ni una objeción al objetivo de la ley, ni que el hecho de dejar de fumar sea un problema para el sector de la hostelería, sino todo lo contrario, lo que nos está diciendo es que su automática puesta en marcha —ha hablado de un régimen transitorio y de cómo debe ser este— sí puede ser perjudicial si no hay la suficiente flexibilidad para adaptar esta ley al sector que usted representa.

Me ha parecido entender que nos va a proporcionar documentación. Mi grupo la va a estudiar con detenimiento. Entendemos lo que usted nos plantea por las repercusiones que puede suponer tanto en la inversión, como en los costes laborales, que nos deben preocupar a todos. Por tanto, vamos a estudiar con detenimiento las reflexiones que nos ha hecho llegar, siempre en la línea de que el objetivo se cumpla. También queremos valorar si este objetivo ha de conseguirse con estos plazos que se plantean o puede haber otros plazos. Escucharemos también las reflexiones de otros países. Usted ha mencionado Alemania, pero en esto momentos también hay otros países que pueden aportar cosas en este sentido. Por tanto, le agradezco esta intervención y repito que vamos a valorar las reflexiones que nos ha planteado.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación, por el Grupo Parlamentario de Esquerra Republicana, tiene la palabra la señora Bonàs.

La señora **BONÀS PAHISA**: Muchas gracias por su comparecencia, señor Guerra. Voy a ser muy escueta.

Mi grupo, Esquerra Republicana, es consciente de la importancia de la hostelería en España. Lo queramos o no, somos un país de servicios y con un impacto muy importante del turismo y, por ello, vamos a estudiar esta ley con detenimiento para evitar posibles impactos no deseables en la economía.

Ha comentado usted el tema de las máquinas expendedoras de tabaco. ¿Podría ser que algunos locales decidieran desentenderse de la máquina, si el dueño del local tiene que estar pendiente de si un menor accede a la misma, porque puede recibir una sanción? ¿Podría ser que, ya que no supone ninguna ventaja económica para el local, decidieran no tener máquinas en los locales? Es una pregunta que se me ha ocurrido mientras usted comentaba este tema.

Ha hablado también de las posibles pérdidas de negocio. Hay un 30 por ciento de fumadores en el Estado. ¿Usted cree que, si hay un 70 por ciento de no fumadores, que son usuarios de los bares y restaurantes, la pérdida va a ser tan importante? Quizás nos estamos asustando antes de tiempo. Por otra parte, soy consciente de que el consumo de tabaco va ligado al

ocio y, por tanto, el consumo de tabaco y el consumo de restauración van muchas veces ligados.

Estoy de acuerdo en lo que usted dice: la implantación debería ser progresiva. Es imposible aplicar esta ley dentro de unos meses. Por tanto, una ley que es inaplicable no se va a cumplir y será papel mojado. Espero que el sector de la hostelería sume sus esfuerzos para conseguir una ley aplicable en un espacio razonable de tiempo, que contemple el derecho del no fumador a consumir sin humo y el derecho de los trabajadores a vivir en un ambiente sano. Habría que trabajar, por ejemplo, en el aspecto de la ventilación, porque hay que pensar en las personas que están trabajando y que algún día pueden pedirles responsabilidades si contraen una enfermedad respiratoria. También está el tema de los locales nocturnos, en los que el consumo de tabaco va mucho más ligado al ocio. Me preocupa mucho ver a grupos de personas a altas horas de la noche fumando y bebiendo en la calle. Esta visión me preocupa muchísimo. Me gustaría saber su opinión sobre este proyecto de ley. ¿Deberían decidirse los espacios para fumadores y no fumadores teniendo en cuenta la actividad del local, si es de ocio exclusivamente nocturno, si es solo de restauración, o si es solo de consumos rápidos? Este es un tema que me preocupa. Igual podría usted orientarnos al respecto.

La señora **PRESIDENTA**: Por parte del Grupo Parlamentario Popular, señora Roldós.

La señora **ROLDÓS CABALLERO**: Quisiera agradecer la presencia de don José Luis Guerra Sánchez, adjunto a la presidencia de la Federación Española de Hostelería. Como usted sabrá, el Grupo Parlamentario Popular ha requerido su presencia porque compartimos el análisis que ha hecho no solamente desde el punto de vista de la importancia que tiene el sector al que usted representa hoy aquí en la economía de nuestro país, sino también en la generación de empleo. De la misma manera hay que reconocer, como lo hacía la señora Bonàs, del Grupo Parlamentario de Esquerra Republicana, que España es un país de servicios, con una importante contribución del turismo y, por lo tanto, de los establecimientos ligados a la hostelería, en la participación en el producto interior bruto de nuestro país. Igualmente quisiera agradecerle —para nosotros es muy satisfactorio— que, en primer lugar, haya dejado muy alto y muy claro que el sector de la hostelería está a favor de la salud pública, como no podía ser de otra manera, que está en contra del tabaquismo y que está a favor de la protección del menor. Esto es importante resaltarlo.

De la misma manera compartimos con usted que por necesaria que sea esta ley, aparte de la trasposición de la directiva europea que es de obligado cumplimiento para nuestro país, hay que valorar y contemplar las posibles y más que probables pérdidas de empleo y de negocio para este sector tan importante como es la hostelería. De su intervención, de las reuniones que hemos

mantenido y de sus aportaciones deducimos que ustedes, aparte de valorar estas pérdidas económicas y de empleo, entienden que se debería introducir una gradualidad en las medidas que recoge esta ley que ponga de manifiesto la realidad de nuestro país. La realidad de nuestro país es que hay más de un 35 por ciento de fumadores habituales, e incluso cuando vemos cifras de fumadores ocasionales los porcentajes son superiores al 45 por ciento de la población. Entendemos su preocupación por la inseguridad jurídica que puede determinar el régimen de sanciones y de infracciones que está recogido en la ley. Nosotros compartimos esa preocupación porque sanciones que van desde 600 a 10.000 euros a un trabajador, que puede ser el responsable en ese momento del local, o al dueño del mismo, cuando no tiene capacidad para evitar que una persona esté fumando allí, realmente produce una inseguridad jurídica.

Por otro lado, nosotros queremos preguntar lo siguiente. En el caso de que esas enmiendas que han sugerido no se incluyeran en el texto de la ley, que no hubiera ese período transitorio, ¿ustedes creen que el Gobierno debería establecer una serie de ayudas económicas directas o indirectas, a nivel fiscal, para que esos locales de esas microempresas, como usted las denominaba, que son la gran mayoría de los establecimientos de hostelería, pudieran adecuarse lo más rápido posible a lo que dictamine esta norma?

En ningún momento hemos visto que en el texto de la ley haya un compromiso por parte del Estado para ayudar directa o indirectamente a esas empresas, de la misma manera que tampoco hemos visto un compromiso del Estado para ayudar a las comunidades autónomas, que son las que tendrían que ejercer el control y la inspección de los locales.

Consideramos que ha hecho una magnífica exposición, tocando los puntos más importantes; ha sido muy clarificadora, por lo que aquellas preguntas que teníamos preparadas las ha respondido usted en su primera intervención. En ese estudio que nos ha presentado ya tienen perfectamente cuantificada lo que la aplicación de la ley supondrá en pérdidas económicas y en pérdidas de empleo, lo que para nuestro grupo parlamentario será de una gran ayuda. Sin más que aportar, deseo agradecerle nuevamente su presencia aquí. Tenga a buen seguro que el Grupo Parlamentario Popular va a recoger todas sus aportaciones para hacer una mejor ley, sin que se comprometa el futuro de un sector tan importante para nuestro país como es el de la hostelería.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación intervendrá el grupo mayoritario en la Cámara, el Grupo Socialista. Tiene la palabra la señora Carcedo.

La señora **CARCEDO ROCES**: En primer lugar, deseo agradecer la presencia del señor Guerra en esta Comisión. Hemos escuchado atentamente su análisis

de la situación actual y de los posibles impactos de las medidas que recoge la ley en su sector, así como en las fases previas de tramitación de la ley. En la fase de anteproyecto desde el Ministerio de Sanidad y Consumo se hizo una amplísima consulta a todos los sectores implicados. Se han analizado las propuestas y durante esas fases ya se han incorporado las que se consideraba que encajaban en el proyecto de ley. Actualmente el proyecto de ley está en la fase de tramitación en el Parlamento, lo tenemos aquí, y también en sede parlamentaria estamos siendo receptivos a las sugerencias y opiniones de todos los sectores implicados en esta regulación.

Coincido con usted en que lo más importante del asunto es la salud de los españoles. El objeto de la ley es mejorar la salud de los españoles, por una parte, intentado disminuir el hábito tabáquico de los fumadores, y, por otra —y quizás la que pueda tener efectos con mayores controversias en cuanto a las medidas que supone—, la protección de los no fumadores. Como demuestran los datos de la Organización Mundial de la Salud, el 1 por ciento de las muertes por causa del tabaco corresponden a fumadores pasivos. Por tanto, vaya por delante que el objeto de la ley tiene esa orientación y pretende que nuestro país deje de ser el vagón de cola en la regulación del hábito tabáquico respecto a los países de nuestro entorno. Aprovechando la necesidad de trasposición de la directiva europea y del convenio marco de la Organización Mundial de la Salud recientemente ratificado, debemos elaborar una legislación en sintonía con la que tienen los países de nuestro entorno. Precisamente nuestro país es el último en cuanto a regulación del consumo del tabaco en espacios públicos. En un rango que establece una puntuación de 1 a 22 puntos, nuestro país se sitúa en último lugar, con 2 puntos, mientras los que tienen mejor puntuación se sitúan por encima de los 15. Es una responsabilidad de los poderes públicos españoles, una responsabilidad primaria, primitiva de las autoridades sanitarias por la incidencia en mortalidad, en morbilidad, en pérdidas económicas, en deterioro ambiental. Este es, por tanto, el objetivo principal de la ley.

No se nos escapa que esto puede tener consecuencias en determinados sectores, que se han pretendido minimizar en la medida de lo posible siempre que esta minimización de los impactos no desvirtúe el objetivo fundamental de la ley. Efectivamente, la ley debe regular de forma cierta la limitación en determinados espacios públicos, de forma que se garantice la salubridad o el no riesgo para los no fumadores, y debe garantizar una seguridad jurídica para su cumplimiento.

Estas medidas no son una novedad exclusivamente en el tabaco. Todas las medidas de salud pública exigen reformas arquitectónicas, reformas en la circulación de personas, reformas en los sistemas productivos, que no siempre son negativas sino que muchas veces son oportunidades de innovación y de mejora de todas las medidas tecnológicas y de salubridad alimentaria. Por ejem-

plo, la legislación sobre calidad del agua exige tomar medidas en las piscinas públicas, la relativa a la acústica también exige medidas correctoras. Es decir, todas estas medidas que pretenden mejorar las condiciones de salubridad y de convivencia de estas actividades que pueden provocar molestias o contaminaciones atmosféricas, acústicas o en este caso por el tabaco en la convivencia normal —que se deben evitar y esa es la responsabilidad de las autoridades públicas—, deben estar reguladas. Nuestro objetivo es que esta regulación cause el menor impacto posible en determinados colectivos, y eso es lo que la tramitación de la ley ha perseguido hasta este momento.

Leeremos muy atentamente su intervención, por otra parte exhaustiva y rigurosa. En el contexto que le acabo de exponer, es decir, cuál es el objetivo de la ley y cuál es la responsabilidad de las autoridades públicas teniendo en cuenta que esto supone una gravísima epidemia de salud, que existe un porcentaje de población que no decide asumir un riesgo que le haga enfermar activa y conscientemente, de *motu proprio*, sino que afecta a personas que involuntariamente pueden tener problemas graves y muy graves para su salud, todo esto se debe tener en cuenta y, como hicieron los países de nuestro entorno y como nos obligan la directiva y el convenio marco de Naciones Unidas, se debe establecer un régimen de convivencia más salubre y de menos riesgo para nuestros ciudadanos, sobre todo, para que las generaciones futuras sean menos dependientes de este maléfico hábito que está considerado normal en la sociedad.

Agradecemos de nuevo su presencia y la rigurosidad de su exposición.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación, y para dar respuesta a las cuestiones suscitadas o puntualizar algún aspecto que le parezca de interés, vuelvo a dar la palabra al señor Guerra Sánchez.

EL SEÑOR ADJUNTO A LA PRESIDENCIA DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (FEHR) (Guerra Sánchez): Rápidamente, voy a intentar dar respuesta a las cuestiones que se han planteado, espero que con tino y acierto.

Subrayo la coincidencia absoluta de los hosteleros responsables, los que representamos nuestras organizaciones —porque hay de todo en este mundo—, con el objetivo de erradicar el tabaquismo; o sea, además de la protección de la salud, la protección del menor, hay que erradicar el tabaquismo. El tabaco es malo, el tabaco es todo lo que dice el Ministerio de Sanidad y causa los daños que todos conocemos.

Creo que era la señora Bonás quien decía que no eran excesivas estas pérdidas cuando sólo el 30 por ciento de la población es fumadora. No estoy hablando de una caída de un 20 o un 30 por ciento, ni mucho menos. He hablado de una caída de algo más del 7 por ciento y limitado a los establecimientos afectados. Lo

que ocurre es que la hostelería tiene tal magnitud de empleo y de producción económica en nuestro país que las cifras son las que son, un moderadísimo 8 por ciento supone 1.640 millones de pérdidas económicas, de ventas, y más de 20.000 empleos y que se me demuestre otra cosa. Ojalá me equivoque, quedaré encantadísimo si me equivoco. No hay que olvidar una cosa, que si va creciendo la demanda de espacios de no fumadores el hostelero dispondrá de ellos inmediatamente. ¿Qué ocurre ahora? Bien por voluntad propia o porque hay normativas autonómicas en las que se dice que en los restaurantes tiene que haber espacios del 20 o del 30 por ciento para los no fumadores, esos espacios existen. ¿Sabe cuál es la realidad? Que esos espacios están vacíos, se llena el resto y eso sigue vacío. No digo que eso esté bien. Esa es la estructura de nuestra demanda de espacios de fumadores y no fumadores, hoy por hoy. Está evolucionando, pero hoy por hoy es así. Si mañana la estructura es que el 90 por ciento son no fumadores, encantados de la vida. Nosotros vivimos de fumadores y de no fumadores y no podemos permitirnos la torpeza de no tratar bien a cualquiera de ellos porque su falta nos arruinaría.

Agradezco lo que se ha dicho respecto a que se echan en falta en este proyecto medidas proactivas. Aquí, se limita aquí, se limita allá; esto es infracción, y, si esto es infracción, palo. Una norma es eso, pero esto debería venir acompañado de un programa de colaboración de trabajo con las administraciones, en la línea que hemos tenido en otros momentos de incentivar, en primer lugar, a la población que es la base. Esperamos que nuestra clientela pida no fumar, ni en su domicilio ni en mi bar. Sin embargo, no existe eso. Hay líneas de establecimientos que dicen que son para no fumadores. El humo es malo para el valor gastronómico que queremos vender, el humo de la cocina y el humo del tabaco. Un mal ambiente es malo para nuestra oferta gastronómica, una oferta fundamentalmente de convivencia, que es la que explica la importancia de la hostelería. Ofrecemos al cliente espacios de convivencia, es por lo que viene el cliente a nuestros establecimientos. Se dice, vamos a tomar unas cañas con o para, pero muchas veces lo de menos es la caña o el café. Es importante orientar esto hacia líneas más positivas de ayudas, por una parte, de los costes, pero también premios, líneas de incentivación de no fumar en nuestros espacios.

Les voy a decir algo que es patente y a lo mejor no estamos pensando en ello. He dicho al comienzo que este proyecto de ley es muy diferente del que se ha establecido en Irlanda. Aquí sería una catástrofe porque, en vez de hablar de las cifras que estoy comentando, de 1.600 millones de pérdidas, hablaríamos de más de 6.500 y, en vez de 20.000 puestos de trabajo, estaríamos hablando de más de 100.000. Este proyecto de ley, en cuanto a los establecimientos pequeños, menores de 100 metros cuadrados de espacio, deja a la responsabilidad del empresario si se fuma en ellos o no. Hay una

gran racionalidad y una gran comprensión de lo que es la hostelería en nuestro país y quizá yo me haya centrado en lo menos importante. Si se ha sido consciente de eso y se ha tenido cuidado con eso, como se ha tenido en el proyecto de ley, se puede buscar un poco más de flexibilidad en lo que es menos, en el 20 por ciento de los establecimientos afectados, y no digo que queden libres de limitaciones, no, sino acompasar la evolución de la demanda a la adaptación mental de la gente. Creo que eso se puede hacer sin traicionar en modo alguno el objetivo, el espíritu ni la eficacia de la norma que va a entrar en vigor. No quiero restar un mínimo de eficacia, que sea lo más eficaz posible con el menor coste posible. Yo sé que todo tiene sus limitaciones y sus costes, porque compaginar derechos e intereses a veces es difícil, pero creo que estoy hablando de lo de menos. En el 80 por ciento de los pequeños establecimientos pymes se ha tenido la consideración de dejar a la libre decisión del empresario, y no para que se queden ahí en espacios de fumar, sino para ir avanzando con toda la sociedad hacia espacios sin humos, más salubres y mejores para todos. Sólo hablaba de una parte, y creo que, sin traicionar nada y en la línea que se ha adoptado, se puede avanzar un poco más, no es más lo que en este momento pedimos.

No sé si he respondido correctamente a las cuestiones que se me han planteado.

La señora **PRESIDENTA**: Desde la perspectiva que me da estar presidiendo su comparecencia tengo la sensación de que así ha sido y, por tanto, daríamos por finalizada esta comparecencia agradeciendo en nombre de la Comisión al señor Guerra Sánchez su presencia aquí y los datos que ha dado para ilustrar la confección de las enmiendas de las distintas formaciones políticas.

Suspendemos momentáneamente la sesión para despedir al señor Guerra Sánchez y dar entrada al siguiente compareciente. (**Pausa.**)

— **DEL SEÑOR DIRECTOR GENERAL DE LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DEL TABACO, AET, (BARREIRO DE LAS LLANDERAS). (Número de expediente 219/000199.)**

La señora **PRESIDENTA**: Continuamos la sesión con la segunda comparecencia prevista, la de don Juan Manuel Barreiro, director general de la Asociación Empresarial del Tabaco, que como ha ocurrido en el caso anterior, nos ilustrará sobre las concretas circunstancias y aspectos de la ley que tengan interés al objeto de la asociación que él preside. Para la exposición inicial, de diez minutos o un cuarto de hora, como se les ha manifestado por escrito, tiene la palabra el señor Barreiro de las Llanderas.

El señor DIRECTOR GENERAL DE LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DEL TABACO, AET.

(Barreiro de las Llanderas): Señoras y señores diputados, quisiera en primer lugar darles las gracias en nombre de la Asociación Empresarial del Tabaco por darnos la oportunidad de exponer en esta Comisión nuestro punto de vista sobre el proyecto de ley que están debatiendo.

Nosotros somos conscientes de que fumar comporta riesgos para la salud; lo dicen las autoridades sanitarias y por tanto no entramos a discutir ese extremo y entendemos también que se limite su consumo, su venta y su publicidad. Tanto lo entendemos que en 1988, en el despacho del entonces ministro de Sanidad y Consumo, se firmó el primer código de autorregulación de la publicidad del tabaco en España y los principios rectores de la publicidad del tabaco en España, unos documentos que han servido de referente a todas aquellas industrias que a continuación han intentado hacer algún tipo de código de autorregulación; el último de ellos el que el pasado jueves o viernes se firmó en el Ministerio de Sanidad y Consumo con la industria alimentaria. Nosotros queremos una regulación clara, razonable, realizable y que se pueda cumplir y estamos particularmente de acuerdo en todo el articulado en lo que se refiere a las limitaciones que se puedan aplicar al tema de los menores porque la industria del tabaco, señorías, no quiere que los menores fumen. Estamos también de acuerdo en restringir fumar en aquellos lugares a los que necesariamente tengamos que acudir, como son las oficinas de atención al ciudadano, los transportes públicos, los centros de salud, los centros educativos, etcétera. También creemos con la opinión pública que una cosa son las limitaciones y otra son las prohibiciones. Quisiéramos hablarles únicamente de cuatro puntos. En primer lugar, de la prohibición de vender donde está prohibido consumir; queríamos hablar también de la prohibición de la comunicación comercial; queríamos hablarles de las prohibiciones en Canarias, y queríamos hablarles de algunos aspectos de la entrada en vigor de la ley. No entraremos a hablar de fumar en el lugar de trabajo siendo como es un tema extraordinariamente controvertido que creemos que tiene un peso social enorme y no ha dejado de sorprendernos que no figure en ninguna de las comparecencias ninguno de los agentes sociales (la patronal o los sindicatos) para aportar a SS. SS. el punto de vista de estas organizaciones.

En relación con el primer punto, el de la prohibición de fumar en los lugares en donde está prohibido consumir, está escrito textualmente en el apartado g) del artículo 5. Este apartado es verdaderamente insólito; no figura en la recomendación del Consejo de Ministros de la Unión Europea de 2 de diciembre de 2002, relativa a la prevención del tabaquismo, que dio origen a este movimiento en nuestro continente, y tampoco figura en el Convenio marco de la OMS, que se firmó en mayo del año 2003 y que finalmente ratificó España el 30 de diciembre del año pasado. Lo que ese convenio marco precisa y explica es que hay que dar información sobre los efectos nocivos del tabaco, hay que plantear medi-

das para la regulación en la protección de la exposición al humo del tabaco, hay que prevenir el inicio, promover y apoyar el abandono y lograr una reducción del consumo. Todo eso lo va desarrollando en los artículos 14, 15 y 16, pero al convenio marco de la OMS no se le ocurre ligar ambas cosas, porque una cosa son las medidas de prohibición de la venta y otra cosa son las medidas del consumo del producto.

Nosotros creemos que el autor de este texto pretendía el objetivo de modificar el punto 4 b) del artículo, al objeto de asegurarse que ninguna máquina expendedora de tabaco pueda estar ubicada en lugares donde esté expresamente prohibido fumar. Analizando este punto encontramos que hay razones de tipo práctico, razones de futuro y desde luego razones legales que invitarían a eliminar este artículo 5 g). La razón práctica es que estaremos generando la imposibilidad de que un adulto que decida comprar tabaco fuera del horario comercial lo encuentre. Es decir, estaremos provocando el desabastecimiento. ¿Cuáles son las consecuencias del desabastecimiento? Nosotros hemos analizado el mercado, sabemos que en España hay 285.313 puntos donde está autorizada la venta de tabaco, y con una medida de este tipo eliminaríamos 114.000 puntos, exactamente el 40 por ciento de los puntos donde hoy se distribuye tabaco. ¿Qué creemos que pasará cuando se implante una medida de este tipo? Por ponerles algunos ejemplos, que en la zona franca del puerto de Barcelona, donde hay 250 empresas instaladas, será imposible comprar tabaco; que en la feria de Madrid, que es visitada por 4 millones de personas al año, será imposible comprar tabaco; que en las autopistas del Mediterráneo, que recogen unos 15 millones de viajeros cada año, será imposible encontrar tabaco. Puede haber alguno de ustedes que diga: pues muy bien porque, si es imposible encontrar tabaco, al reducirse la oferta estaremos reduciendo la demanda.

¿Ése es el futuro previsible? Nosotros creemos que no. Creemos que el escenario de futuro es que se incrementará la fiscalidad del tabaco, como ha pasado en los países de nuestro entorno. Si se disminuye simultáneamente en un 40 por ciento la oferta de puntos de venta de tabaco, ante la imposibilidad de cambiar los hábitos sociales si no es en años, lo que nos encontraremos es con la aparición de organizaciones clandestinas que satisfarán esta demanda, y estas organizaciones al principio lo que harán será adquirir tabaco en los estancos para revenderlo allí donde no hay oferta, pero poco después lo que harán será proveerse de otros mercados, caerá la recaudación, se incrementarán las redes mafiosas, acostumbradas a traficar con cualquier tipo de bien, persona o servicio, aparecerán las falsificaciones, se venderá producto sin control sanitario, se incrementará la inseguridad ciudadana y repuntará el contrabando. Nosotros creemos, junto con el Parlamento Europeo —que el viernes hacía pública una nota que distribuyeron—, que se deben evitar las condiciones que propician la expansión de estas redes ilegales que comercian

con falsificaciones, contrabando, etcétera; redes que —recuerda esa misma nota— provocan un daño a los erarios públicos de los 25 países de la Unión, en concreto en referencia al tabaco, de 922 millones de euros cada año.

Les decía que también hay razones de tipo legal que invitan a pensarse la continuidad de tal punto 5 g). El artículo octavo de la Directiva 33/2003, de publicidad, ya dice que no se puede prohibir o restringir la libre circulación de los productos que son conformes a la directiva.

La Directiva 2001/37, que es la de etiquetado, dice exactamente lo mismo, los artículos 28 y siguientes del Tratado de la Comunidad Europea, que hablan de la libertad de circulación de mercancías, y los artículos 43 y siguientes del Tratado, que hablan de la libertad de establecimiento recomiendan también actuar de otra manera.

El artículo 5 g) limita tan desproporcionadamente los puntos de venta, reduciéndolos en un 40 por ciento, que crea obstáculos a los operadores de otros Estados miembros, ya que estos productos tendrán inevitablemente mayores dificultades para competir en nuestro mercado y, por tanto, el proyecto dificulta de facto el acceso de productos provenientes de otros Estados miembros de la Unión, encontrando entonces una contravención del derecho comunitario. ¿Qué es lo que ha pasado? El jueves de la semana pasada, la República Federal Alemana ha sido el primer país en presentar un dictamen razonado ante la Comisión Europea sobre este proyecto de ley. Como consecuencia, y mientras lo estudia la Comisión, el proyecto de ley no puede adoptarse como ley, al menos, hasta el 25 de agosto del año 2005. ¿Cómo propondríamos nosotros arreglar este problema? Sencillamente haciendo uso del documento que el comisionado para el mercado de tabacos, del Ministerio de Economía y Hacienda, envió en su día al Ministerio de Sanidad, del que le voy a dejar una copia a la Mesa para que todos ustedes lo tengan, en el que se da una recomendación muy sencilla de cómo habría que escribir el artículo 3.1 evitando, desde luego, el artículo 5 g); de esa manera tendríamos la garantía de que no se produciría este inconveniente. En esta misma línea, el Ministerio de Industria se dirigió al Ministerio de Sanidad haciéndole una recomendación parecida. Este documento también se lo dejo a la Mesa para que puedan ustedes echarle una ojeada.

Voy a entrar ahora en el segundo punto, la prohibición de la comunicación comercial de la industria del tabaco. En la matriz que les vamos a mostrar se reflejan son los esquemas de relación comercial que una empresa tabaquera tiene con sus clientes. Verán que en las columnas están reflejados la prensa y las revistas, la radio, internet, la publicidad en el interior del punto de venta, la publicidad en el exterior, en el cine, el patrocinio, de acontecimientos nacionales e internacionales y también las promociones en los distintos ámbitos en los que se pueden realizar y, por último, el marketing

directo. No figura la televisión porque todos ustedes saben que, por la Ley de Televisión Sin Fronteras, las empresas tabaqueras no podemos hacer publicidad en televisión para impedir que los menores tengan acceso al mundo de la publicidad de los productos del tabaco. La primera fila, que está mayoritariamente en verde y sólo tiene un punto en amarillo, refleja cuál es la situación en la España de hoy. Las empresas tabaqueras se pueden relacionar con sus clientes siguiendo cualquiera de estos procedimientos que les he reseñado. Verán que está en amarillo el tema de la publicidad en el estanco, porque por la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos resulta que la publicidad en el estanco tiene que reunir dos condiciones: ser gratuita y neutral. Ya me contarán ustedes cómo puede ser una publicidad gratuita y neutral, el resultado es que no se hace publicidad en el estanco. Esa es la razón por la que figura en amarillo en este gráfico.

La línea siguiente pinta cuál sería la situación aplicando la directiva de publicidad del tabaco, y verán que aparecen cuatro cuadrados en rojo, que son los que se refieren a la prensa y las revistas, a la radio, a internet y al patrocinio de acontecimientos internacionales. Es decir, que las 13 posibilidades de relación comercial que tenían las empresas tabaqueras con sus clientes, que figuraban en la primera línea, quedarían reducidas a nueve, aplicando la directiva europea. La tercera línea refleja lo que contiene el proyecto de ley que van a discutir en el Parlamento. Verán que todo está prohibido excepto un punto que está en amarillo. ¿Por qué está en amarillo lo relativo a las promociones en el estanco? Está en amarillo porque esa permisividad tiene dos condiciones para hacer una única forma de relación comercial con los clientes, que ha de ser el valor del regalo menor al 5 por ciento del valor de la promoción y que la promoción no tenga nada que ver con el tabaco; es decir, no se puede regalar un mechero, un cenicero, un cortapuros con ningún nombre de tabaco, no puede tener escrita ninguna marca, no puede tener escrito el nombre de ninguna empresa tabaquera.

Un planteamiento como este nos origina tres preguntas y alguna imposibilidad legal de poder atenderlo. La primera pregunta es ¿por qué el 5 por ciento cuando la Ley de Competencia Desleal dice que el valor de las promociones no debería superar el 15? ¿Por qué reducir del 15 al 5 por ciento? Esta es la primera pregunta que nos sugiere. La segunda es una imposibilidad: no podemos entregar un regalo que no tenga escrito al menos el nombre de la empresa que hace el regalo. ¿Por qué? Porque la Ley del IVA, en el artículo 7.4, especifica que existe la obligación de la consignación de forma indeleble de quién haga el regalo; si no, no se puede hacer un regalo y meterlo en la cuenta de resultados de la empresa. Por último, y en relación con las promociones, ¿por qué dejar las promociones exclusivamente en el estanco y no en el punto de venta legalmente autorizado? ¿Por qué no si son puntos en los que se puede pedir el carnet de la gente antes de la entrada

y se puede informar de que en tal local se va a celebrar la cata de su nuevo cigarro? ¿Por qué no puede recibir en condiciones de extrema seguridad —y, si para ello hay que hablar de sanciones, lo hacemos— el mismo tratamiento que podría recibir en un estanco? Esta es una pregunta que se nos ocurre. Convendría eliminar esas cláusulas limitativas y dejar que se ajusten al ordenamiento jurídico español.

Si ustedes miran esa matriz, verán que la última columna se refiere al marketing directo. Hay consumidores adultos que desean recibir este tipo de información y publicidad sobre el producto que consumen, y la ley pretende prohibirlo; es decir, que se estaría dando la paradoja de que exista un consumidor adulto de un producto legal que no puede recibir información sobre ese producto, y creemos que esta es una situación que se escapa de todo lo imaginable. Tan es así que el Ministerio de Economía y Hacienda, el Ministerio de Industria, el Ministerio de Agricultura, el Consejo Económico y Social, el Comisionado para el Mercado del Tabaco, todo el que ha tenido acceso a este borrador ha informado a las autoridades sanitarias que esta forma de proceder no tenía sentido. En los documentos que les he dejado encontrarán amplia información sobre ello. Sin embargo, esto persiste en el proyecto de ley que ustedes van a discutir. Creemos que persiste en estas circunstancias porque hay un único documento que dice que esto tiene sentido, que resulta ser el informe del letrado del Consejo de Estado sobre el entonces anteproyecto de ley. ¿Qué es lo que pasa? Que seguramente el letrado lo escribió con gran conocimiento jurídico pero con menos conocimiento de cuál es el funcionamiento del mercado del tabaco. Dice textualmente que no se puede recibir esta información, este marketing directo, en casa y en sobre cerrado porque hay otros sectores de adultos, como profesionales sanitarios y profesionales de las instituciones educativas, que deben ser objeto de políticas y prestaciones especiales y que la mera publicidad no puede servirles para cambiar de marca. Esta es una forma de ver las cosas y la pena es que seguramente él no ha recibido jamás una comunicación directa de una empresa tabaquera. La comunicación que reciben los clientes de las empresas tabaqueras no es simplemente publicidad, es también información sanitaria con advertencias que son obligatorias en los productos y que nosotros ponemos en todo tipo de publicidad y, además, información sobre los contenidos de alquitrán, de nicotina y de monóxido de carbono. No es una simple información publicitaria. Por tanto, sugerimos que este punto atienda a lo que dice el comisionado para el mercado de tabacos o el Ministerio de Industria en los documentos que he dejado en la mesa para que ustedes tengan acceso a la misma información.

En relación con el punto de las promociones que no sean exclusivamente en estancos sino en locales que tengan una autorización administrativa, les recuerdo que hay un texto, el del documento que he entregado a

la mesa del Comisionado para el Mercado de Tabacos, que dice textualmente que las promociones deberían estar prohibidas excepto en los puntos de venta autorizados, y hace una redacción específica para el articulado de la ley que permite que funcione de una manera natural. También observarán que está recogido el tema del patrocinio. El patrocinio internacional está prohibido por la directiva; en la tercera línea figura en rojo el patrocinio internacional y también el nacional. Esto afecta al motociclismo, al automovilismo, al voleibol, a la lucha canaria, al patrocinio del Liceo o del Teatro Real, al patrocinio de grupos musicales, al patrocinio de pintores, de grabadores y de autores, en definitiva, afecta al patrocinio de todo tipo de actividades positivas. Puede haber aquí quien piense: eso lo dirá usted, porque con eso lo que ustedes están haciendo es promover el consumo del tabaco. Nosotros creemos que no es así, de acuerdo con lo que dice la encuesta nacional de salud, que es la última encuesta del Ministerio de Sanidad y Consumo, que demuestra de forma contundente que, desde el año 1987 hasta el 2003, se ha reducido en 7 puntos la prevalencia del número de fumadores. ¿Qué examina esta encuesta? Que son los mayores de 16 años, es decir, una población de unos 30 millones de españoles. Por tanto, estamos hablando de 7 millones y pico menos de fumadores. Ustedes me podrán decir que han leído que están fumando más las mujeres. Es cierto, SS.SS lo han leído, pero hace tiempo porque la encuesta nacional de la sanidad del año 2003 enseña con toda claridad que las mujeres están dejando de fumar más rápidamente que los varones y que se ha reducido de forma importante la prevalencia del número de mujeres fumadoras. Me podrán decir: ¡Hombre! nosotros tenemos un plan de prevención y control de tabaquismo que ya establece unos límites y unos objetivos en los que se pueda disminuir la prevalencia del tabaco. Pues sí, es cierto; existe el Plan de prevención y control del tabaquismo 2003-2007, y en él está previsto alcanzar unos índices en ese último año en que el número de fumadores y fumadoras de 16 y más años se haya reducido hasta el 28 por ciento. La encuesta nacional de la salud del año 2003 dice que el total de fumadores diarios en ese año era del 28 por ciento, es decir que ya hemos alcanzado en ese año el objetivo que nos habíamos propuesto para el año 2007. También se dice que hay que prevenir la incorporación de nuevos fumadores y fumadoras y para ello en el año 2007 la proporción de personas fumadoras de 16 a 24 años se debería haber disminuido en 6 puntos porcentuales situándose por debajo del 36 por ciento. Es lo que dice el Plan de prevención y control del tabaquismo. Señorías, estamos de enhorabuena porque la encuesta nacional de salud para ese mismo colectivo de 16 a 24 años da para el año 2003 un porcentaje del 32,99 por ciento, cinco puntos por debajo del objetivo que nos planteábamos para el año 2007. ¿Se podría hacer patrocinio de eventos nacionales? La respuesta es que sí, igual que la hacen los países de

nuestro entorno. ¿Quién creen ustedes que promueve el Festival de ópera de Glyndebourne en el Reino Unido? Pues una empresa tabaquera. Allí lo que se pone es empresa tal y no se dice ninguna marca; el patrocinio no se hace de marca, se hace el patrocinio corporativo; no se hace internacional porque lo prohíbe la directiva, pero se hace nacional. ¿En qué situación se encontrarían, por ejemplo, los circuitos de automovilismo y motociclismo? Buenísima, porque en la Europa de los 25, descontando a España, donde hoy este es un tema *sub iudice* porque ustedes lo están debatiendo en este Parlamento, de los otros 24 países hay 18 que ya se han definido permitiendo el patrocinio de eventos nacionales y ocho que ya se han decidido por lo contrario, prohibiendo el patrocinio de los eventos nacionales. Una cosa curiosa que deben saber SS.SS. es que de estos ocho países que lo tienen prohibido solo hay uno que tenga circuitos de motociclismo y automovilismo: Francia. Veremos cuánto tiempo tarda en cambiar la situación en que se encuentra cuando sus vecinos (holandeses, belgas, etcétera) ya la han cambiado. ¿Cómo se arreglaría un problema de este tipo? Introduciendo una cláusula que permita el patrocinio corporativo y no de marca de eventos nacionales; una cláusula como la que el Ministerio de Industria propuso en su día al Ministerio de Sanidad y que tienen ustedes en el documento que les he facilitado.

El tercer punto de mi exposición es el de las prohibiciones en Canarias. En Canarias hay 10 millones de turistas que visitan las islas cada año. Allí hay una industria tabaquera tradicional con marcado carácter exportador y con un valor industrial relativo muy importante dado el carácter fuertemente terciario de su economía. Ello ha provocado por parte de la Unión Europea la autorización del AIEM, un impuesto sobre la importación y entrega de mercancías en Canarias. Canarias tiene desde hace 150 años una regulación especial en relación con el tema del tabaco; no existen monopolios en Canarias desde hace 150 años y el comercio del tabaco es completamente libre. Por tanto, señorías, en Canarias no hay estancos. La disposición adicional quinta del texto que ustedes tienen en sus manos pretende reconocer estos hechos diferenciales de Canarias, pero desgraciadamente no lo consigue. ¿Qué problemas hay? Fundamentalmente tres. La aplicación del artículo 5.g) —del que hablábamos antes— con el 7.f) hace que se prohíba la venta de tabaco que se lleva a cabo en grandes superficies y en centros comerciales, que, recordando que no hay estancos, son los únicos sitios donde se vende tabaco en Canarias; estaríamos asestando un golpe importante a la economía canaria. Además se pondría fecha final a la venta en los puertos y aeropuertos, ya que solo se autoriza la venta hasta la finalización de las concesiones que hoy están vigentes. Esta es una razón más para eliminar la insólita prohibición que está recogida en el artículo 5.g). Existiendo una disposición adicional sexta para las *duty free* ¿por qué no se aplica una disposición de este tipo

para las islas Canarias? Adicionalmente, como no hay estancos, y el único punto en el que el texto dejaba hacer promociones era en los estancos, tampoco se pueden hacer promociones en Canarias; por tanto les dejaremos con una cortapisa importante a la hora de comercializar un producto legal en nuestro país.

Les decía que también había algunos puntos en relación con la entrada en vigor de la ley; los citaré muy rápidamente. Son: ¿Qué hacemos con los productos en el mercado sin las leyendas nuevas? ¿Qué hacemos con la fabricación de las nuevas cajetillas y embalajes de cigarrillos? La última vez que sucedió algo así fue con la directiva del etiquetado y, comprendiendo los autores de la disposición que era un problema serio para las industrias, nos dieron dieciséis meses en el caso de los cigarrillos y doce meses más en el caso de los cigarrillos, porque como ustedes saben hay muchísimas más labores de cigarrillos y cigarrillos que de cigarrillos, y tienen además unos tamaños completamente diferentes y emplean materiales distintos, en unos casos madera, en otros metal, en otros cartón, etcétera. Por tanto, los plazos que se establecieron eran razonables para que diera tiempo a retirar del mercado lo antiguo, para que se pudiera lanzar lo nuevo y para que desde el punto de vista de la fabricación aquello se pusiera en marcha. Esto no sucede con el texto que ustedes tienen en sus manos. Tampoco se dice nada de lo que pasa con los contratos en vigor entre las empresas y los que les hacen el soporte publicitario, ni sobre las máquinas ya instaladas y el tabaco que haya en ellas, ni sobre las inversiones que han hecho los pequeños empresarios en este tipo de máquinas, ni sobre las modificaciones que habrá que hacer en las máquinas instaladas para ajustarse a las características que impidan que ningún menor tenga acceso al tabaco. Repito que estamos de acuerdo con todas las medidas que tengan que ver con impedir el acceso de los menores al mundo del tabaco. Creemos que todavía tienen un gran trabajo que hacer para mejorar las condiciones de entrada en vigor de la ley.

Si me permite un minuto, señora presidenta, quiero resumir aquello que he dicho. En primer lugar, la reducción de la oferta no significará una reducción de la demanda, lo que hará será propiciar que crezcan redes paralelas de delincuencia. En segundo lugar, la publicidad de un mercado maduro sirve para posicionar marcas y no para ensanchar el mercado. En tercer lugar, la prohibición de las comunicaciones comerciales no se traduce automáticamente en una reducción del consumo, sino en la petrificación de la tarta de mercado existente hoy, abriendo con ello serios problemas de competencia, problemas constitucionales, problemas con el Convenio europeo de protección de los derechos humanos y problemas con el derecho comunitario originario, como ya les he comentado. En último lugar, creemos que lo sensato sería corregir el proyecto de ley para mejorarlo. Esta comparecencia está llena de sugerencias de cómo se puede mejorar el texto y ninguna de ellas ha sido hecha por la industria que hoy tengo el

honor de representar ante ustedes, sino que todas ellas son sugerencias, recomendaciones de organismos competentes de la Administración que han visto el enfrentamiento a que van a llegar si se trata de llevar adelante una ley como la que hoy se propone.

Déjenme solo un minuto para citarles un informe del Consejo de Estado que todos ustedes tienen, ya que ha venido acompañando al proyecto de ley, al igual que la comunicación del Consejo Económico y Social. En la página 59 de aquel documento se dice que desde el punto de vista de oportunidad y de la técnica legislativa este Consejo de Estado no puede dejar de llamar la atención sobre el hecho de que nada perjudica más al Estado de derecho que el incumplimiento de una legislación, que siendo dura es además conocida de manera absolutamente generalizada por los ciudadanos. No basta obviamente con legislar, sino que lo importante es hacer cumplir lo legislado; sin embargo, no existe en el expediente un solo documento dedicado a analizar cómo se van a implementar sus mandatos, con qué efectivos cuentan las comunidades autónomas para garantizar su aplicación efectiva, si las corporaciones locales tienen o no tienen potestad alguna al respecto, además de la falta de clarificación de las potestades en el seno del mundo laboral y en los lugares que son de directa responsabilidad de las administraciones públicas. En cambio parecen quedar claras las potestades de sanción por el incumplimiento de normas sobre prohibiciones de venta, aunque la clarificación del régimen de los establecimientos autorizados a la venta con recargo contribuiría todavía más a esta claridad.

Con esto he acabado y quedo a disposición de sus preguntas.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Barreiro, por su ilustrada exposición acerca de los intereses que defiende la asociación empresarial a la que usted representa.

A continuación, y como es práctica en estas comparecencias, tienen la palabra los señores diputados de las distintas formaciones políticas. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds, tiene la palabra la señora García.

La señora **GARCÍA SUÁREZ**: En primer lugar, señor Barreiro, quisiera agradecerle sin duda su comparecencia y decirle con sinceridad que me ha resultado muy interesante. Verdaderamente conocía algunos aspectos, otros no con tanta profundidad, pese a que también me había llegado documentación suficiente, y otros me han resultado interesantes por mi desconocimiento.

Me han surgido muchísimas preguntas, pero usted mismo ha ido contestando a algunas de ellas porque (le felicito como orador y como pedagogo) conoce aquellas cuestiones que los demás vamos a ir poniendo en duda o entre comillas, por eso usted ya ha ido contes-

tándonos a algunas de ellas. Voy a hablarle con total sinceridad. Si una cosa comparte mi grupo al cien por cien del proyecto de ley es la inquietud y el interés profundo que han movido, sin duda, estoy convencida, a la ministra de Sanidad y al ministerio a trabajar por la disminución al máximo posible de un problema de salud pública tan importante como es el exceso de consumo del tabaco; cualquier exceso en muchísimas cosas es perjudicial. El exceso en tabaco es perjudicial, y lo dice una persona que no ha sido nunca fumadora. No es que esté reivindicando mis tres cigarrillos al día, ni los cuatro, ni los quince; no es este el tema, ni es un tema de análisis personal, sino que me corresponde hacer un análisis general del comportamiento de la sociedad. Por tanto, cualquier exceso es negativo para la salud cuando hablamos de sustancias, ya sea tabaco, seguramente también alcohol (se habla poco de él pero lo voy a repetir en todas las comparecencias porque es otro gran problema que a veces nos hace entrar en contradicciones con leyes como la que hoy tenemos encima de la mesa) y, en definitiva, cualquier sustancia, como podía ser el mismo café, que se tome en excesiva cantidad.

El problema del tabaco es que, por desgracia, la mayoría de las personas fumadoras no fuman dos o tres cigarrillos al día, sino que es un hábito muy arraigado que acaba acarreando grandes problemas sanitarios. Ahora bien, compartiendo el objetivo que seguro que ha movido a la ministra de Sanidad y al ministerio en esta ley de, por un lado, ponernos al día en directivas que hace tiempo que teníamos que haber transpuesto y, por otro, conseguir reducir este problema y su repercusión sanitaria, no le voy a negar que considero que hay bastantes aspectos de la ley que, para conseguir ese objetivo, podían plantearse de una manera diferente. Voy a aclarar esto porque no quisiera (no ya usted, sino cualquiera de los oyentes) que se confundiera una cosa con la otra. Precisamente la ventaja del sistema parlamentario es esta: es un proyecto de ley que podemos debatir, como estamos haciendo en estos momentos y haremos en el futuro, y al que los grupos parlamentarios vamos a tener la ocasión de presentar las enmiendas que consideremos oportunas.

Nuestro grupo presentará bastantes enmiendas (muchas de ellas están prácticamente elaboradas) que irán en una línea fundamental. La primera, para no entrar en contradicciones, es que el tabaco es un producto tan nocivo y sobre el que se puede asegurar de forma tan tajante que es nocivo para la salud que lo hemos de prohibir. Esto tiene un planteamiento, unos retos y unas consecuencias, etcétera. La segunda es, si el tabaco no se prohíbe porque es un producto legal, entre comillas, ajustar algunas cuestiones que plantea la ley, porque, si no, entraremos en algunas contradicciones importantes por las directivas y por las leyes

Por otro lado, cuando se trata de salud pública o de prevención de comportamientos nocivos de los ciudadanos y de una mejor calidad de vida en general (no

solamente en este proyecto de ley, sino en cualquier otro), nuestro grupo siempre confiará, más que en leyes excesivamente restrictivas, punitivas, coercitivas, etcétera (planteamiento en el que no creemos excesivamente), en otro tipo de planteamiento mucho más preventivo, aunque sin duda se ha de buscar el equilibrio; debe haber también una parte coercitiva porque han de existir unas normas sociales y unos límites que todos debemos conocer. Nosotros siempre confiaremos más en una apuesta realmente clara por la información y por la educación desde los inicios; cuando digo desde los inicios me refiero a que se da mucha importancia a que la mujer embarazada no debe fumar, pero parece que en el momento en que ha nacido la criatura esa importancia desaparece. Apenas he encontrado documentación escrita respecto a que, por ejemplo, desde pediatría se siga trabajando este tema desde las familias. Igualmente debe haber una mayor protección del menor, al que se le prohíbe comprar, pero que va a quedar absolutamente desprotegido dentro de la unidad familiar, porque si el único sitio en el que la gente va a poder fumar es dentro de su casa, los menores que estén allí van a ser fumadores pasivos totalmente desprotegidos.

Nuestras enmiendas irán dirigidas a conseguir esta coherencia de que, si es un producto legal, se explique cómo y de qué forma se adecua esta ley a esos derechos de producto legal, intentando siempre que el objetivo de reducir el consumo (he dicho que lo compartimos al cien por cien) se consiga a corto o a medio plazo (evidentemente, si es a medio plazo, mejor que a largo plazo), siempre que nos aseguremos de que quien libremente decida consumir (porque, si no es así, prohibámoslo) tenga la máxima información y, sobre todo, que no se afecte al derecho de quien ha decidido no fumar. Sin duda, en nuestra sociedad, el no fumador, los fumadores pasivos, durante muchísimo tiempo (lo digo por experiencia personal) nos hemos sentido absolutamente discriminados y en muchas ocasiones hasta diría que mal tratados, porque parecía que se estaba impidiendo un derecho, sí, de los fumadores, pero no un derecho, en este caso, de los no fumadores.

Usted ha puesto algunos ejemplos importantes, que incluso podrían ser de interpretación jurídica de la ley, y ha apuntado algunas posibles soluciones, de las que he tomado nota para poder valorarlas con nuestros asesores. Le agradecemos de nuevo su exposición, que lógicamente ha sido desde el punto de vista de lo que usted representa y muy clara. Mi grupo y yo personalmente entendemos este planteamiento no como una actitud en contra del objetivo de esta ley, sino de intentar un consenso para que en un corto plazo unos y otros podamos encontrar un camino que vaya en esta línea de mejora de la salud pública.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación y en nombre del Grupo Esquerra Republicana de Catalunya, tiene la palabra la diputada señora Bonás.

La señora **BONÁS PAHISA**: Señor Barreiro, muchas gracias por su presentación, que ha sido muy interesante, muy ajustada y nos ha proporcionado abundante información.

Como representante de Esquerra Republicana, para nosotros esta ley sirve para defender los intereses y las libertades: las libertades de los individuos que quieren vivir sin humo; de los menores, para que sean protegidos en su derecho a su libre decisión de fumar, que no sean inducidos a fumar; pero también de los fumadores. Creemos que no tiene ningún sentido que las drogas sean ilegales. Lo que sí puede hacer el Estado es ayudar a las personas que quieren dejar las drogas, pero cuando hay una droga de libre consumo y que es legal, con una ley no vamos a conseguir, hablando claro, que las personas dejen de fumar. Sentado esto, de su exposición me han interesado sobre todo dos puntos: primero, el desabastecimiento del mercado que se podría producir. Usted ha hecho un pronóstico y le quiero preguntar si se ha basado en datos de otros países en los que se ha aplicado una ley de este tipo que restringe el acceso al tabaco; si este pronóstico se basa en que en el mercado existen ya productos de contrabando dispuestos a entrar y si usted cree que para evitar el contrabando sería suficiente solo ampliar los dispositivos policiales, es decir que el Estado pusiera más medios, o su pronóstico es que ni esto sería suficiente. También quería saber si en el mercado existen tabacos ilegales, digamos, de peor o mejor calidad, si todo el tabaco proviene solo de grandes empresas o tenemos tabaco más barato, de menos calidad, con más alquitrán. Como no soy fumadora, lo desconozco y tengo curiosidad. En segundo lugar, ha dicho que la publicidad no induce al consumo al nuevo fumador; algo así he entendido. Este punto es interesante porque vamos a restringir la publicidad para evitar la inducción al nuevo fumador, al adolescente para que no fume, pero si en realidad esto no influye en los nuevos fumadores, ¿para qué vamos a restringir tanto la publicidad si lo que vamos a hacer es evitar que nuevas marcas, que incluso podrían ser mejores, no entren en el mercado? Deberíamos analizar qué es lo que hace que un no fumador empiece a fumar. Creo que tendríamos que empezar por aquí, pero quizá usted pueda ilustrar un poco mejor las dudas que me han surgido.

Su exposición ha sido muy interesante, voy a leer con atención sus documentos porque creo que pueden aportar mucho a esta ley. Tenemos que hacer una ley que los ciudadanos puedan cumplir, para que a partir de ella sea posible una sociedad en la que se respete el derecho del no fumador y también del fumador, claro está.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación y por parte del Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra el diputado señor Martín Soledad.

El señor **MARTÍN SOLEDAD**: Gracias, señor Barreiro, por sus aportaciones. Lo primero que se me ocurre es que estamos recibiendo a los comparecientes en la Comisión de Sanidad y Consumo del Congreso de los Diputados porque el texto que se presenta es un texto favorecedor de la salud pública; si no, no tendría sentido. También le digo que me llama mucho la atención, ante la gran cantidad de obviedades que recoge el texto, su intervención y que situaciones especiales, como puede ser el caso de Canarias, no se hayan recogido en el proyecto de ley por el ministerio. Con lo cual, se me viene a la cabeza la primera pregunta: ¿Qué grado de interlocución han tenido ustedes con el Ministerio de Sanidad y Consumo? Por otro lado, el título del proyecto de ley es: ley reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de las labores de tabaco, cuando más concretamente tendría que ser limitadora, porque parece que se está produciendo una confrontación de derechos entre los de los fumadores y los de los no fumadores. Quiero insistir con usted en que el tabaco sigue siendo legal, a pesar del texto del proyecto de ley.

En cuanto a las consecuencias económicas sobre el mercado de trabajo que puede tener el cumplimiento del cien por cien de los extremos del articulado de la ley en los términos en que se recogen, el anterior compareciente de la Federación de hostelería ha cifrado que una bajada de un 8 por ciento del nivel de ventas en los establecimientos, sobre todo de restauración, supondría la pérdida de unos 23.000 empleos a ojo de buen cubero; de todas formas estamos hablando del punto de consumo final, quitando el domicilio. Me gustaría preguntarle acerca de si han hecho algún tipo de estudio sobre las repercusiones que puede tener una caída del mercado de tabaco sobre el sector agrario, sobre el sector transformador, incluso sobre la fabricación de las máquinas expendedoras. ¿Qué tipo de evolución o qué tipo de pérdidas económicas supondría el cumplimiento al cien por cien del proyecto de ley, tal y como está redactado en este momento? Al igual que los anteriores portavoces, quiero preguntarle si se tiene que subir la fiscalidad del tabaco como elemento disuasorio del consumo.

Por otro lado, me ha sorprendido el caso de las islas Canarias que tienen un régimen especial que no se recoge en un apartado específico del proyecto de ley, dadas las peculiares características del archipiélago canario. Además se me ocurre preguntar, es una reflexión, si ha habido algún tipo de interlocución entre el Ministerio de Sanidad y Consumo y las comunidades autónomas; supongo que algo tendrán que decir las autoridades autonómicas de Canarias sobre este tema. Nos ha informado de que el artículo 5. g) pretende prohibir la venta allí donde está prohibido el consumo. Coincido con usted en que van a salir mercados paralelos; esto no es una cosa novedosa. Ocurrió en el pasado y me viene a la memoria la limitación en el consumo de alcohol en Estados Unidos, que creó una industria para-

lela; sin llegar a estas exageraciones, es lógico pensar que se creará la venta alegal del tabaco si no existe la posibilidad de la compra legal. Por otro lado, coincido con usted en que las limitaciones que establece el proyecto de ley sobre el tema de la promoción de eventos nacionales puede tener unas consecuencias importantes sobre determinados sectores deportivos, aparte del patrocinio que hacen sobre temas culturales. Dice que Francia es el único de los ocho países que han establecido limitaciones a la promoción de eventos nacionales que tiene circuitos. ¿Me podría informar de cuáles son los otros siete países que recogen esta prohibición?

No añadiría nada más. Aparte de agradecerle su comparecencia, recalco que esto es una comparecencia sobre un proyecto de ley que afecta a salud pública y como legisladores lo que nos compete es, prevaleciendo el derecho a la salud pública, ver de qué forma somos capaces de articular un mecanismo que al mismo tiempo respete libertades y garantías de los sectores involucrados.

La señora **PRESIDENTA**: Para finalizar esta comparecencia tiene a continuación la palabra, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista, el diputado señor Pliego.

El señor **PLIEGO CUBERO**: Le agradezco, cómo no, su presencia en la Comisión, sus reflexiones sobre este proyecto de ley, que inicia su trámite parlamentario y que, como cualquier ley por definición, tendrá enmiendas y al final sufrirá cambios; no sé de qué entidad o envergadura, pero en cualquier caso sufrirá cambios supongo que para mejorarla.

Ha ido usted haciendo algunas reflexiones sobre temas de interés sin lugar a dudas y añadiendo sobre ellas lo que supuestamente nosotros le íbamos a decir. Yo espero no decepcionarle porque no coincidía mucho lo que usted apuntaba que podíamos decirle con las reflexiones que yo le voy a trasladar. En primer lugar, decía usted, seguro que por centrarse en los cuatro puntos que le parecían más importantes para manifestar su posición, que no entraba mucho en la parte de salud pública de la ley, seguramente, como digo, para disponer de más tiempo para lo otro. La salud pública es la columna vertebral de esta ley; esta es una ley que sale del Ministerio de Sanidad, no del de Trabajo, ni del de Economía, ni del de Industria y Comercio. Yo estoy seguro de que el Gobierno, como cualquier Gobierno responsable que se precie (ha habido un trámite de audiencia importante), ha presentado un proyecto de ley que sufrirá modificaciones, pero en la arquitectura o en la columna vertebral de la ley debiera sufrir los menores cambios posibles, porque lo que pretende es actuar en la venta, consumo y publicidad, que son las tres vías en las que se produce una incidencia en el tema del tabaco, y crear la tensión social que se produce en España con otros temas, por ejemplo con los accidentes laborales que hay al año o con el número de

víctimas que se producen anualmente por accidentes de tráfico. En términos cualitativos cada vida vale el todo, es un valor absoluto, pero en términos estrictamente estadísticos y cuantitativos no son comparables con las propias estadísticas de víctimas y efectos que sobre la salud de los ciudadanos tiene lo relacionado con el tabaquismo. Por tanto, como digo, esta es la columna vertebral de la ley. Ha habido un importante trámite de audiencia, y esta es una decisión política que toma el Gobierno conscientemente, porque quiere afrontar de una manera eficaz y eficiente los problemas del tabaquismo, no solamente, y también, de los jóvenes, en los que las estadísticas no son tan positivas como usted decía, ni en edad de inicio ni cuantitativamente, y sobre todo en el caso de las mujeres.

No he entendido muy bien esa parte (no sé si lo decía usted con ironía o de qué manera) de que habíamos sobrepasado en términos de tiempo las estadísticas previstas. Ante eso caben tres opciones: o avanzamos con fortaleza en esa dirección, o paramos porque hemos corrido mucho y no conviene correr, o incluso retrocedemos, tomamos medidas para volver unos puntos atrás. No he entendido muy bien esa reflexión, pero la posición del Gobierno es clara, todo lo que sea avanzar más en prevenir los efectos negativos y gravísimos que el tabaquismo tiene sobre la salud pública forma parte de la estructura y de la filosofía de la ley en términos conceptuales.

Sin lugar a dudas, lo que recoge la ley no valdría para mucho (esta es una opinión mía muy particular), si en la sociedad no extendemos, sobre todo en el ámbito educativo y en el ámbito familiar ya desde muy tempranas edades, que el tabaquismo es un problema serio. No es un plus que se aporta individual o socialmente, sino algo que limita y que produce déficit importantes en la salud humana. Esta ley tiene dos vías claras: una, toda la parte sociológica de seguir incidiendo en que la valoración de los ciudadanos con respecto al tabaco sea una negativa, entre comillas, en términos de salud pública; y, otra, poner en marcha actuaciones concretas para erradicar este tema. Usted hablaba de posibles defectos formales de constitucionalidad; esto es opinable y ese es un debate que siempre hay que hacer y que es de interés. Desde luego, los servicios jurídicos del Estado, la propia abogacía del Estado y el informe del Consejo de Estado tienen distintas particularidades; unas se han tenido en cuenta y otras no, pero en ningún caso se manifiesta ningún defecto de inconstitucionalidad. En cualquier caso, esto conviene siempre debatirlo a fondo porque una ley lo primero que tiene que ser es constitucional en todo y cada uno de sus apartados, y en esta Comisión seguramente se haga.

Ha hecho usted referencia a un punto que a mí me parece de interés: no correlacionar la prohibición de vender con dónde no se puede fumar. Este es un principio básico de esta ley (digo que lo es y no que a usted le parezca bien o mal; que me estoy limitando a hacer una afirmación de carácter descriptivo) y está dotado de

cierto sentido común más allá de la estadística porque esta es bastante preventiva en algunos asuntos. Usted decía que prevé que la eliminación de puntos de venta genere automáticamente el aumento del contrabando, la ilegalidad, etcétera; esto puede ser así o parecido. Hace diez años, según datos del propio comisionado del tabaco, su venta ilegal estaba en cifras en torno al 16 por ciento, hoy está en torno al 0,8 y en aquel momento el número de puntos de venta era el máximo. Por tanto, el vector cuantitativo no ha influido en la disminución de cuántos puntos había, sino la actuación del Estado para evitar algo que ciertamente hay que evitar porque es una ilegalidad. Por tanto, esta es una apreciación preventiva como si Francia en muy poco tiempo se echara para atrás, por decirlo en una expresión coloquial, en cuanto en cuanto a la prohibición de la publicidad en los eventos deportivos. También es una previsión preventiva, y créame que las cuestiones de tipo preventivo no están en su mejor momento. Usted sabrá que esa es una circunstancia bastante conocida.

Quiero insistir en que respecto a esta ley, que es una ley que el Gobierno plantea con coraje político, que ha tenido una primera parte, insisto, de trámite de audiencia, de trámite legal y que le queda lo más importante por definición, que es el trámite parlamentario, la obligación que tenemos todos los grupos (forma parte de nuestra tarea parlamentaria y también de nuestro grupo que lógicamente es el que apoya al Gobierno y tiene especial responsabilidad en el tema), nuestra tarea, nuestro compromiso, nuestra responsabilidad es analizar todas y cada una de las intervenciones que se produzcan. A lo largo de esta jornada va a haber un amplio espectro de intervinientes que desde distinto ángulo van a ver las cosas. Usted ha referido alguna precisión concreta del informe del Consejo de Estado, y leer una u otra...; aquí hay una muy interesante (también de los consejos profesionales, médicos, farmacéuticos, de sociedades científicas muy relevantes, de personas muy relevantes en cuanto al interés por la salud pública, que es un derecho fundamental y que afecta a un artículo constitucional que lo defiende y que obliga al Gobierno a defenderla; no es un tema menor, es un tema muy principal), que dice que en general a las medidas del proyecto de ley, a todas ellas, se muestran favorables esperando que no se suavicen las medidas previstas en él a lo largo de su tramitación. Por tanto, mirar esta ley desde un solo ángulo sería un error. Al final hay que meter todo en el paquete y ver que aquello que razonablemente se pueda modificar, que mejore la situación y que desde luego no debilite la columna vertebral, que es la salud pública, es una responsabilidad que tenemos los parlamentarios. En ese trámite estamos y quiero agradecerle sinceramente su presencia, como la del resto de comparecientes, porque con total certeza esto sirve para que tengamos más información a la hora de realizar las reflexiones políticas y las enmiendas que podamos presentar posteriormente, con lo que seguramente mejoremos ese proyecto de ley que, insisto, el

Grupo Parlamentario Socialista va a defender porque creemos que es el paso más importante en política de salud preventiva que ha dado un Gobierno en los últimos años y que este Gobierno tiene la intención de defender con firmeza.

La señora **PRESIDENTA**: Para contestar a las cuestiones planteadas o hacer las puntualizaciones que considere convenientes tiene la palabra el señor Barreiro.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DEL TABACO, AET** (Barreiro de las Llanderas): Tengo que empezar reconociendo lo mal didacta y lo mal matético que soy. Dicen que la matemática es la ciencia que trata de despertar en el alumno las ganas de aprender, mientras que el didacta simplemente se limita a saber enseñar. Yo debo ser mal didacta y mal matético porque mis primeras palabras han sido que estamos de acuerdo en conocer el tipo de producto legal al que nos dedicamos y que entendemos absolutamente los inicios de limitaciones sobre los lugares de consumo, los lugares de venta y también sobre su publicidad. Lo entendemos perfectamente, lo he dicho de entrada y es imposible que me deshaga de esta opinión. Sin embargo, creo que no se pueden hacer las cosas de cualquier manera, las cosas hay que hacerlas bien, ajustándose al derecho y ajustándose a los principios que conforman el ordenamiento jurídico español. En ese sentido he tratado de reflejar, por si les servía de algo y no con la intención de atacar a nadie, las contradicciones legales que existen en el documento al que hemos tenido acceso. Me ha alegrado muchísimo oír que estamos en el trámite legal porque desde luego el trámite de audiencia no ha existido previamente, y con esto respondo a alguna pregunta que se me ha hecho.

Les he insistido en que el pasado viernes el Parlamento Europeo ha recordado a los parlamentarios y a los gobiernos que tengan mucho cuidado al legislar para que no se favorezca la aparición de redes paralelas. En el caso del tabaco han medido que el lucro cesante para los erarios públicos de los veinticinco en el año 2004 ha sido de 922 millones de euros, y eso que hay países como éste en los que se ha producido una reducción importantísima del contrabando. Y en esa reducción importantísima del contrabando hemos colaborado con mucho gusto las empresas fabricantes porque a los primeros que perjudica es a nosotros, perjudica a la riqueza que nosotros generamos y al empleo que nosotros generamos. Por tanto, somos conscientes de que si existen unas cifras del orden de 30.000 empleos en la agricultura y primera transformación, en las empresas fabricantes y comerciales del orden de 8.000 empleos y en las mayoristas y minoristas del orden de 40.000 empleos, el impacto en estas cifras será manifiesto. Y no me cabe la menor duda que cuando se trata de evitar el contrabando se está también tratando de que los aspectos sanitarios se cumplan,

porque en esas falsificaciones de tabaco se falsifican maravillosamente hasta las precintas fiscales ya que los falsificadores saben perfectamente que aproximadamente tres cuartas partes de la cajetilla son puro impuesto en nuestro país (un contenedor de esos que vemos por las carreteras deja neto un millón de euros al contrabandista que se ocupa de este tema) y por tanto, es un producto goloso para que estas personas que viven al margen de la ley se dediquen a sacar beneficio de esta actividad. Por esas razones, por razones fiscales, por razones sanitarias y por razones de orden social, el Parlamento Europeo trata de evitar que proliferen este tipo de mafias. Sería muy mala noticia que de aquí se concluyera o pudiera haber alguien que concluyera que el Parlamento español no es sensible a estas recomendaciones del Parlamento Europeo, que básicamente se puede legislar sin preocuparse del aspecto de la transgresión de la ley y que después de todo lo que estamos haciendo es facilitar el trabajo del aparato represivo del Estado. Sería una conclusión muy negativa y debemos de tratar, por encima de todo, que no se filtre a la ciudadanía.

También se me ha preguntado sobre el tema de la publicidad. Yo no soy un experto en publicidad, señoría —están citados expertos y seguramente es una buena pregunta para ellos—, pero sí soy consciente, porque tengo abundantes estadísticas sobre ello, de las razones por las que los menores son capaces de iniciarse en el consumo del tabaco, y desde luego el aspecto de la publicidad constituye un 1 por ciento. En primer lugar, hay que destacar el aspecto de la integración en el grupo, que constituye alrededor del 50 por ciento; en segundo lugar, lo que hace el líder del grupo, si fuma o no; en tercer lugar, si el líder de música o deportista, etcétera, fuma o no fuma, razón por la cual nosotros en nuestro código de autorregulación prohibimos que ningún famoso aparezca en la publicidad fumando; en cuarto lugar, lo que ve en casa y en el colegio —estas cuatro causas conforman en torno al 99 por ciento—, y el quinto factor es el de la publicidad. Luego no es este el elemento que incita a fumar. La publicidad de un producto maduro no es la publicidad de un producto emergente. Son dos conceptos completamente diferentes. Por más anuncios de detergente que uno vea, no se le ocurre ponerse a lavar más; elegirá esta marca o esta otra, pero no se le ocurre lavar más. A nadie se le ocurre fumar más porque vea un anuncio de tabaco, porque es un producto maduro y la publicidad funciona de diferente manera en un producto emergente, en uno normal o en uno maduro. De hecho, si ustedes le preguntan al Comisionado para el Mercado de Tabacos les dirá que las cifras de venta del número de cajetillas de este año al mes de abril versus al año pasado son del orden de un 3 por ciento menos.

¿Por qué se produce eso? No baja más por el efecto fiscal —y había alguna pregunta en ese sentido—, porque en Francia subieron excesivamente los impuestos y entonces el resultado es que los franceses bajan a

comprar el tabaco a España. Por el efecto transfronterizo y del turismo en la costa mediterránea y en las islas Baleares y Canarias se produce un incremento importantísimo de la venta de cajetillas respecto a lo que se vendió el año anterior. Entonces, el conjunto de esos dos efectos es que se ha vendido un 3 por ciento menos. Ellos lo tienen medido y dicen que las ventas dentro de la Península son del orden de un 6 por ciento menos de cajetillas con respecto a las del año pasado. Eso está en plena concordancia con las estadísticas, que no son más, señor diputado, son del Ministerio de Sanidad y Consumo. En la encuesta nacional de la salud, que es una de las mejores encuestas que se hacen en este país, se pregunta a 10.000 personas mayores de 16 años sobre los hábitos sanitarios. Por tanto, es una encuesta absolutamente medida, científica, que lleva ya quince años haciéndose y eso da un cierto rigor a la matemática que hay implícita en este tipo de encuestas.

Me preguntaban también cuáles son esos países que tienen prohibido el patrocinio nacional. Se los voy a decir con mucho gusto, señorías: Chipre, Chequia, Dinamarca, Finlandia, Francia, Irlanda, Polonia y Eslovenia. En cuanto a cómo ha variado el tema del contrabando, es curiosísimo ver que el hecho de que el Comisionado para el Mercado de Tabacos haya emprendido una política rigurosa, desde que se creó este organismo en el año 1998 hasta aquí, teniendo constancia de las autorizaciones administrativas que tenía que dar a los puntos de venta, ha ayudado e ido en correlación con la disminución del contrabando que, efectivamente, alcanzaba unas cifras hace 10 años del orden del 16 por ciento y hay que felicitarlo porque este país haya conseguido, después de 10 años de luchar contra el contrabando, tenerlo reducido a cifras del orden del 1 por ciento. Señoría, le recuerdo que cifras del orden del 1 por ciento le hacen un daño al erario público español del orden de 80 millones de euros. Por eso en el conjunto de la Unión las cifras salen bastante cuadradas en 922 millones de euros.

La señora **PRESIDENTA**: Concluida la intervención del señor Barreiro, damos por finalizada esta comparecencia.

A continuación suspendemos la sesión por breves minutos para dar entrada al tercer compareciente de los citados en el orden del día de hoy. **(Pausa.)**

— **DEL SEÑOR SECRETARIO GENERAL DE LA UNIÓN DE ASOCIACIONES DE ESTANQUEROS DE ESPAÑA (TORINOS GONZÁLEZ).** (Número de expediente 219/000201.)

La señora **PRESIDENTA**: Continuamos con el orden del día. A continuación, y para ilustrarnos en nombre de la entidad que representa como secretario general de la Unión de Asociaciones de Estanqueros en relación con el contenido de la ley de la que estamos

hablando a lo largo de esta mañana, reguladora de la venta, suministro, consumo y la publicidad de los productos del tabaco, tenemos con nosotros a Miguel Ángel Torinos González, que a lo largo de diez minutos o un cuarto de hora nos planteará las cuestiones que considere conveniente y después contestará a las preguntas que les sean formuladas por sus señorías.

Tiene la palabra, por tanto, el señor Torinos.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE LA UNIÓN DE ASOCIACIONES DE ESTANQUEROS DE ESPAÑA** (Torinos González): Señorías, en primer lugar, quiero agradecer en nombre de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España la oportunidad de exponer nuestras consideraciones y nuestros puntos de vista sobre el proyecto de ley reguladora de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco. Nuestra organización es la mayoritaria en el sector, ya que representa aproximadamente el 80 por ciento de los expendedores de tabaco y timbre, a través de sus asociaciones provinciales.

En primer lugar, somos conscientes como organización de que el consumo de tabaco es un factor de riesgo que posibilita el padecimiento de enfermedades que los profesionales de la sanidad han definido de manera, a nuestro entender, categórica y que por supuesto no es objeto de debate. Asimismo, estamos totalmente a favor de garantizar el derecho de los no fumadores a respirar aire limpio, derecho al que por otra parte tenemos todos. Del mismo modo, estamos totalmente de acuerdo y a favor de que los menores de edad no accedan a los productos del tabaco, y además lo hemos demostrado subvencionando con cargo a nuestros presupuestos asociativos, y en compañía de las empresas del sector, tres campañas de divulgación de la prohibición de venta de labores de tabaco a menores. Estas campañas consistieron en la colocación de carteles divulgativos no solamente en nuestras expendedorías, sino también distribuidas a nuestros clientes, como son los puntos de venta con recargo. Las campañas se desarrollaron en los años 1998, 2001 y 2003. Hago notar a SS.SS. que en el año 1998 aún el debate no estaba en la sociedad española en los términos actuales y nosotros ya pensábamos en esa prevención a los menores.

Por otra parte, estamos de acuerdo sin reservas en las medidas de prevención en este campo, ya que es una función de las autoridades sanitarias y una encomienda a los poderes públicos de la Constitución española, que en su artículo 43 reconoce el derecho a la protección de la salud. Este artículo encomienda a estos poderes la organización y tutela de la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios. No obstante, la decisión de fumar por parte de personas adultas es una decisión personal, encuadrada dentro de las libertades individuales de los ciudadanos, que pueden ejercer de forma voluntaria y que en un régimen de libertades como el consagrado en nuestro régimen democrático debe ser respetado. En uso de

este derecho, nosotros abogamos por el diálogo y no por las prohibiciones a ultranza, que lo único que consiguen es crispación, por lo que las medidas educativas serían el complemento adecuado a las medidas preventivas y no las sancionadoras. Pero una vez establecidas estas premisas, nos gustaría hacer unas observaciones a SS.SS. sobre nuestra actividad comercial.

La venta de labores de tabaco es una actividad legal que en España se ejerce en su fase minorista, que es la que nuestra organización representa a través de las expendedorías de tabaco y timbre del Estado; expendedorías configuradas como concesiones del Ministerio de Economía y Hacienda, con una regulación sin parangón en ninguna actividad de este país por las disposiciones que nos afectan: la Ley 13/1998, de Ordenación del Mercado de Tabacos y su Real Decreto 1011/1999, de 9 de julio, que aborda su desarrollo. En la exposición de motivos esta ley aduce razones fiscales y sanitarias para acudir a una regulación tan exhaustiva y establece que la venta al por menor de labores de tabaco es de titularidad del Estado, que continúa revistiendo un carácter público y constituye un instrumento irrenunciable para el control de un producto estancado como el tabaco, con notable repercusión tributaria. Del mismo modo, se prohíbe la realización de actividades promocionales por parte de los fabricantes y marquistas porque podrían suponer una alteración de los principios de neutralidad y, sobre todo, una presión de forma contraria a los principios sanitarios que presiden la lucha contra el tabaquismo.

El sistema impositivo actual que grava las labores del tabaco consta de tres impuestos: dos impuestos indirectos —uno específico y otro *ad valorem*, según el valor del mismo— y un tercero, el IVA. En el año 2002, los impuestos especiales del tabaco supusieron el 2,71 por ciento del producto interior bruto; según la memoria de la Agencia Estatal Tributaria, las labores del tabaco en el año 2002 supusieron el 27,8 por ciento de los impuestos especiales, superando la cifra de los 6.000 millones de euros; en el año 2003 esta recaudación fiscal ha rozado los 7.000 millones de euros. Es decir, el tabaco es el producto de venta al público que más fiscalidad soporta. Con respecto al año 2002, en estas cifras se ve un incremento de esa fiscalidad. Esto no significa que haya habido más consumo, sino que los impuestos han aumentado vía precio, toda vez que el 71 por ciento de su precio venta al público son impuestos. Hay dos factores que también tienen una incidencia definitiva en el crecimiento de esta recaudación. El turismo en el año 2003 ha vuelto a ser la primera industria española y los cigarrillos en los países emisores de visitantes a nuestro país tienen unos precios acordes con su poder adquisitivo, que es mucho más alto que en España, con lo cual estos ciudadanos adquieren estas labores de tabaco a precio más barato en nuestro país. A este acopio que los turistas hacen del tabaco en los estancos españoles hay que unir que el contrabando —una lacra que hemos venido padeciendo

en este país— está en sus horas más bajas. El último dato oficial que disponemos es el del año 2002, que habla de poco más de un 1 por ciento del mercado legal, cuando llegó a estar en un 20 por ciento. En el año actual, oficiosamente está en el 0,8 por ciento de las ventas legales. Tenemos más venta, aunque no necesariamente más consumo, porque el campo que abordaba el contrabando lo ha cubierto la venta legal. El impuesto especial que grava las labores del tabaco en España supone el 58 por ciento del precio de venta al público, cantidad a la que hay que sumar el IVA, el 13,79 por ciento, lo que supone una carga tributaria cercana al 72 por ciento.

Hay tres elementos fundamentales para la positiva evolución de la recaudación fiscal que en el año 1990 supuso 1.467 millones y en el año 2003, 6.992 millones: unos incrementos regulares del precio por parte de los fabricantes —vuelvo a recordar que el 72 por ciento de cada incremento son impuestos—, el mantenimiento de un marco fiscal estable en términos generales sin adoptar medidas que pudieran provocar importantes trastornos en el mercado y una progresiva disminución del contrabando. En cuanto a las unidades físicas de cajetillas, baste el dato de que en el año 1997 se vendieron 3.907 millones y en el año 2004, 4.663 millones. El incremento parece sustancial. Hay que tener en cuenta la disminución gradual del contrabando —como he dicho antes— en un 19 por ciento, que ha nutrido las ventas legales. También hay una apreciación del incremento de las ventas transfronterizas. Es decir, el incremento del precio en las naciones fronterizas con España, sobre todo en Francia y, en menor medida, en Inglaterra, ha supuesto un aumento de unidades físicas. En el resto de España las ventas de tabaco han disminuido entre un 1 y un 4 por ciento y en las provincias se han incrementado hasta un 30 por ciento. En Álava ha disminuido el 1 por ciento, en Asturias el 3 por ciento, en Cáceres el 3 por ciento y, en cambio, en Gerona ha subido el 35,40 por ciento, en Lérida el 27,74 y en Guipúzcoa el 26,95 por ciento. ¿A qué se debe esto? Fundamentalmente, a ese acaparamiento por parte de los ciudadanos franceses. Este incremento coincide además con los datos aportados por la Confederación Europea de Detallistas de Tabaco y por la francesa. A nivel nacional y de acuerdo con el último informe publicado por la consultora SM, el volumen de consumo de contrabando representa solo el 0,8 por ciento. Estos niveles contrastan con las aprehensiones realizadas por las Fuerzas de Seguridad del Estado, que se incrementan cada año. Sin embargo, ahora mismo la práctica totalidad de todas las aprehensiones realizadas son de marcas extranjeras no consumidas en España, que van en tránsito hacia países consumidores donde el precio es más elevado, como son Francia, Países Bajos e Inglaterra.

Una vez establecidas las condiciones en las que se mueve la venta de labores de tabaco en España de modo muy general —porque podría estar hablando

bastante más tiempo— paso a comentar detalladamente el proyecto de ley que nos ocupa. El Gobierno, a través del Ministerio de Sanidad y Consumo, ha elaborado un proyecto de ley reguladora de venta, de suministro, de consumo y de publicidad de labores de tabaco, con el fin de evitar el inicio en el hábito tabáquico —idea que asumimos—, particularmente entre los jóvenes, garantizar el derecho de los no fumadores a respirar aire no contaminado por el humo del tabaco y a hacer más fácil el abandono de este hábito a las personas que lo deseen, cumpliendo así el convenio marco de la OMS. El proyecto de ley tiene en cuenta una serie de premisas y principios basados fundamentalmente en criterios coercitivos y sancionadores que, a nuestro juicio, no son los más adecuados para conseguir los objetivos propuestos. En el texto legal brillan por su ausencia las medidas educativas y, sobre todo, se aprecia carencia de medios para aplicarlas, dejando en manos de las comunidades autónomas la aplicación de las mismas y, sobre todo, la capacidad normativa, en uso de sus competencias, sobre los extremos que las leyes autonómicas de sanidad deben contemplar. En esta realidad nos podemos encontrar ante 17 legislaciones diferentes, con la consiguiente discriminación entre ciudadanos dependiendo de su lugar de residencia.

En relación con este proyecto de ley, la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España desea poner en consideración de SS.SS. las siguientes observaciones, por si estiman oportuno y razonable suprimir o adicionar, según proceda, al texto legal propuesto por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Primera: Una enmienda de supresión parcial al artículo 3.2, que habla de la venta y suministro de los productos del tabaco, que dice que prohíbe vender o entregar a personas menores de 18 años productos del tabaco, así como cualquier otro producto que le imite o induzca a fumar. En particular, se prohíbe la venta de dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan forma de producto de tabaco y puedan resultar atractivos para los menores. Igualmente prohíbe la venta de tabaco por personas menores de 18 años y nosotros solicitamos que se retire esta prohibición. El artículo 6 del Estatuto de los Trabajadores, respecto al trabajo realizado por menores, establece lo siguiente: Se prohíbe la admisión del trabajo a los menores de 16 años. Los trabajadores menores de 18 años no podrán realizar trabajos nocturnos, ni aquellas actividades o puestos de trabajo que el Gobierno, a propuesta del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, previa consulta con las organizaciones sindicales más representativas, declare insalubres, penosos, nocivos o peligrosos, tanto para su salud, como para su formación profesional o humana. Entendemos que la actividad de venta de productos de tabaco en expendedurías no es una actividad insalubre, penosa, nociva o peligrosa, por lo que puede ser desarrollada perfectamente por un menor sin perjudicar a su salud. Las expendedurías de tabaco y timbre son pequeños comercios, en su mayoría familiares, que tienen derecho a acogerse, como

cualquier otro negocio, a los beneficios y prestaciones que vienen otorgándose por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para el fomento de empleo de menores a través de contratos de formación y de aprendizaje. Además, dado el carácter familiar de los estancos, en muchas ocasiones el expendedor cuenta con la ayuda de sus hijos mayores de 16 años, pero menores de 18, que pueden trabajar en su negocio familiar, con lo cual no vemos ningún fundamento en esta prohibición.

Segunda: Enmienda de supresión. Proponemos suprimir el punto a), del artículo 5, donde habla de las expendedorías en interiores de los centros de administraciones públicas. Pedimos su supresión porque este artículo, en primer lugar, es contrario a casi todas las legislaciones autonómicas sobre drogodependencias y otros trastornos adictivos —significaría cerca del 90 por ciento de las provincias en este país— y, en segundo lugar, a la Ley 13/1998, de ordenación del mercado de tabaco y normativa tributaria y su Real Decreto 11/1999, que contemplan expresamente a las expendedorías de tabaco y timbre ubicadas en las dependencias de los organismos públicos y las clasifica como expendedorías especiales. Leyes autonómicas que permitan la venta de labores de tabaco en los recintos de las administraciones existen en la comunidad andaluza, Murcia, Cataluña, País Vasco, Galicia, Valencia, Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Castilla y León, Extremadura, Cantabria y, recientemente, el 29 de abril, la Comunidad de las Islas Baleares permite la venta en bares y cafeterías de los centros de las administraciones públicas, casi en contradicción con lo establecido en este proyecto de ley. Solamente dos comunidades, Aragón y Navarra, contemplan la prohibición de venta de labores de tabaco en dependencias de las administraciones públicas. Asimismo el Plan de prevención para el control del tabaquismo, recientemente aprobado, tampoco contempla la prohibición de venta en las administraciones públicas, limitándose a propiciar una política gradual de espacios sin humos, es decir, únicamente establece limitaciones al consumo pero no a su venta.

Por otra parte, el presente proyecto contempla en su disposición transitoria primera el régimen transitorio de determinadas expendedorías. Las expendedorías de tabaco y timbre existentes a la entrada en vigor de este texto que se vean afectadas por la limitación de este artículo 5 g) podrán seguir llevando acabo su actividad hasta la extinción de su concesión administrativa. En este supuesto se incluyen las expendedorías situadas en centros o establecimientos donde esté prohibido su consumo como, por ejemplo, las ubicadas en centros comerciales, incluyendo grandes superficies o galerías comerciales. Con arreglo a lo comentado, no resulta coherente dejar sin efecto la concesión de expendedorías especiales ubicadas en centros y dependencias de las administraciones públicas, concediéndolas un solo año para que procedan al cambio de emplazamiento en sus locales con el gasto inherente al traslado, incluyendo el canon concesional, cuando el mismo texto man-

tiene el estatus de las expendedorías interiores ubicadas en otros establecimientos comerciales hasta la extinción de su concesión administrativa. No debemos olvidar que las expendedorías prestan un servicio público al ciudadano comercializando no solo tabaco, sino también productos timbrados y documentos del Estado, cumpliendo con su condición de concesionarios administrativos. Basándonos en principios de analogía jurídica, estimamos que las expendedorías ubicadas en los centros de las administraciones públicas no deberían devenir ilegales, sino continuar en su statu quo hasta la extinción de la concesión, sin perjuicio de prohibir expresamente la convocatoria de nuevas expendedorías de este tipo en los centros públicos. En todo caso, como información para SS.SS., el número de expendedorías existentes en centros y dependencias de las administraciones públicas asciende a 198 en todo el territorio nacional, con una edad media de los titulares de 52 años, con lo que la medida que proponemos de mantener las mismas hasta la extinción de la concesión administrativa nos parece total y absolutamente razonable.

Tercera: Enmienda de modificación. Modificar el artículo 7 a), que prohíbe fumar en los centros de trabajo públicos y privados. Nosotros proponemos una adición que diga: salvo acuerdo entre empresa y trabajadores. Nuestra justificación es que, manteniéndose el principio legal de la prevalencia del derecho de los no fumadores en todo momento —es decir, eso no tiene discusión—, debería facultarse a los trabajadores y empresarios decidir por unanimidad en el seno de cada empresa la posibilidad o no de consumir tabaco en su propio centro de trabajo, habilitando los lugares adecuados para ello. Esta regulación debe llevarse a cabo mediante la normativa laboral sobre seguridad e higiene en el trabajo. La importancia del consenso en la regulación de las comisiones de salud en los centros de trabajo se refleja en cualquier normativa laboral, toda vez que, somos conscientes, no tenemos noticias de que se haya producido ningún de conflicto entre fumadores y no fumadores en ningún centro de trabajo por este motivo. Todas las empresas sin normativa al respecto han resuelto el problema. Establecer un nuevo sistema de crispación o un posible conflicto dentro de las relaciones laborales nos parece un poco arriesgado.

Cuarta: Enmienda de supresión y adición. Supresión del artículo 9. Nueva redacción según la Directiva 2003/33, de la Unión Europea, relativa a la aproximación de las disposiciones legales reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y patrocinio del tabaco. Nosotros proponemos que se transcriba literalmente lo establecido en la Directiva comunitaria 2003/33, sobre la publicidad de las labores de tabaco en todos los medios. La ley va más allá y entendemos que no debería ser así, entonces la actual redacción del proyecto de ley va más allá de esta mera trasposición. Esta circunstancia y la intención del proyecto de ley de restringir toda comunicación comercial va a dificultar enormemente su aplica-

ción en el contexto mundial de internacionalización de las comunicaciones, tal y como advierte el Consejo Económico y Social en su informe. Es preciso que nuestro proyecto de ley se atenga exclusivamente a lo previsto en la Directiva europea relativa a la aproximación de las disposiciones legales reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y patrocinio de los productos del tabaco y no ir más allá en perjuicio de la industria nacional. En un contexto europeo de mercado único, donde no es posible la restricción de la libre circulación de servicios y mercancías, es preciso adoptar normativas en línea de lo estipulado en las directivas europeas. Las prohibiciones absolutas o muy restrictivas de la publicidad, la promoción y el patrocinio de una actividad comercial legal podría vulnerar varios derechos constitucionales como el de la libertad de expresión, en su artículo 20.1.a, el de comunicar o recibir libremente información, artículo 20.1.d, y el de libertad de empresa, artículo 38 de la Constitución española. El tabaco es un producto legal en España, como anteriormente he manifestado, y su comercialización es lícita. El derecho a vender un producto lícito en las tiendas especializadas donde se comercializa implica que puede haber publicidad del mismo como medio imprescindible para dar a conocer el resultado de una actividad empresarial legal. La prohibición total de cualquier comunicación comercial lesiona el derecho de los consumidores y usuarios adultos —siempre adultos, por supuesto— a ser informados sobre las condiciones y características de los productos que consumen, así como el derecho a ponderar sus ventajas sobre otros análogos. Por otra parte, la prohibición de la publicidad dificultaría las condiciones de competencia de nuevas empresas tabaqueras en relación con otras ya existentes que en la actualidad ostentan mayores cuotas de mercado. En lo que se refiere a la publicidad en las expendedurías, este aspecto ya se encuentra recogido y se viene cumpliendo correctamente. El artículo 10.2 y 3 del Real Decreto 11/1998, de desarrollo reglamentario de la Ley 13/1998 determina que la publicidad de marcas o productos en las expendedurías solo podrá realizarse en el interior y en los escaparates con arreglo a ciertas normas. Los comercios utilizan los escaparates y demás stands para mostrar los productos que comercializan legalmente. Las expendedurías son comercios lícitos que deben poder mantener en sus escaparates los productos que comercializan. El cliente que acude a una expendeduría tiene derecho, como cualquier otro consumidor, a ser informado para poder elegir el producto que desea consumir.

La quinta enmienda, de modificación, por analogía con nuestra segunda enmienda, propone la modificación de la disposición transitoria primera para mantener que las expendedurías existentes en los centros públicos sigan subsistiendo hasta la extinción de la concesión correspondiente.

La sexta enmienda, de adición, es nueva. Sabemos que esta ley no tiene carácter económico, pero a raíz de unas noticias aparecidas en la prensa y una presión de los profesionales sanitarios que el Día Mundial contra el Tabaco recogieron 11.000 firmas para decir a la ministra de Sanidad que indujera al ministro de Economía a subir las labores del precio del tabaco como medida encaminada a disminuir su consumo, proponemos una enmienda de adición y la introducción de una disposición adicional novena, que se titula: precio mínimo de venta minorista para cigarrillos. Se habilita al Gobierno para que, en el momento que estime oportuno, adopte un sistema que permita establecer un mínimo precio de referencia de venta al público de cigarrillos. Sabemos que no es competencia del Ministerio de Sanidad, pero en esta ley podría aparecer de alguna manera una recomendación al Ministerio de Economía para que lo estableciera. La justificación es la siguiente. Últimamente están apareciendo en el mercado marcas de cigarrillos de bajo coste que, por sus características, resultan más atractivas a la hora de ser adquiridas por parte de los más jóvenes. Estos productos suponen un grave perjuicio para la recaudación impositiva y constituyen una difícil lacra para cualquier gobierno, de acuerdo con las actuales líneas de actuación en materia de política sanitaria y de salud pública. En el último año se ha producido un incremento espectacular de la venta de marcas de tabaco con precio muy bajos. Estamos hablando de 1,50 y 1,30 euros por cajetilla. Este fenómeno es muy peligroso, ya que, debido a su bajo coste, este tipo de marcas resultan atractivas para los jóvenes y no parece congruente que en el proyecto de ley se prohíba la venta de cigarrillos en envases de menos de 20 unidades y se permita la venta de envases de 20 cuyo valor de compra es inferior a lo que se pretende prohibir. De acuerdo con informaciones facilitadas por un mayorista autorizado, en los inicios de este fenómeno, en el año 2003, las ventas de dos marcas baratas superaron los 100 millones de cajetillas, lo que supone pérdidas para la recaudación impositiva cercanas a los 15 millones de euros si estas ventas se hubieran efectuada en marcas de segmentos de precio tradicional. Con el paso del tiempo este fenómeno se ha ido incrementando peligrosamente. En el primer trimestre de 2005 el incremento de ventas de una determinada marca ha sido del 61,71 por ciento. En la actualidad existen en el mercado una veintena de marcas con un precio inferior a 1,50 euros por cajetilla. La marca más barata a la venta cuesta tan solo un euro. El establecimiento de un precio mínimo de referencia evitaría la proliferación de estos productos, que son contrarios a cualquier política sanitaria de restricción de consumo y de protección de la salud de los menores.

Me gustaría darles unos datos estimativos de la repercusión que este proyecto de ley tendrá sobre nuestra actividad económica. Según cálculos aproximados, en el comercio minorista de tabaco en España existen 48.000 puestos de trabajo directos. Las estimaciones de

pérdida de puestos de trabajo directos en el sector minorista rondaría el 12 por ciento, por lo que estaríamos hablando de unos 3.000 puestos de trabajo. Respecto a los impuestos especiales e IVA, teniendo en cuenta que la fiscalidad aplicable a los productos del tabaco ronda el 72 por ciento del precio de venta al público, la recaudación global en España, como he dicho antes, en el año 2003 ascendió a 6.992 millones de euros. Este aumento se produce por los aumentos de precio y de fiscalidad, ya que las ventas del tabaco, como hemos dicho antes, vienen cayendo progresivamente. Debido a las políticas sanitarias llevadas a cabo en muchas comunidades, y sobre todo a la presión mediática de información y a que el ciudadano se está concienciando de esta campaña, las ventas están cayendo en prácticamente todas las comunidades autónomas. Concretamente, como he dicho antes, en Andalucía el 2,5 por ciento, en Valencia el 3,9, en Madrid el 7,6 y en Castilla y León el 6. Si las pérdidas en ventas se van incrementando a este ritmo, se calcula que las pérdidas en ventas serán entre un 13 y un 15 por ciento. Esto va a suponer un quebranto fiscal que rondará con toda probabilidad los 1.000 millones de euros en pérdidas de recaudación impositiva por impuestos del tabaco.

Por último, me gustaría resaltar la contradicción existente entre dos normas legales de simultánea tramitación en el tiempo y que afectan al comercio de labores del tabaco. Por un lado, se está tramitando en el Congreso el proyecto de ley de reformas para el impulso de la productividad, que como su propio nombre indica pretende que los sectores afectados por esta norma legal sean más productivos y, en consecuencia, más rentables. En concreto, en nuestro sector, su productividad se vería reflejada en un aumento de venta de nuestros productos fundamentales, las labores del tabaco; pero, por otro, el proyecto de ley que nos ocupa hoy pretende lo contrario, que cada vez se consuma menos. Alguien debería explicarnos cómo se puede conciliar un interés con el otro. Yo les confieso que no soy capaz de encontrar esa explicación.

No me queda más que agradecer a SS.SS. la atención prestada. Estoy a su disposición para las preguntas que deseen.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Torinos, por habernos trasladado lo que son las inquietudes de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España. A continuación, como es práctica en estas comparecencias, los distintos grupos le irán formulando preguntas o las consideraciones que tenga por conveniente.

En primer lugar y en nombre del Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds, tiene la palabra la diputada señora García.

La señora **GARCÍA SUÁREZ**: Señor Torinos González, encantada de saludarle. Le agradecemos, cómo

no, su intervención y la exposición que ha realizado, lógicamente, desde la perspectiva de lo que usted representa como secretario general de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España, que sin duda tienen mucho que decir en este sentido y por algo está usted hoy aquí representando al conjunto del sector.

En todo caso, igual que he hecho en las otras comparecencias, quizás no sería necesario tenerlo que explicitar, pero me parece que siempre es oportuno manifestar que, tanto personalmente —que no es lo que importa— como en representación de mi grupo parlamentario, compartimos el espíritu que ha movido a hacer esta ley desde el punto de vista de la salud pública, y vamos a trabajar para que el beneficio que se pretende sea una realidad; otra cosa es si el texto de la ley es el más adecuado o no para conseguir esa mejora de la salud pública. En todo caso, nosotros vamos a trabajar en este sentido.

Creemos que el Estado español necesita un toque de atención respecto al tema del tabaquismo y su repercusión a nivel sanitario y también para las arcas del Estado, porque se da una doble contradicción, una más —usted ha manifestado algunas y yo le manifiesto otras—: por un lado, hay una recaptación importante y, por otro, un importe incluso superior al conseguido por esta recaptación habrá que destinarlo a las secuelas y a los problemas que genera la enfermedad, aunque sin duda —esto también está bastante asimilado por todo el mundo— no la genera exclusivamente el tabaco, pero en todo caso tiene una parte importantísima el consumo del tabaco. Dejando esto claro, que usted ya debe conocer pero que deseaba comentar, quiero decir que ha expuesto una serie de cuestiones que se me antoja evidencian una realidad. Casi todos los proyectos de ley antes de presentarse deberían pasar por la transversalidad de los diferentes ministerios que tienen algo que decir, sobre los que va a repercutir directa o indirectamente y, en todo caso, deberían plasmar las consecuencias que cualquier proyecto de ley puede tener. No soy quien para cuestionar si esto se ha hecho o no. Tengo que pensar que ya ha habido suficientes conversaciones en el Ministerio de Sanidad con los diferentes ministerios, el de Industria, el de Economía, etcétera. En cuanto a la valoración que usted hace sobre que hay una apuesta por una mayor productividad, también desde el Estado, ¿qué vamos a hacer con esta mayor productividad? ¿O vamos a vender el tabaco al tercer mundo para ir trasladando los problemas como siempre a otros lugares? Esto significa que este proyecto de ley habría necesitado de un mayor debate previo y de un análisis transversal para saber lo que esto significa.

Le voy a ser clara también, no porque desde mi punto de vista, desde el grupo parlamentario al que represento, tenga que valorar si el Ministerio de Sanidad lleva adelante o no una ley determinada, en este caso para fomentar la salud pública en función de mayores o menores ingresos o en función de una repercusión, incluso desde el punto de vista del mercado de trabajo, sino porque cualquier medida que queramos

tomar tiene una cara positiva y otra negativa o tiene aspectos por los que vale la pena apostar, a pesar de los riesgos que puedan existir. Me preocupa mucho cuando oigo hablar de las repercusiones económicas, porque hemos de ver la globalidad de todo aquello que planteamos, sin que esto signifique que a menos ingresos económicos haya que reducir la mejora de la salud pública o apostar por estas medidas. Ahora bien, hay que ver cómo se pueden reducir estas repercusiones lo máximo posible y hacer un planteamiento cuyo impacto sea controlable. Lo que todos queremos es que se planifique mínimamente el impacto que va a tener una posible ley como la que estamos debatiendo. No puede ser que un hábito que ha sido el deporte nacional en este país hasta hace pocos años, porque era una manera de relacionarse —los que no lo hacíamos nos podíamos sentir incómodos—, ahora se convierta de la noche a la mañana en una situación que parece ilegal. O es un producto, he repetido antes, legal o es un producto ilegal. Que conste que abogo por la legalidad de este producto y de todos, porque llevar este tema por según qué caminos conlleva que las redes de tráfico puedan también encontrar una vía de enriquecimiento, y eso es terrible. Comparto la idea de que para los que va a ser más negativo en este caso es para los jóvenes porque, dependiendo del precio del tabaco legal que haya, van a ir, como están yendo en otros hábitos, por otro camino. Por tanto, no estoy planteando la ilegalidad, ni en esto ni tampoco, como ha dicho mi grupo parlamentario, en otros hábitos. De lo que se trata desde nuestro punto de vista es de conseguir que individual y colectivamente haya una voluntad, desde la responsabilidad individual y de convencimiento, de un uso —si me permite, porque yo no fumo— absolutamente cero o como mínimo un uso que sea lo menos lesivo posible para la salud pública.

Desde este punto de vista, usted nos ha informado y supongo que nos va a dejar un material con propuestas muy concretas, algunas de las cuales posiblemente no compartamos —ya lo adelanto ahora—, pero otras las vamos a estudiar con detenimiento. Le agradecemos de nuevo su exposición y esperamos, porque esta es la idea y la ventaja del procedimiento parlamentario, que tanto en el proceso de comparencias, como en el trabajo que cada grupo parlamentario hemos de realizar en la discusión de esta ley y en las enmiendas, finalmente tengamos una ley con el consenso lo más amplio posible, siempre con esta idea de mejora de la salud pública.

La señora **PRESIDENTA**: Seguidamente y en nombre del Grupo de Esquerra Republicana de Catalunya, tiene la palabra la señora Bonás.

La señora **BONÁS PAHISA**: Bienvenido, señor Torinos. He escuchado su intervención con mucha atención porque ha sido muy interesante. Es evidente que hay un conflicto de intereses, esta es la Comisión

de Sanidad, usted quiere vender más tabaco y nosotros queremos que se consuma menos tabaco en el futuro. Partimos del hecho de que no porque se deje de vender se dejará de consumir tabaco. Mi gran preocupación es que si vendemos menos tabaco legal se venderá más ilegal, porque nosotros consideramos que las drogas van a seguir existiendo aunque se prohíban, y lo que queremos es que se regule su venta, que el producto sea controlado, que tenga los máximos controles de sanidad posibles. Mi pregunta es, como dijo el anterior compareciente: si limitamos los puntos de venta, ¿usted cree que va a haber desabastecimiento del mercado?

Respecto a sus enmiendas, me parecen todas muy razonables. En cuanto a lo de prohibir a los menores de 18 años vender en un estanco, me parece lógico que si es el hijo del estancero pueda vender. Respecto a los estancos ya existentes en los lugares de administración pública, podemos admitir un impasse de tiempo, me parece razonable. El punto en el que tengo más dudas es el del precio mínimo. Podría discutir con usted que el Estado está haciendo un doble juego: por una parte, le interesan los impuestos del tabaco, pero esos impuestos deberían ir dedicados a que se fume menos, a informar más, no a otros aspectos; por otra, si aumentamos mucho el precio del tabaco, ¿no estamos favoreciendo lo que queremos evitar, que es el tabaco de menos calidad, más ilegal? Si el poder adquisitivo del español es menor que en Europa y encarecemos el tabaco, necesariamente va a haber una solicitud de tabaco más barato, y a lo mejor de menor calidad y de contrabando. Esta es mi duda respecto al precio mínimo que usted sugería.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación, en nombre del Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra el señor Martín Soledad.

El señor **MARTÍN SOLEDAD**: Bienvenido, señor Torinos.

En primer lugar, quiero hacer incidencia sobre lo mismo. Estamos en la Comisión de Sanidad y nuestra preocupación como legisladores es todo lo relacionado con aquellos aspectos de la salud y, en concreto, el hábito del tabaco en cuanto a la salud pública. De todas formas, también como legisladores hay que intentar, en la medida posible, que la legislación sea aplicable, sea útil y que produzca las menores distorsiones posibles a los sectores implicados.

Voy a entrar en materia, y lo primero que quiero preguntarle, como apreciación a lo mejor, es lo siguiente: ¿El proyecto de ley modifica de alguna manera el régimen de concesiones de los estancos de los puestos de venta de tabaco y timbre? Por otro lado, al igual que he hecho con el anterior compareciente, ¿el trámite de audiencia previa como sector afectado se ha cumplido con ustedes? ¿Han sido receptivos al oír sus alegaciones o la problemática del sector de estancieros? Nos ha dado unos datos sobre el incremento en las ventas de labores del tabaco en aquellas comunidades autónomas

cuya principal actividad es la turística, o bien suponen frontera. Aquí hay que aplicar el refrán de si ves las barbas del vecino pelar pon las tuyas a remojar. Esto quiere decir que va a haber una demanda de un tabaco más barato en el caso de que haya un incremento de la fiscalidad. Me parece que coincidimos todos en eso. Hecha la ley, hecha la trampa. El refranero popular está plagado de acepciones relativas al término de intentar buscar lo más barato. Ha dicho que el sector que usted representa es el 80 por ciento del total de expendedores de tabaco y timbre. En concreto, ¿qué número total hay de estancos o de concesiones del Ministerio de Economía y Hacienda para expendedorías de tabaco?

Por otro lado, haciendo mención a la transversalidad a la que ha hecho referencia la portavoz de Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds, ¿sabe usted si el Ministerio de Economía y Hacienda piensa hacer algún tipo de restricción a nuevas concesiones de expendedorías de tabaco y timbre? Si me responde a estas preguntas, me daré por satisfecho porque veo que el peso sobre el PIB de las labores del tabaco es de un 2,71 por ciento y un 27,8 por ciento de los impuestos especiales y me parece haberlo apuntado así. En términos cuantitativos este 2,71 por ciento del PIB ¿qué importe sería?

Y haciendo mención a lo que ha dicho también la portavoz de Esquerra Republicana, esta contención que ha habido en el contrabando de tabaco, que ha llegado a niveles prácticamente no significativos de un 0,8 por ciento, —comparto también que sea por la venta legal—, va a sufrir un incremento importante.

La señora **PRESIDENTA**: Por el Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra el diputado señor Pliego.

El señor **PLIEGO CUBERO**: En primer lugar, quiero agradecer al compareciente las reflexiones que ha hecho. Como indicaba antes, la ley está en trámite parlamentario y en los próximos meses habrá que negociar, hablar de todo lo que se ponga sobre la mesa y al final saldrá una ley modificada más o menos en función de esos debates y de esas negociaciones. En cualquier caso, hay una cosa que me ha resultado llamativa y que quiero valorarla positivamente. En una reunión que tuvimos como grupo parlamentario con ustedes también incidieron mucho en ello y me parece positivo, y es la insistencia, el énfasis que ustedes ponen en el tema de salud pública relacionado con esta ley. Quiero decir que al final, siendo, como nosotros planteamos, la salud pública la clave y la columna vertebral de esta ley, que esa complicidad la tengamos tanto el sector como en este caso el ámbito parlamentario, el ámbito del Gobierno, es un elemento importante. Quisiera aclarar alguna cosa —ha surgido en dos o tres ocasiones, si bien usted no lo ha planteado— con respecto al trámite de audiencia.

El informe del Consejo de Estado —órgano solvente y respetable— desde la página 5 hasta la 10 explicita con nombres y apellidos todas aquellas asociaciones y colectivos de distinta naturaleza que han aportado formalmente y por escrito observaciones y reflexiones a este proyecto de ley. Por definición, un trámite de audiencia no se mide cuantitativamente por las que son aceptadas o no, ese razonamiento es de reducción al absurdo, se define porque se produzca o no se produzca; la segunda parte de la película es sin son aceptadas o no, que esto es un nivel cualitativo que depende de la sintonía que pueda haber entre los planteamientos legítimos del Gobierno y los planteamientos que puedan hacer distintos grupos. No me estoy refiriendo a usted, estoy haciendo la observación porque se ha producido y por decir algo al respecto. Aquí están relacionadas con nombres y apellidos todas las que se han producido, cosa que yo no voy a hacer, desde empresas privadas hasta las comunidades autónomas y todos los agentes sociales y económicos que tienen que ver con esto, incluida la Unión de Asociaciones de Estanqueros; por tanto decir que no se ha producido es algo extraordinariamente gratuito. Las fotocopias de los papeles se pueden facilitar porque no es un tema muy complejo.

El compareciente ha hablado del régimen de libertades, de los efectos que tenga la ley. El informe del Consejo de Estado es taxativo sobre que este proyecto de ley, más allá de la oportunidad política y del contenido del mismo, que lógicamente es opinable y respetable desde cualquier ámbito, no altera ningún derecho fundamental ni a la libertad de empresa, ni a la libertad de expresión, ni mucho menos a la libertad individual. Lo que sí está claro es que el artículo 43 de la Constitución, en su apartado 2, define como principio fundamental el derecho a la salud de los ciudadanos y la obligación que tiene todo Gobierno de adoptar las medidas que considere oportunas para favorecer este derecho fundamental.

Decía el compareciente y lleva razón que esta ley tendrá consecuencias. Sin lugar a dudas que tendrá consecuencias, y ojalá las tenga de manera positiva en la salud de los ciudadanos. El tabaquismo sí está teniendo actualmente consecuencias y extraordinariamente graves. Eso quiero decir que va más allá de las opiniones porque existe una total aceptación y una evidencia empírica en el ámbito médico científico de que el tabaco tiene unos efectos muy perjudiciales y de extraordinaria gravedad en la salud de los ciudadanos. No voy a pasar más de ahí porque los datos son conocidos y no se trata de hacer un debate con ciertos tintes necrológicos. Es una realidad que está ahí. Las cifras están en todos los informes que maneja el ministerio, no el propio ministerio como órgano político sino la sociedad, los expertos y los especialistas en este tema.

Voy a hacer algunas reflexiones sobre algunas particularidades que, insisto, no presuponen que las propuestas que ha hecho el señor Torinos tengan peor o mejor recorrido en el trámite parlamentario. En cuanto

a la venta de tabaco a los menores de 18 años, España firmó el convenio marco de la Organización Mundial de la Salud —se supone que las cosas las firmamos con responsabilidad y para algo—, cuyo artículo 16 hace referencia explícita a este hecho; es decir, que se adopten las medidas en la legislación nacional para prohibir la venta de tabaco a menores de 18 años, y a eso responde que se recoja en la ley.

En cuanto a que se permita o no en los centros públicos o privados y dejarlo a la negociación colectiva, este es un tema clave porque la ley, no olvidemos —lo decía antes la portavoz de Esquerra Republicana—, actúa en tres frentes. En primer lugar, pretende que los menores no se incorporen al consumo de tabaco —lo digo como un principio general, más allá de la utopía que supone tomarlo en términos absolutos—; en segundo lugar, que los no fumadores tengan espacios públicos y privados libres de la contaminación que supone el hábito del tabaquismo; y en tercer lugar, que las personas que fuman, fruto no tanto de las medidas punitivas, que también, sino de la cultura social que se cree contra los efectos del tabaquismo, dejen de fumar. Esta es la realidad. Nos puede parecer mejor o peor, pero esta es la sustancia conceptual de la ley.

En ese sentido, la ley, según indica el propio Consejo de Estado, da una respuesta equilibrada y dentro de la legislación vigente a este proyecto.

El tema de centro público de trabajo o privado es capital, porque a la postre una parte importante de la vida de los ciudadanos se pasa en los centros de trabajo. El hecho de que no se pueda fumar en los centros de trabajo no es tanto —que también— el respeto a los que no son fumadores, al liberarlos de ese aire posiblemente contaminado, sino facilitar que personas que fuman dejen de hacerlo, dejen el hábito. No fumar en los centros de trabajo qué duda cabe, y es una deducción de sentido común, que facilita esa tarea. En cuanto a lo del conflicto, no tiene que producirse si prima por encima de cualquier otro tema el derecho a la salud de todos, incluidos principalmente los que fuman, porque son los que más efectos les genera el tabaco en su salud, sin lugar a dudas.

En cuanto a la publicidad, existe una relación evidente entre publicidad y consumo. No decimos que sea la variable sustantiva en cuanto al consumo, pero no hay que ponerse ni en un extremo ni en el otro. Al final esto es un conjunto de medidas que, cada una en su dimensión cuantitativa, lo que pretenden es sumar todo lo que se pueda para ir erradicando el tema del tabaquismo por los efectos que tiene en la salud pública, no por una manía o capricho absolutamente de nadie. Cada uno sumará lo que sume y al final el problema no dará un resultado exacto, porque este es un tema de carácter conductual, no físico-matemático, y esto no tiene un resultado de 3,7, tendrá el que tenga e incluso situaciones iguales producirán resultados muy distintos. Se trata de si estamos avanzando en la dirección correcta. El Gobierno cree que lo que se plantea, con

las modificaciones necesarias, sin lugar a dudas va en la dirección correcta. Eso es lo que están haciendo los organismos internacionales y la mayoría de los países de nuestro ámbito, con distintos niveles de actuación, como es lógico. Por tanto, homogeneizar ahí no cabe, pero sí hay un principio que subyace en todos, que es que el tabaquismo es un problema, tiene efectos graves en la salud pública y vamos a actuar desde el ámbito de lo público para tratar de evitarlo.

Hablaba usted de que no entendía mucho lo de la productividad del sector y disminuir el consumo, lo de las medidas de la productividad. No es un tema tan complicado. En primer lugar, no existe una relación directa entre la variable dimensión de un sector con productividad. Un sector puede tener mayor o menor dimensión por efecto de la naturaleza que sea, y a lo mejor con menor dimensión tener más productividad. En cualquier caso, usted sabe que las medidas que recoge el Gobierno persiguen otro objetivo claro que no es objeto de esta ley y que podemos debatir en otro momento, cual es el tema de la naturaleza de las concesiones, las características en que están y de qué manera. Pero insisto, ese no es el tema que nos ocupa en este momento.

Para terminar, le quiero decir que subir las labores del tabaco y poner un precio mínimo es algo que en principio choca bastante en una economía social de mercado en el siglo XXI en el ámbito de la Unión Europea, mucho más —no digo que ustedes no lo defiendan de manera honesta, yo lo doy por hecho— que una empresa privada muy potente en este sistema esté promocionando una campaña en esta dirección. Cuando seguramente son defensores del ultraliberalismo hasta sus últimas consecuencias, la verdad es que a la vez también un precio mínimo... Yo creo que esto responde sinceramente a otra cuestión. Puedo estar equivocado, usted me lo aclarará, pero creo que esto responde a que como, efectivamente, en términos cuantitativos y de tarta económica está disminuyendo el consumo, se pretende aumentar los beneficios por otra vía; es decir, si vendemos menos, pero a más precio, mantenemos los beneficios o los aumentamos, y si además esa tarea nos la hace el Gobierno, la cosa es mucho más fácil. Como digo, yo creo que choca bastante con una economía de mercado, sobre todo no siendo un sector estratégico, salvo que consideremos, entre comillas, que el tema del tabaco es un sector estratégico, y entonces lógicamente estaríamos hablando de otro asunto distinto.

El señor **MARTÍN SOLEDAD**: Señora presidenta, es simplemente una cuestión incidental. Es para hacer una aclaración en relación a una afirmación que ha hecho el portavoz socialista de si yo pongo en cuestión lo del trámite de audiencia previa. Formulo una cuestión y creo que podemos aprovecharnos del compareciente para ver si ha ejercido o no el derecho de la audiencia previa.

La señora **PRESIDENTA**: Señor Martín Soledad, le ruego que no abramos debates entre las formaciones políticas, dado que ahora lógicamente la señora portavoz del Grupo Parlamentario Socialista podría solicitar una intervención para aclarar esto. Todos tenemos a nuestra disposición el expediente que nos ha sido remitido y todos estamos pudiendo formular a los comparecientes lo que nos parece conveniente y hacer la valoración que nos parezca adecuada respecto de lo que ellos nos contestan en la medida en que han sido oídos o no por el ministerio y luego cada uno, en la elaboración de la norma, tendrá la posibilidad de hacer el juicio que le parezca en relación con el cumplimiento o no, en forma debida, del trámite de audiencia. Considero que en una sesión como esta, dedicada a las comparecencias, es mejor escuchar a los comparecientes y evitar el debate entre las formaciones políticas. A la portavoz del Grupo Parlamentario Socialista le agradezco la deferencia de no volver a solicitar un turno de intervención.

Para concluir esta comparecencia, tiene nuevamente la palabra el compareciente, tanto para contestar a las cuestiones que le han sido formuladas como para proponernos alguna otra apreciación que le haya sido sugerida o se le haya ocurrido mientras han durado las intervenciones.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE LA UNIÓN DE ASOCIACIONES DE ESTANQUEROS DE ESPAÑA** (Torinos González): Agradezco muy sinceramente la deferencia que tienen conmigo por ser novato en estas lides.

Respecto a la intervención de la portavoz de Izquierda Unida, no puedo por menos que estar de acuerdo con sus manifestaciones. Lamento que no esté de acuerdo con algunas de nuestras propuestas, pero cada uno tiene sus opiniones y es libre de formularlas. No ha formulado ninguna pregunta, sino que han sido simples observaciones a mi comparecencia y no ha habido más. Sí es verdad que ha comentado que, si se disminuyen los puntos de venta —en esto ha coincidido con la representante de Esquerra Republicana—, aumentará el contrabando. Esto es una evidencia. Ahora mismo en este país, aproximadamente 10 millones de ciudadanos fuman. Este es un dato que está ahí, entre un 31 y un 32 por ciento de este país fuma y va a seguir fumando, si no en su totalidad, sí en un porcentaje alto, y tendrá que acudir a por su producto donde lo encuentre. Si lo encuentra en los canales legales, en los canales legales, y si no lo buscará, porque así ha sucedido en este país hasta el año 1994, cuando por voluntad política las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado acabaron con la lacra del contrabando o lo disminuyeron a los límites actuales. ¿Por qué? Porque todo el mundo sabía dónde podía encontrar el tabaco de la marca Winston. En esta ciudad se vendía tabaco en las puertas del metro y dentro del metro, en cualquier sitio se vendía tabaco. En Sevilla, se vendía en los semáforos. Esto es así. Si

ahora desaparecen los canales legales de venta, aparecerán canales ilegales de venta en los que el producto no tendrá ningún tipo de control. Como ejemplo, les puedo decir que han aparecido labores de tabaco falsificadas íntegramente —cajetilla, precinto fiscal y contenido— de marcas conocidas *made in China*. Ya las hay y nadie es capaz de distinguir las salvo un profesional o las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado con un examen exhaustivo de las mismas. Esto ya está en el mercado. Si queremos esto, acabemos con los cauces legales de venta, es fácil. Vamos a ver si se puede dimensionar el problema en su justo término. No podemos matar moscas a cañonazos, porque aquí en ningún momento he oído a alguno de ustedes, ni ahora ni en las entrevistas que hemos tenido con sus portavoces, ni al ministerio ni al Gobierno, la posibilidad de declarar ilegal el tabaco. Ese debate no se ha producido y espero que no se produzca, porque nos retrotraeríamos a los años treinta en Estados Unidos con la Ley Seca. Todos sabemos en qué devinieron las bandas organizadas del contrabando de tabaco en Galicia. Ahora mismo están introduciendo droga en este país. Son las mismas redes. Eso no es nuevo y todo el mundo lo sabe. ¿De dónde sacaron la infraestructura y los medios? Del contrabando de tabaco. Si queremos que aumente el contrabando de tabaco, tomemos medidas que restrinjan los puntos donde se vende o que suban excesivamente el tabaco.

La propuesta de nuestra organización no es subir el tabaco, es fijar un precio mínimo de cajetilla por debajo del cual no se pueda comercializar, que es totalmente diferente; no tiene nada que ver una cosa con la otra. El tabaco subirá en la cantidad que el Ministerio de Economía y Hacienda estime oportuno, en uso de sus atribuciones, para su recaudación. Nosotros lo que pretendemos es, con un precio mínimo, evitar la proliferación de marcas baratas para impedir que los menores, con menor poder adquisitivo, accedan a ellas. No nos olvidemos que los países emergentes, como China, India o países del Tercer Mundo con bajo poder adquisitivo, son los principales consumidores de tabaco. ¿Por qué? Precisamente por eso. ¿Qué ha pasado en Francia? Francia subió el 35 por ciento los impuestos especiales de una sola vez. El Gobierno francés está encantado, dice que ha bajado la venta el 23 por ciento. Pero la venta legal, no el consumo. Los fumadores franceses que viven a 60 kilómetros de la frontera vienen a comprar tabaco a España. Está demostrado. Y si no SS.SS. pueden solicitar al presidente del Comisionado para el Mercado de Tabaco, que me parece que va a comparecer aquí, que les dé datos sobre qué se vende en las expendedorías de la frontera. Es total y absolutamente escandaloso. ¿Motivado por qué? Por esa subida de precios. Nosotros no pedimos eso, pedimos que se mire la marca media más vendida en España y se diga que por debajo de una determinada cantidad no se puede comercializar tabaco en España. No es —y con esto contesto al representante del Grupo Socialista— un tema comparativo, porque mi abuelo, que era un hom-

bre sabio, decía que muchos pocos hacen un mucho. Si yo vendo un paquete de Marlboro, que vale 2,75, y gano el 8,5 por ciento y, en vez de una cajetilla de otra marca que cuesta 1,50, vendo cinco, probablemente gane más que el 8,5 por ciento de 2,75. No nos mueve un tema economicista porque, si fuera así, la repercusión que va a tener esta ley en nuestra actividad económica, junto con la otra que no es de este debate, nos movería probablemente a solicitar una indemnización al Gobierno por pérdida de lucro cesante, porque somos concesionarios administrativos, tal y como están haciendo los expendedores franceses, que han solicitado al Gobierno francés una subvención por su pérdida de venta y el Gobierno francés se la está concediendo, ya que no son responsables de ese aumento impositivo, que les ha llevado a disminuir su medio de vida.

Estoy contestando a todos, no llevo un orden porque no estoy acostumbrado a este procedimiento, y si se me olvida algo les ruego que me lo indiquen.

El Grupo Popular pregunta que, si se modifica este proyecto de ley, se modificará nuestra concesión. Evidentemente. Ahora mismo ya hay una modificación concreta con las expendedorías en el interior de centros públicos. Ahí hay una retrotracción de actuaciones donde se modifica las condiciones por las que se concedieron esas expendedorías. Esas expendedorías, por ilustrar a SS. SS. sobre este tema, se concedieron como servicio público dentro de los edificios de las administraciones públicas con un solo fin: atender al público que iba a esas administraciones a por los papeles de pagos al Estado, los timbres del Estado y todos los documentos necesarios en sus relaciones con la Administración. Como eso no era suficiente para poder mantenerse, les permitían vender labores de tabaco con restricciones: no podían vender labores de tabaco fuera del recinto —todavía sigue sucediendo—, solamente a las cafeterías y centros que estaban dentro de esa dependencia. ¿Qué sucede? Todos sabemos que, con la descentralización de la Administración pública y con las tecnologías de la información, han desaparecido papeles de pago e impresos, prácticamente todo. Por tanto, lo que en principio era una actividad marginal —la venta del tabaco—, ahora se ha convertido en una actividad principal. La explicación es bien sencilla. Estos señores tuvieron una concesión con unas condiciones determinadas. Si ahora, por una ley, esas condiciones son diferentes, estos señores tendrán algún tipo de derecho. ¿Indemnizatorio? No lo sé, yo no soy profesional, pero no se pueden restringir unas determinadas condiciones. Se les va a causar un perjuicio porque van a tener que hacer una inversión. Si tienen que salir a la calle. Todos sabemos lo que cuesta un local. Las expendedorías de los últimos concursos han tenido una media de 114 metros. Un local de 114 metros en una ciudad, más el arreglo, más la mercancía son, aproximadamente, 60 millones de las antiguas pesetas, que es lo que contesto si alguno me pregunta qué tiene que hacer para tener un estanco. Además, empiezan a pagar

un canon concesional por haber cambiado el estatus y de emplazamiento, que es un porcentaje sobre ventas. Son las nuevas concesiones y los que solicitan cambio de emplazamiento, aunque sea sobrevenido, como es este caso. La caída de un edificio es una causa de fuerza mayor y el señor que se traslada paga canon. No he visto en esta ley ninguna excepción, ni siquiera la Ley 13/1998 lo exceptiona.

La concesión se modifica sustancialmente para estas personas. Para la generalidad en puridad, no aunque en términos monetarios o en términos de ganarnos la vida, sí. Todos somos conscientes de que esta ley va a suponer —y lo estamos asumiendo— un descenso de ventas apreciable, puede ser de un 5, de un 6 o de un 10 por ciento, el tiempo lo dirá. Nos estamos preparando como organización para intentar paliar este descenso y vender otros productos y nos vamos a ofrecer a las administraciones públicas —ya lo hacemos así—, incluso a las autonomías, para seguir siendo el vehículo de una serie de productos para el ciudadano porque con la descentralización ahora mismo no es posible. Hay una red, que es del Estado español, de —y aprovecho para decirle el número— 14.513 concesiones en España; en todos los pueblos de España prácticamente hay un estanco. Son concesionarios del Ministerio de Economía y Hacienda y están a disposición del Estado para lo que mande porque nuestra ley nos lo dice. Tenemos que hacer y distribuir lo que el Comisionado para el Mercado de Tabacos, o el Ministerio de Economía y Hacienda nos encomiende; no nos podemos negar porque es una falta muy grave que conlleva la pérdida de la concesión y no nos usan. Esto es un lamento. Cuando la campaña de la declaración de la renta se inició en este país, el gremio de los expendedores de tabaco fuimos los que distribuimos los impresos a todo el territorio nacional con unos gastos para el Estado total y absolutamente ridículos porque las comisiones eran ínfimas.

Por ejemplo, las letras o los sellos de franqueo tienen un 4 por ciento de comisión bruta. ¿Alguien me quiere explicar qué empresa puede trabajar con ese beneficio? ¿Cuál es la contraprestación? La venta del tabaco. Si no, ese servicio público, con perdón, como dice el anuncio de la ONCE, lo iba a hacer su abuela. Eso es lo que quiero decir.

El trámite de audiencia se ha cumplido en todos sus extremos. Nuestra organización es miembro del comité consultivo para el Comisionado del Mercado de Tabacos, porque así lo establece el estatuto de funcionamiento de ese comisionado; como organización mayoritaria estamos presentes. Desde que se empezó a hablar de este proyecto de ley —y me remonto al año 2003, si no me falla la memoria— empezaron a llegar los primeros borradores de proyectos de ley a ese comisionado. Se ha informado de todos los extremos, de todos los borradores sucesivos que han ido llegando. Por tanto, no puedo decir que el trámite de audiencia no se haya cumplido. Otra cosa diferente, como decía el representante socialista, es que se haya hecho caso o no a las

cuestiones que hemos planteado, pero el trámite de audiencia sí se ha realizado.

Me han solicitado un dato del PIB. No tengo los datos exactos del PIB, simplemente tengo el porcentaje, que es el 2,71 del PIB, el 13,1 por ciento de la totalidad de la recaudación impositiva y el 26,9 de la imposición indirecta. No obstante, le haré llegar con mucho gusto esos datos a la secretaría de la Comisión para que se los distribuya a ustedes junto con algunos informes que les ilustren. Eso es lo que le puedo decir. ¿Más datos? Les puedo decir, por ejemplo, que los fumadores, en el año 2003, pagaron 6.992 millones de euros, de los cuales 5.600 millones corresponden a recaudación por impuestos especiales y 1.389 millones a IVA y recargo de equivalencia.

El portavoz del Grupo Socialista ha hablado de la salud. Efectivamente, somos conscientes de que el tabaco es un producto nocivo, pero también somos conscientes de que es un factor de riesgo, y no lo decimos nosotros. Hoy mismo, en el periódico *El País* vienen dos hojas hablando de la salud; mañana vendrá el segundo capítulo hablando del dinero. Tengo ganas de ver el segundo capítulo para ver cómo se conjuga una cosa con la otra, aunque espero que bien, porque son unos profesionales. Don José Ramón Banegas, que es catedrático de medicina preventiva de la Universidad Autónoma de Madrid, dice que el tabaco es causa del desarrollo de algunas enfermedades junto con otros factores de riesgo. Eso sí es cierto. El tabaco, por sí mismo, no causa ninguna enfermedad, es un factor de riesgo, junto con otra serie de factores, que al final devienen en una enfermedad. ¿Qué significa? Evidentemente, que si alguien deja de fumar es posible que esa enfermedad no se desencadene; estoy total y absolutamente de acuerdo. Es un factor de riesgo que, como tal, hay que controlar y los menores no deben acceder a él; estoy totalmente de acuerdo. Sin embargo, este señor también dice que la cifra de 55.000 muertes en este país debido al tabaco es una estadística no fiable sino empírica, es decir, por acumulación de indicios. ¿Por qué? Porque es una encuesta epidemiológica, porque no hay datos fiables, porque no está hecho ese estudio. No digo que sea mentira, digo que no los hay, que ese estudio real no está hecho. No me parece razonable atribuir a algo una cantidad sin tener datos fiables.

Se puede decir que se supone que es la causa de ciertas enfermedades. Estoy de acuerdo. Yo estaría muy preocupado si fuese total y absolutamente cierto que 55.000 ciudadanos mueren en este país a causa del producto que yo estoy vendiendo porque yo tendría que estar en la cárcel, ya que indirectamente sería un asesino. (**Rumores.**) Sé que es un extremo, pero hay que manejar las cifras con cuidado. Yo soy consciente y puedo admitir que digan que 55.000 personas enferman a causa del tabaco —puedo admitirlo y lo admito de hecho—, pero yo no puedo admitir que 55.000 personas mueran por el tabaco. Lo siento, es una opinión tan respetable como la de cualquiera. Estoy de acuerdo en

que los menores no deben fumar y en que el proyecto de ley haga que los mayores abandonen el hábito —esa es su misión—, pero también es cierto que no se va a conseguir con medidas prohibitivas y coercitivas. Prueba de ello es que ahora mismo, sin estar en vigor ningún tipo de multa, ni de sanción por fumar en lugares públicos en ningún sitio, la venta de tabaco, por tanto el consumo solamente por la presión mediática y educativa existente, está descendiendo. Digo esto como profesional, porque estoy detrás de mi mostrador ocho horas al día y compruebo diariamente cómo la recaudación de la caja desciende y esto solamente se debe a eso. El efecto rebote de las prohibiciones a ultranza, lo veremos a lo mejor dentro de tres años.

De la forma que está montada y de la forma que establece la directiva comunitaria, la publicidad no incita al consumo, solamente incita a cambiar de marca. Es decir, es un instrumento de las empresas para que la gente que entra en un establecimiento donde está permitido vender tabaco pueda optar por una serie de productos. Creo que esa publicidad dirigida a ese público adulto dentro del establecimiento, que es lo que dice la directiva comunitaria, debería de permitirse porque no incita al consumo. Patrocinio, está prohibido; publicidad en medios, está prohibida. Todo esto ya está prohibido, no estamos inventando nada nuevo. Ya está prohibido. Entregar tabaco a menores en salas de discotecas. Cuando surgió en el año 2003 el tema de las máquinas automáticas, el Comisionado para el Mercado de Tabacos estableció un grupo de trabajo que se llamaba máquinas de tabaco o autorizadas de venta con recargo. Ahí estuvimos representados absolutamente todos, desde fabricantes de máquinas hasta un responsable del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. Nuestra propuesta como organización fue muy clara, dividir los establecimientos en tres categorías. Primera, establecimientos donde solamente entran adultos, sin restricciones. ¿Por qué? Porque los adultos son muy libres de hacer lo que les parezca. Segunda, establecimientos donde entran menores y adultos, con restricciones. Tercera, establecimientos donde entran menores, prohibición total. Esa fue la propuesta de nuestra organización sobre la venta en estos establecimientos. Los fabricantes de máquinas dijeron que el problema era que no tenían medios para hacer esas restricciones, también podemos terminar como en Italia, donde el Parlamento aprobó una ley diciendo que las máquinas solamente podían estar en funcionamiento desde las 11 de la noche hasta las 8 de la mañana, porque se supone que es cuando los menores estaban en la cama.

La señora **PRESIDENTA:** Le agradezco su intervención, señor Torinos. La Comisión ha quedado suficientemente ilustrada sobre los aspectos por los que había sido solicitada su comparecencia, que eran los relativos a los intereses que defiende la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España. Aspectos referidos al valor salud pública u a otras numerosas cuestiones van a ser

objeto también de sucesivas comparecencias porque los grupos parlamentarios, en su sabiduría, han sabido equilibrar debidamente comparecencias de uno y de otro signo. Sinceramente, el cometido concreto que a usted le incumbía, que era el de trasladarnos las inquietudes de los estanqueros, ha quedado sobradamente cumplido y así también lo manifiestan los portavoces de los grupos. **(Pausa.)**

— **DEL SEÑOR DIRECTOR GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD, FNEP, (ALONSO SALTERAIN) (Número de expediente 219/000200.)**

La señora **PRESIDENTA**: Si les parece, señoras y señores diputados, continuamos con el orden del día.

Tenemos ya sentado a la mesa al siguiente compareciente, que lo hace en nombre de la Federación Nacional de Empresas de Publicidad y es don Antonio Alonso Salterain, que tiene en este momento la palabra.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD, FNEP, (Alonso Salterain)**: Señoras y señores diputados, en primer lugar me gustaría expresar la gratitud del sector publicitario por tener la oportunidad de presentarles su posición ante la tramitación del llamado proyecto de ley del tabaco. Como paso previo, les ruego disculpen cualquier potencial incumplimiento de ninguna formalidad parlamentaria porque quien les habla no está muy acostumbrado a foros parlamentarios, y espero que así lo comprendan.

Lo que vamos a hacer es fijar unas posiciones iniciales de lo que es el sector publicitario ante este proyecto de ley; después pasaremos a hacer alguna precisión sobre aspectos muy concretos del mismo, y en particular alguna manifestación que se realiza en la memoria económica y justificativa; y, por fin, les propondremos cuatro modificaciones concretas, que se plasman en una redacción de enmiendas que, a título meramente orientativo, hemos dejado fotocopiadas para su reparto a los grupos parlamentarios.

Déjenme que previamente les hable de un pensamiento que vengo teniendo desde hace unos días y que hoy me sobreviene especialmente. Me van a permitir la familiaridad de decirles que hoy es el cumpleaños de mi hijo mayor y, dicho sea de paso, es mi santo, mi onomástica, así que es un buen día para comparecer aquí.

La señora **PRESIDENTA**: ¡Felicidades!

El señor **DIRECTOR GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD, FNEP (Alonso Salterain)**: Muchas gracias.

Mi hijo tiene siete años y yo me venía preguntando desde hace unos días, cuando estábamos hablando de esta comparecencia y de lo que iba a ser el proyecto de

ley del tabaco, qué pasaría si el día de mañana mi hijo tuviera la tentación de consumir alguna sustancia ilegal, alguna droga que yo considero potente, tipo cannabis o cocaína, y mi mujer, que es fumadora, le dijera algo así como: No lo hagas. Lo que podría pasar es que probablemente mi hijo le dijera: ¿Y tú qué, mamá? Francamente, lo único que extraigo de esta posible situación del día de mañana es que estamos errando la dirección, que estamos volcando las energías en equiparar y criminalizar productos, cuando la diferenciación debería ser legal o ilegal; que estamos dedicando muy poco esfuerzo a hacer las cosas bien, a prevenir, a educar, a construir, a congeniar derechos y obligaciones de todos, fumadores y no fumadores, autoridades sanitarias, empresas, sectores afectados, y nos estamos volcando a prohibir, que es más fácil, más rápido y quizás más popular. El resultado es que en los últimos años el tabaco estanca su consumo gracias a la autorregulación del sector y, sin embargo, los productos ilegales duplican su consumo como en el caso del cannabis, o directamente lo cuadruplican como la cocaína, entre nuestros jóvenes. Estamos jugando con fuego en nuestra opinión, señorías, por no poner el foco en el lugar adecuado. Me hace pensar, en suma, que la política seguida por nuestros administradores es que lo que no se ve no existe. Vamos a eliminar el producto legal, tabaco, de los medios publicitarios y ya no existirá; siento ser portador de malas noticias, pero existirá. Definitivamente ese no es el mundo que queremos para nuestros hijos, no es la cultura de la prohibición, no es la equiparación entre legalidad e ilegalidad; sí la educación en los principios constitucionales, la legalidad y la educación en valores. Al mismo tiempo, en los últimos días, leyendo una revista de televisión, gente tan poco sospechosa de falta de ecuanimidad y gente a la que yo considero consistente, como Imanol Arias, dice (bien es cierto que en la presentación de un cigarro puro) algo así: Hay que informar a la gente porque el tabaco tiene un riesgo, pero las prohibiciones son siempre raras. Este señor desde luego no trabaja para nuestra empresa ni para el sector publicitario. Después volví a la realidad y pensé en la comparecencia concreta que tenía que realizar aquí, y que voy a tratar de que sea lo más breve posible. El sector publicitario por medio de la Asociación general de empresas de publicidad, que representa a más de 200 compañías, y afiliada a la Federación Nacional de Empresas de Publicidad, que agrupa a otras 1.800, de un sector que significa el 2 por ciento del producto interior bruto español, quiere realizar la siguiente exposición: En primer lugar, deseamos manifestar nuestra más plena aceptación de cualquier medida que contribuya eficazmente (recalco: eficazmente) a la prevención y control del tabaquismo. Una vez sentado este primer principio solicitamos la modificación del texto del proyecto de ley del tabaco por las siguientes razones. En cuanto a las formas y aspectos procesales la trayectoria de este proceso ha adolecido claramente de falta de diálogo entre las áreas gubernati-

vas competentes y los sectores económicos y sociales afectados por el mismo. Dicho diálogo ha sido reiteradamente solicitado a la Administración central sin haber obtenido respuesta alguna, mostrando un incomprensible desprecio por lo que son sectores económicos y personas físicas responsables, cuya única y legítima pretensión es proteger sus intereses congeniándolos con el interés general y, cuando menos, que se nos escuche directamente. Si en esta Comisión o en pasos posteriores pudiera quedar subsanada esta falta de diálogo es algo que está por venir, que empiece hoy y agradecemos nuevamente, pero los sectores afectados lo agradecerían sobremedida.

En cuanto a los argumentos jurídicos que nos hacen solicitar la modificación, nos remitimos a las alegaciones al proyecto presentadas por la AGEPE ante los diferentes ministerios afectados y que contemplaban la consideración de principios tales como el de seguridad jurídica, prohibición de arbitrariedad de las administraciones públicas, proporcionalidad, libertad de empresa, libertad de expresión en su vertiente comercial, el derecho a la información, por no entrar en temas tales como el reparto competencial que podría verse afectado en relación con las comunidades autónomas, a las que se deja sin poder de actuación alguno en una materia que en gran medida es de su competencia. Todo ello recogido en artículos como el 9.3; 20; 81; 38; 33.3, etcétera de la Constitución. Incluso la presunción de inocencia se ve afectada al declarar responsables a las empresas publicitarias de cualquier infracción, cuando ellas han podido desarrollar su trabajo con toda la diligencia que puede ser demandable o exigible a una empresa, aspecto por tanto que debería ser radicalmente corregido de la redacción del proyecto.

Queremos matizar un punto, ya que vemos que en ambas memorias se refiere el proyecto a la directiva comunitaria del año 2003. La directiva comunitaria responde a una necesidad de coordinación entre las legislaciones de los países y ese es su motivo de ser, y así lo manifiesta en su propio texto: armonizar que los medios transfronterizos no creen disfunciones y conflictos legislativos en y entre los diferentes países. Ese es su objetivo declarado y el proyecto de ley español no aporta nada a dicho objetivo.

Finalmente y no menos importante, en cuanto a los aspectos económicos del asunto la eliminación de la inversión publicitaria procedente de la industria tabaquera supondrá la desaparición de 52 millones de euros de inversión, lo cual provocará inevitablemente la desaparición de los correspondientes puestos de trabajos ligados a dicha inversión. No solo los puestos de trabajo en el medio exterior (cine, revistas, diarios) sino en sus industrias auxiliares en la misma proporción. Por poner un ejemplo, el medio exterior recibe el 8 por ciento de su inversión de la industria del tabaco. Nuestros cálculos indican que trabajan en ese medio de la publicidad exterior en España directamente unos 2.000 profesionales e indirectamente un mínimo de 2.500

personas en industrias auxiliares como agencias de publicidad, agencias de medios, serigrafías, distribuidores de cartelería, empresas de fijaciones, mantenimiento de paneles, producción de paneles publicitarios, (no tengo ánimo de aburrirles con la enumeración). Solo el 8 por ciento de esas personas supondría 360 puestos de trabajo y podríamos ir medio por medio haciendo la misma cuenta. Es fácil entender que una inversión de 52 millones de euros con un PIB per cápita en España de unos 20.000 euros supone 2.600 personas viviendo de la publicidad del tabaco. Estos datos sectoriales pueden palidecer ante la enormidad del daño que se causaría al sector del tabaco y empresas auxiliares en su conjunto. Seguro que saben cuántos puestos de trabajo dependen de la industria del tabaco. Son más de 100.000 puestos de trabajo, pero probablemente también hayan hecho la cuenta de cuántas personas viven en este país del PIB generado por la industria del tabaco, unos 9.000 millones de euros; son 450.000 personas a 20.000 euros per cápita. El saldo impositivo en el año 2000, descontando el gasto sanitario, sería más de 3.000 millones de euros si sumamos los de las empresas indirectas. Por fin, en el supuesto caso de que el Parlamento no atienda nuestras razonadas sugerencias, la entrada en vigor del texto el mismo día de su publicación hará que las empresas no tengan la oportunidad de adaptar su estructura productiva a la hipotética búsqueda de nuevo negocio, lo cual sería el menor de los perjuicios potenciales, aunque enorme perjuicio al fin y al cabo.

Haré varios comentarios a distintas aseveraciones de la memoria y de la exposición de motivos del proyecto de ley. No vamos a entrar en temas jurídicos porque no queremos hacer la intervención excesivamente prolongada, así que vamos a ir a temas más bien de fondo. Lo primero es que en productos y mercados maduros, como el del tabaco, la publicidad no cumple una misión de extender el mercado, la publicidad se limita a intentar sostener el negocio y conseguir cambios de marca, también buscando incremento en las cuentas de resultados por el lanzamiento de productos *premium* o por incrementos de tarifas y precios. Hay varios estudios y tesis que avalan esa información (tampoco vamos a entrar exhaustivamente en ellos), por ejemplo el informe de 1997 del Ministerio de Sanidad y Consumo o el informe Valdés en España en el año 1993, que establecen que no hay un vínculo directo entre publicidad e incremento del consumo de cigarrillos. Se suelen citar los casos de Noruega, Finlandia, Nueva Zelanda y Francia, entre otros países, como ejemplo de que la prohibición ha reducido el consumo, pero los hechos no se corresponden exactamente con tal aseveración. Algunos datos concretos: en Noruega el consumo ha crecido el 8 por ciento desde la implantación de la prohibición, en veinte años; en Finlandia el consumo caía dos años antes de la prohibición pero remontó desde ella; en Francia continúa remontando; en Italia y Portugal ha habido bajadas y subidas constantes en los últi-

mos cinco años; en los países del Este, que vivieron sin publicidad durante décadas, la penetración del consumo del tabaco también es alta, e incluso de tabacos de baja calidad, como tabacos sin filtro. El informe Stuart de 1993 en la OCDE demostró que en los seis países con prohibición total de publicidad del tabaco el consumo creció en los veinte años comprendidos entre 1971 y 1990 un 5 por ciento, mientras en el total de la OCDE decreció un 11 por ciento. Lo que sí ocurre cuando se prohíbe la publicidad es que hay bajadas de precios y el consumo del tabaco, al igual que el de otros muchos productos, es más elástico a la bajada de precios que a la publicidad, por tanto se incrementa el consumo por bajadas de precios, como ocurrió en Holanda.

En lo que se refiere concretamente a la publicidad exterior, numerosos países a nivel europeo y mundial permiten la publicidad de un producto legal como el tabaco, e incluso en aquellos países calificados en la propia tabla aportada en la memoria como eficaces (tienen diez u once puntos contra tres de España) se permite la publicidad exterior, como también dice la propia memoria del proyecto de ley; son Suecia, Eslovenia y Luxemburgo. Igualmente sucede con la publicidad en cine o el patrocinio de actos culturales o deportivos, y nuevamente hablamos de medios que no son transfronterizos y por tanto no contemplados por la directiva comunitaria. Otra bibliografía ha dado cuenta de que otros muchos factores están asociados a que los menores fumen, no tanto la publicidad, sino la influencia de padres, hermanos o amigos, o ciertos juicios donde se declara que no fueron los anuncios la razón por la que se comenzó a fumar. Afirmaciones como que las estrategias de promoción y patrocinio son eficaces para que los niños experimenten son tan gratuitas como pensar, por qué no, que los jóvenes tienden a desear experimentar más con lo clandestino y prohibido que con lo publicitado y permitido. De hecho un dato interesante, como les mencionaba al principio, es el espectacular aumento de consumo de sustancias que no son en absoluto publicitadas, y sobre todo entre los jóvenes: el cannabis (el 52 por ciento de los jóvenes de 18 años durante el último año y el 36 por ciento de los jóvenes de 14 a 18 años en los últimos treinta días consumen cannabis) y la cocaína (el 10 por ciento de los jóvenes de 18 años durante el último año, duplicando y cuadruplicando respectivamente sus consumos anteriores); son datos que vienen de la encuesta sobre drogas en Enseñanza Secundaria en 2004 y la encuesta domiciliaria 2003. Esta misma encuesta muestra cómo el consumo de tabaco entre los jóvenes incluso ha disminuido, tanto en la edad de entrada en el producto como en su consumo medio. Haciendo clandestinos productos legales acabaremos favoreciendo el consumo de drogas ilegales, y lo que nos gustaría sería que se dejara de equiparar productos en torno al concepto de droga y volviéramos a distinguirlos por legal o ilegal. ¿Por qué no seguimos aplicando el principio de legalidad y nos

volcamos al mismo tiempo en la educación y la prevención?

No creemos que en los últimos años en España ninguna publicidad haya ido dirigida a incrementar el consumo de tabaco ni a aumentar el número de fumadores. Tan obvio es esto que es el único mercado en el que, al contrario, disminuye el consumo y los usuarios. ¿Deberían despedir las empresas fabricantes a todo su departamento de marketing? Conozco a alguno de ellos y les aseguro que son magníficos profesionales. La industria del tabaco se ha volcado en la autorregulación publicitaria y ha tenido éxito, no así las autoridades sanitarias, a la hora de comunicar los riesgos de las drogas ilegales que continúan aumentando exponencialmente en su consumo, mientras la Administración está poniendo el foco en el objetivo equivocado. Por otra parte, prohibir la publicidad del tabaco eliminará miles de mensajes como: Fumar mata, etcétera, en las calles de España. Les recuerdo que es un mensaje muy visible en los anuncios actuales y extraordinariamente positivo, por tanto se elimina una información necesaria para el consumidor. ¿Por qué no aportar un poco más de imaginación y antes de aplicar la fácil receta de prohibir pensamos en fórmulas que obliguen a los fabricantes a invertir en prevención o en mensajes positivos para nuestros jóvenes y adultos?

Como resumen, castigar a un sector legal que se autorregula, que hace aparecer en sus anuncios que fumar mata, que favorece actos culturales y deportivos es, cuando menos, contraproducente. Sin duda hará que otros sectores que puedan ver su publicidad amenazada adopten una actitud radicalmente contraria al autocontrol. No les quepa duda: si al final no sirve para nada, ¿por qué me voy a autocontrolar? La autorregulación es la más seria arma para apostar por una sociedad basada en valores y no en prohibiciones. Romper la positiva dinámica en la que había entrado la industria española es arriesgado. Autocontrol de la publicidad como institución es un ejemplo internacional y está iniciando la homologación y la extensión de su alcance igualmente internacional; sin duda prohibiciones como la propuesta no favorecerán estos movimientos.

Dos consideraciones de orden muy práctico y a modo de anécdota también. Quien les habla dirige una empresa y en nuestra empresa hace más de tres años que hemos eliminado el tabaco de los lugares comunes; solamente hemos conservado dos lugares para que se pueda fumar. Les puedo asegurar que en esos tres años no ha habido un solo conflicto entre fumadores y no fumadores. El hecho de eliminar algún espacio es ir más allá del sentido común y disminuirá la productividad de las empresas, además de no aportar nada adicional a compañías como, por ejemplo, la mía. Segundo (y este comentario lo hago de modo muy cariñoso) me van a permitir que les diga que quien haya escrito en la memoria del proyecto que no pasa nada con los ingresos de publicidad y patrocinio de eventos provenientes del tabaco, porque se sustituyen por otros productos,

como se menciona en dos o tres ocasiones, no ha desempeñado actividad comercial nunca y no ha gestionado nada parecido a una cuenta de resultados. Es de cierta irresponsabilidad realizar manifestaciones como esas y escribirlas en una memoria de un proyecto de ley, y no me gustaría hacer muchos más comentarios al respecto.

En conjunto en el proyecto da la impresión de que la Administración desea tratar a un producto legal como producto ilegal y convertirlo en clandestino sin darle la más mínima oportunidad, y con él a todos los sectores colateralmente afectados como es el nuestro, el publicitario. Por ello, les rogamos que, antes de aprobar esta ley sin modificaciones, reflexionen sobre todos estos puntos; sinceramente confiamos en su sensibilidad y capacidad para que lo hagan. Desde nuestro sector reforzamos una vez más nuestro compromiso con varias cosas que consideramos fundamentales: la salud pública y los derechos de los no fumadores y la búsqueda de fórmulas para que convivan con la libertad de elección de los fumadores o cualquier otro consumidor de un producto legal; la autorregulación como valor máximo que demuestra la responsabilidad de las empresas y de cada sector; el derecho de información y la libertad de expresión y comunicación comercial en todos los productos legales comercializados en nuestro país y la lucha constante por la creación de empleo y riqueza a través de la venta y anuncio de productos legales como el que nos ocupa. Basándonos en todo lo anterior, les pedimos la introducción en el proyecto de ley de las siguientes modificaciones. Nuevamente la redacción concreta a los artículos ha sido entregada a título meramente orientativo y no la vamos a leer como tal, sino que simplemente vamos a anunciar los principios de las modificaciones que solicitamos. La modificación primera es en torno a los medios en los que se prohíbe la publicidad, y lo que pedimos es que no se prohíba la publicidad en anuncios aparecidos en medios tales como: uno, publicidad exterior, entendiéndose por tal la publicidad realizada en medios fuera de los hogares y, en todo caso, en aquellos lugares en los cuales no esté prohibido el consumo de tabaco; dos, publicidad en cines y en salas en que se proyecten películas dirigidas a público mayor de edad; tres, otros medios que no tengan consideración de transfronterizos, como marca la directiva comunitaria, como diarios o revistas editados en las lenguas oficiales del Estado y cuyo público objetivo sea residente en el Estado español; y que no se prohíba la publicidad y el patrocinio en los medios descritos en el punto anterior y por tanto el patrocinio de eventos culturales, sociales y deportivos, que estará permitido en cuanto a beneficio de dichos eventos y sean dirigidos a público mayor de edad. Como aportación y como idea sustitutiva de la prohibición proponemos la creación de un fondo de inversión por los fabricantes de tabaco dotado con una cantidad a determinar por cada euro invertido en publicidad de tabaco para su repercusión en campañas de prevención y protección

de la salud pública para no perder el efecto educativo y disuasorio de mensajes como Fumar mata. Además, podría utilizarse dicho fondo o crear uno adicional para la formación de una fuerza de educadores que recorra la geografía española haciendo el trabajo que realmente hay que hacer, que es la prevención y la educación. En cuanto a la justificación, simplemente tal como está el proyecto redactado sobrepasa claramente el ámbito y los límites de la propia directiva comunitaria, además de reforzar todos los argumentos que hemos ofrecido anteriormente.

Respecto a la distribución, la modificación número 2 solicitada sería introducir la prohibición de distribución de muestras gratuitas o promocionales a menores de edad. La justificación es muy sencilla, y es que si el mayor de edad puede adquirir el bien por qué no va a poder adquirir el bien promocional asociado a ese bien. En la modificación número 3 de la responsabilidad de las sanciones, claramente inspirada por el derecho de presunción de inocencia, pedimos la modificación en cuanto a que la agencia o el medio publicitario solo sea responsable de la infracción en los casos en que se acredite que no se haya actuado con la diligencia debida en el desempeño de su labor profesional. En la modificación número 4 lo que se solicita es que, en todo caso y aun cuando se atiendan las anteriores modificaciones para lo que respecta a otros medios o restricciones que queden vivos en la redacción final de la ley, que la ley entre en vigor transcurrido al menos un año desde su publicación en el Boletín Oficial del Estado, básicamente por tener en cuenta aspectos como compromisos contractuales contraídos con terceros, características del tipo de mercado, búsqueda de nuevo negocio, etcétera.

A modo de despedida, a la espera de sus intervenciones o sus preguntas, les diré que ha sido un placer comparecer hoy aquí ante SS.SS. y poder defender los principios e intereses del sector que represento, que es el publicitario. Esperamos que nuestro mensaje haya calado lo suficiente para que la introducción de las enmiendas propuestas sea un hecho y la convivencia entre los diferentes derechos y obligaciones de todos acabe siendo una positiva realidad.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias en nombre de los miembros de la Comisión por la exposición que ha efectuado.

A continuación, los representantes de los grupos políticos le formularán las preguntas que consideren convenientes en relación con el contenido o no de la intervención que usted ha realizado.

Tiene la palabra la señora Bonás, en nombre del Grupo de Esquerra Republicana de Catalunya.

La señora **BONÁS PAHISA**: Bienvenido, señor Alonso, y felicidades por su onomástica y por la de su hijo. Yo también soy madre, he tenido hijos adolescentes y he pasado por el dilema por el que usted va a pasar

y le diré que la prohibición no funciona; sí funciona la información adecuada y el mensaje de que hay que liberarse de los hábitos adictivos, sean los que sean. La frontera entre legal e ilegal es más difusa entre los jóvenes porque no lo tienen tan claro como usted. Usted tiene claro que el tabaco es un producto legal pero para ellos es un producto adictivo. Yo enfoco el tabaco como una droga, igual que el alcohol o el café.

Me ha sorprendido que un sector tan importante como el de la publicidad no haya tenido la oportunidad de manifestar su visión de esta ley. Creo que para esta ley que va a afectar a muchos sectores y en la que la publicidad es vital debería haberse consultado con este sector. Dice usted que la publicidad no incrementa el consumo. Parece que su negocio es solo cambiar marcas. Siempre me ha sorprendido cómo pueden sobrevivir solo con el cambio de marcas. Si es así me tranquiliza porque sabe que con esta ley lo que pretendemos es que no aumente el consumo. Yo tengo claro que, si es un producto para adultos, el adulto tiene derecho a recibir publicidad de esos productos, a recibir información de nuevos productos y de los cambios que sucedan en el mercado. Creo que la ley lo debería respetar. Lo que sí me interesa es cómo podemos hacerlo para que los menores no tengan acceso a esta publicidad, porque en el fondo, aunque solo sea informativa, sí está induciendo a un consumo, seamos claros.

Estoy de acuerdo con usted en la promoción, pues no podemos limitarla absolutamente en el tabaco. A los que nos gusta beber buenos vinos nos complace que nos manden información a casa de los nuevos vinos que van saliendo, por lo que supongo que a quien le gusta el tabaco le interesará que le llegue a casa información sobre los nuevos productos de tabaco. Creo que esto el Estado no puede impedirlo, máxime cuando el Estado, como se ha dicho, admite que el tabaco es legal y por tanto que se puede consumir.

Me interesa lo que ha hablado del autocontrol de la publicidad. Perdona mi ignorancia, pero ¿existe algún código deontológico de la publicidad respecto a estos productos que aunque sean legales son perjudiciales para la salud? Me gustaría saber si existe, y si no existe quizá sería el momento, junto con esta ley, de abrir esta vía, porque si vamos a permitir productos que son perjudiciales para la salud pero los permitimos porque son legales, entre comillas, debería haber un código deontológico de cómo promocionar estos productos sin que induzcamos al aumento de consumo.

En cuanto al fondo para prevenir que usted ha comentado creo que es fundamental. Recuerdo como madre, por tanto como educadora, que la baza siempre ha sido educar e informar; es más, le diré una cosa, cuando mis hijos eran adolescentes les compré una enciclopedia sobre las drogas para que conocieran bien todas las drogas y sus efectos. Creo que la vía debe ser ésta: de cada droga debe conocerse sus efectos, su potencialidad de adicción, sus resultados y cómo puede manejarse.

Leeré con atención todas sus aportaciones y si respetan los derechos de los fumadores y de los no fumadores, previniendo el acceso de los menores a un producto que, aunque sea legal, es perjudicial las consideraremos.

La señora **PRESIDENTA**: En nombre del Grupo Parlamentario Popular tiene la palabra el señor Calpe.

El señor **CALPE SAERA**: Yo quiero sumarme no solo a la gratitud por su comparecencia, sino a la felicitación por su onomástica y la de su hijo.

Empezaré mi intervención manifestándole mi sorpresa por una afirmación que ha hecho usted, aunque entiendo que la está haciendo ya mucha gente, que es la falta de diálogo que ha habido con los sectores afectados para la elaboración de este proyecto de ley. Tenemos un Gobierno que se autoproclama paladín del diálogo, pero no es la primera vez esta mañana que alguien viene quejándose de esta falta de diálogo, al menos en este supuesto concreto. También he oído alguna otra cosa que me ha sorprendido y se lo digo cordialmente, como es su afirmación de la mayor potencialidad de la autorregulación de las empresas que de las campañas de las administraciones sanitarias en que disminuyese la venta de los productos de tabaco. Nosotros ahora somos grupo de oposición, pero hemos tenido recientes responsabilidades de Gobierno, las tenemos en varias comunidades autónomas y en varias administraciones, y creemos sinceramente que también el papel de las administraciones públicas y de los gobiernos en esto es importante y que ha tenido bastante que ver en la concienciación cada vez mayor que las personas tienen sobre los potenciales efectos nocivos del tabaco. Recientemente he leído un libro de memorias de un paisano mío, de mi pueblo, que fue diputado de un partido valenciano, Unión Republicana Autonomista, en las Cortes de la República en todas las legislaturas, que escribió un capítulo sobre elogio del tabaco; incluso decía una cosa tan pintoresca como que desconfiaba de los que no eran fumadores. Hoy eso sería poco menos que impensable. Por tanto, algo habremos tenido que ver también aquí en la acción política.

Yendo a cuestiones concretas que usted ha planteado o que han planteado otros comparecientes y, si me permite, como usted es un experto en publicidad, se las traslado a usted; especialmente sobre el contenido del artículo 9.1.b) del proyecto de ley le querría plantear alguna cuestión. Al margen de lo que usted haya dicho sobre la posibilidad de publicidad exterior, de la promoción para mayores de edad, hay otras limitaciones a las que usted no se ha referido y en cambio otro compareciente anterior sí lo ha hecho, y quisiera preguntarle por ellas. Por ejemplo, respecto a los artículos de aprobación cuando se dice que en todo caso el valor o precio de los bienes o servicios citados no podrá ser superior al 5 por ciento del precio de los productos del tabaco que se pretende promocionar, un compareciente anterior ha planteado que se elevará al 15 por ciento,

como dice la ley de competencia desleal. ¿Esa elevación sería simplemente una comodidad para las empresas publicitarias o la limitación que prevé el proyecto de ley imposibilita de alguna manera que la promoción sea posible? (**Ha habido una alusión de otro.**) También ha habido una alusión por otro compareciente — que no ha sido usted, pero me permito trasladársela— diciendo que el proyecto de ley prevé que los regalos que se puedan entregar no contengan los nombres, las marcas, los símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco y se nos decía que eso hacía imposible en estas circunstancias que los gastos en publicidad se pudiesen deducir como gastos generales de la empresa, porque no cumplirían los requisitos de la Ley del IVA. No sé si usted comparte esa opinión o puede hacer alguna sugerencia, porque no he leído las que usted nos ha entregado, que en cualquier caso le agradezco y le manifiesto que nuestro grupo va a estudiar con mucha atención. Hay otra cuestión que nos llama la atención sobre la publicidad. Aunque es cierto que con anterioridad a este proyecto de ley se había restringido la publicidad del tabaco con diversas medidas legales, hemos visto que se está concentrado mucho, sobre todo el patrocinio, en los grandes espectáculos deportivos de motociclismo y de Fórmula Uno. ¿Eso tiene algún sentido especial? Es decir, ¿esos espectáculos tienen algún atractivo especial para las empresas de tabaco? En la medida en que esos espectáculos son muy seguidos por gente joven y que estamos ante un proyecto de ley que trata de proteger a los menores para que se convenzan de que no es bueno ser fumadores en un futuro, el que la publicidad se haya centrado tanto ahí, ¿puede tener alguna consecuencia en este sentido? ¿No se podía haber ideado algún otro tipo de espectáculo como patrocinio que fuera mejor?

Finalmente, también le querría plantear una cuestión que tiene que ver con la última de las enmiendas que usted nos sugiere, que es sobre la entrada en vigor de la ley. Es cierto que las campañas publicitarias deben contratarse por un determinado período de tiempo y, por tanto, la entrada en vigor el día de la publicación en el Boletín Oficial del Estado lógicamente incidiría en contratos que estarían vigentes y los convertiría, al menos en parte, en ilegales y de imposible cumplimiento. Usted ha sugerido cuanto menos el plazo de un año de régimen transitorio, ¿pero nos podría usted dar alguna indicación sobre qué duración suelen tener estos contratos para que considerásemos razonable un plazo concreto de régimen transitorio?

La señora **PRESIDENTA**: A continuación, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra la señora Carcedo.

La señora **CARCEDO ROCES**: Intervengo para agradecer la intervención del compareciente, la contundencia y la firmeza con la que ha defendido sus posi-

ciones ante esta Comisión y también para agradecerle que esa contundencia la haya llevado de forma clara a defender su responsabilidad en el mundo de la publicidad. Permítame que la contundencia con la que yo defienda el proyecto de ley sea más referida al interés general que a sectores que incluso me tocan personalmente más de cerca y conozco bien como es el sanitario. Precisamente, desde la óptica del sector sanitario, será la única valoración personal que le realice. El resto de los argumentos los plantearé exclusivamente a tenor de decisiones y de conclusiones de organismos públicos internacionales.

Usted decía al principio de su intervención que se había desenfocado la estrategia, que se había abierto un fuego por error de focalización de las medidas —más o menos quise interpretar eso—, porque la estrategia contra el tabaco se había centrado en la prohibición y no en otras medidas como la prevención, la educación, etcétera. Yo, que conozco bien el sector sanitario, le puedo asegurar, sin ningún riesgo de error, que en estos momentos, a lo largo de esta comparecencia, se están produciendo en nuestro país, en miles y miles de consultas y actos médicos y de enfermería, consejos a los pacientes a los que perjudica fumar, un día y otro y otro, a través de nuestro Sistema Nacional de Salud, sistema universal al que accede toda la población española; sistema que no solamente se ocupa de la curación de las personas, sino que tiene la responsabilidad de una atención integral, en la que la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad, según la vigente Ley General de Sanidad, son prioritarias. Igualmente puedo decirle, también como conocedora de la salud pública, que en nuestros centros educativos, en un gran porcentaje —no me atrevo a asegurar que en la totalidad—, existen programas específicos de lucha y de educación contra el tabaco. Yo soy conocedora de varios vigentes. Por tanto, no existe desenfoco en el abordaje del asunto. Este es un complemento más, porque España no es un país aislado en el planeta, sino que está en órganos internacionales, forma parte de Naciones Unidas y de la Unión Europea y tanto en una como otra, además de por la propia inquietud y responsabilidad que nos compete, se ha llegado a conclusiones sobre cómo combatir la dependencia del tabaco, la morbilidad, la mortalidad y las malas consecuencias ambientales y económicas que el tabaco genera en nuestra población. Esas conclusiones están basadas en estudios contrastados, que no voy a discutir porque no me compete ni me siento capaz de hacerlo, pero como consecuencia de eso el convenio marco de Naciones Unidas, después de manejar los estudios pertinentes, dice en su artículo 13, ya como articulado del convenio, que las partes reconocen que la prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio reduciría el consumo de los productos de tabaco. Yo no voy a ir más allá; simplemente me limito a leer este documento.

La directiva europea orienta en el mismo sentido. Nuestro país suscribió el convenio marco de Naciones

Unidas y se siente obligado a la transposición de la Directiva de 2003 sobre el tabaco. A mayor abundamiento, nuestro país parte de una situación muy mala. Es la peor de Europa en cuanto a las limitaciones de la publicidad del tabaco. En una valoración de los países que han implantado medidas de control o de regulación de la publicidad, el nuestro se encuentra en último lugar y en las mismas condiciones que Alemania, con una puntuación de 3 sobre 13, habiendo 15 países con una puntuación de 10. Por tanto, la necesidad de poner en marcha en nuestro país una normalización y una armonización con el resto de países de la Unión Europea, de la que formamos parte, parece no solamente obligado, sino un deber de las autoridades españolas. Y eso es lo que se pretende hacer a través de esta legislación. En esta legislación se pretende dar forma al mandato de la directiva y a la responsabilidad asumida por nuestro país con la firma del convenio marco de Naciones Unidas contra el tabaco. La medida con la que se hizo la trasposición de la directiva en esta ley, que regula además algunos otros aspectos, viene siendo calificada por el Consejo de Estado como razonable, racional y proporcional en todos sus términos. Hablando del Consejo de Estado, usted aseveraba al principio de su intervención que la asociación de empresas de publicidad no había sido consultada en el trámite previo de anteproyecto. No se lo voy a discutir, pero tengo delante el informe oficial del Consejo de Estado donde la Asociación General de Empresas de Publicidad está incluida entre los agentes socioeconómicos que han sido consultados en el trámite de anteproyecto de ley, y lo dejo aquí para quien tenga a bien ojearlo.

La libertad de expresión es un asunto que también ha tenido idas, venidas y reiterados pronunciamientos, y no solo del Consejo de Estado, que califica de proporcional, razonable y racional la solución del proyecto de ley. No me puedo resistir a algunas aseveraciones como, por ejemplo, la del Tribunal Europeo de Derechos Humanos, que aplica la extensión de la protección de la libertad de expresión a la publicidad comercial de forma muy restrictiva, hasta el extremo que la publicidad comercial per se, si no persigue otra finalidad de expansión de ideas de contenido social y político y de puntos de vista minoritarios en una sociedad democrática, no está protegida, y la de toda la jurisprudencia en general, que también tuvo su reflejo en la propia jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. Por tanto, la decisión en este proyecto de ley está ajustada a la proporcionalidad. A mayor abundamiento de lo que estoy manifestando desde el Grupo Parlamentario Socialista en defensa de la opción del Consejo de Ministros en este proyecto de ley y en defensa del interés general y de la salud de los ciudadanos, no conocemos otras medidas más proporcionales y que sean tan eficaces para conseguir una disminución del consumo del tabaco que las regulaciones que se contienen en esta ley y que, por otra parte, pusieron en marcha el resto de países de nuestro entorno. Antes de

pasar a la tercera cuestión, le quería dar un dato. En Estados Unidos, puesto que todo lo cuantifican en términos económicos, se calcula que con las medidas de disminución de la publicidad las arcas del Estado se han ahorrado 20.000 millones de dólares por la disminución de las patologías de cáncer de pulmón.

La tercera cuestión que quisiera apuntar tiene que ver con la regulación aquí traída y llevada —legal e ilegal, publicidad o no publicidad— de un producto legal. Estamos en un Estado de derecho donde unas cuestiones son legales y otras no lo son. Las no legales no las podemos mezclar con las legales y las debemos confiar a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, que son bien eficaces en nuestro país y están haciendo cada día una ardua labor de persecución de la ilegalidad. Por tanto, dejemos esa tarea a quienes tienen esa responsabilidad que presuponemos saben mucho y bien de ello. Respecto a lo legal, no todo lo legal está sometido a publicidad libre, por diversas razones. Le voy a poner dos ejemplos. Los medicamentos son legales, pero usted no los puede comprar donde le dé la gana, ni existe publicidad de los que están incluidos en el Sistema Nacional de Salud; precisan una prescripción por un facultativo y se deben adquirir en un lugar autorizado para su dispensación, que son las oficinas de farmacia. Los productos fitosanitarios tienen una regulación específica, precisamente por su posible influencia en la cadena alimentaria y su repercusión en la salud humana. Podríamos seguir con otros muchos ejemplos. Este, aunque es un país libre, es un país de derecho y es un país regulado, en el que las autoridades públicas tienen la responsabilidad de velar para que esa transacción que se produce en el comercio no genere problemas ni riesgos para la salud de las personas.

Termino como empecé, diciendo que mi intervención se enfoca desde el interés general de una sociedad que está sufriendo una epidemia debida al consumo de tabaco, epidemia que los poderes públicos tienen que solventar y tienen que hacerlo de muchas formas, a través de muchas medidas, de muchas acciones y de muchos programas puestos en marcha. Una parte puntual de todas esas acciones es esta ley, que no es tampoco una ley caprichosa del Gobierno español, es una ley necesaria, que es voluntad política del Gobierno, pero que está enmarcada en el contexto de los países de nuestro entorno, del que formamos parte, es cierto que voluntariamente. Todos los informes, todos los estudios y todos los antecedentes que llevaron a la elaboración de las normativas a las que he hecho referencia y que son motivo de trasposición en esta ley cuentan con sobrados y solventes estudios científicos.

La señora **PRESIDENTA**: Espero contar con el beneplácito de SS.SS. si manifiesto que, alterando el orden habitual de intervenciones de los grupos de menor a mayor, por haberse incorporado tardíamente a la Comisión el representante del Grupo Parlamentario Catalán (Convergència i Unió), señor Maldonado,

desea hacer uso de la palabra y se la concedo en este momento.

El señor **MALDONADO I GILI**: Agradezco la comprensión y la generosidad de los compañeros y compañeras portavoces de otros grupos. Saben ustedes que los grupos minoritarios, aparte de tener la desgracia de ser minoritarios, debemos cubrir muchos frentes con pocos elementos, lo que nos obliga a estar en diferentes comisiones a la vez. Esto no obvia que podamos seguir, gracias al circuito de televisión, todas las comisiones, a la vez si hace falta, y vayamos siguiendo las intervenciones. Hemos seguido con mucho interés las comparencias de hoy.

Mi intervención será breve en atención a la hora y a la amabilidad de los compañeros que han aceptado el cambio de lugar de la misma. Será breve además porque no estamos debatiendo la ley, estamos escuchando comparencias del sector que puede verse afectado de alguna forma o puede tener intereses en la ley que el Gobierno está tramitando.

Quiero agradecer a los señores don José Luis Guerra, don Juan Manuel Barreiro, don Antonio Alonso y don Miguel Ángel Torinos sus comparencias, especialmente al señor Torinos, con el cual el Grupo de Convergència i Unió ha tenido un contacto permanente desde hace tiempo como representante de la Asociación Española de Estanqueros. Agradezco la presencia de todos ustedes. Es importante que los sectores hagan llegar su voz a este foro de debate, a este órgano legislador, porque a veces, cuando el Congreso legisla, los sectores se quejan porque no han podido hacer llegar su voz. En este proyecto de ley reguladora de la venta, suministro y publicidad de los productos del tabaco hemos podido escuchar la voz de la hostelería, de la Asociación Empresarial del Tabaco, de las empresas de publicidad y de los estanqueros. Yo no hablaré de la ley. La portavoz del Grupo Parlamentario Socialista ha defendido que es una ley necesaria. Nosotros creemos que es una ley que tiene que tener en cuenta el aspecto sanitario, que preocupa a toda la sociedad. Cada vez profundizamos más en que la venta de tabaco y su publicidad tienen que estar regulados, pero también es cierto que si la ley no tiene en cuenta la existencia de sectores sociales, pueden verse gravemente afectados. Si el tabaco sólo puede venderse a un segmento social, tiene que regularse y estoy seguro que quien mejor regulará y quien mejor cumplirá la ley reguladora de la venta tabaco son los estanqueros porque el ámbito está muy delimitado.

Por tanto, solo quisiera reiterar el agradecimiento a los comparecientes y manifestar el compromiso de Convergència i Unió de dar a este proyecto de ley toda la seriedad social desde todos los puntos de vista, tanto de defensa de la salud de los ciudadanos, como de cuidado de aquellos sectores que puedan verse perjudicados por una ley que no sea sensible a todos los sectores sociales.

La señora **PRESIDENTA**: Concluido el turno de intervenciones, doy nuevamente la palabra al compareciente, señor Alonso Salterain, para que conteste a las preguntas o para que matice aquellos aspectos que le parezcan de interés.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD, FNEP**, (Alonso Salterain): En primer lugar, quisiera agradecer el tono de las intervenciones porque cuando uno se enfrenta a este tipo de foros sin demasiada experiencia en ello, la verdad es que hay una especie de reparo porque se pregunta qué va a pasar. Les agradezco enormemente el tono absolutamente mesurado de todas las intervenciones, las más y las menos comprensivas con nuestra locución.

Voy a intentar aclarar ciertas cuestiones que han surgido y dar respuesta a las preguntas que se han puesto encima de la mesa. La representante de Esquerra Republicana, la señora Bonás, nos preguntaba que si la publicidad no sirve para incrementar el consumo, ¿de qué vivimos? Lo que yo he dicho es que en productos y mercados maduros no sirve para aumentar el consumo unitario per cápita o para aumentar el consumo de los productos. Le voy a poner ejemplos, porque creo que es la mejor forma de entenderlo. Hace tiempo que los fabricantes de yogures no han incrementado el consumo per cápita de yogures enormemente, lo que están haciendo es vendernos productos de mayor valor añadido, con bífidus, con soja, etcétera; es decir, son productos de más valor, por tanto, de más coste unitario, pero no hacen que comamos muchos más yogures. Para eso sirve la publicidad. En el caso del tabaco la publicidad sirve si se lanza un producto *premium* o si se comunica un aumento de precio. En productos emergentes, en mercados que nacen, ahí sí que hay que crear mercado. Sin embargo, cuando hablamos de tabaco, yo no creo que estemos hablando de un producto que esté naciendo hoy; estamos hablando de un mercado absolutamente maduro, que de hecho en consumo per cápita ha dejado de crecer y en consumo total, es decir, en número de cigarrillos, también ha dejado de crecer en el último año. Y se han invertido 52 millones de euros en publicidad, más todo lo que se ha invertido en patrocinio, etcétera. La publicidad sirve para eso y, además, sirve para que los fabricantes dentro de un mercado equis, de 9.000 millones de euros en España, se roben cuota unos a otros. Para eso sirve también, pero no para que vendan más cigarrillos. Desgraciadamente para ellos, el mercado no funciona así. Yo les hablo como experto en el mercado de la publicidad y no funciona así. Hay mercados que ya son maduros y que ya no crecen.

¿Qué podemos hacer para que los jóvenes no tengan acceso a la publicidad? Hoy en día los medios publicitarios tienen herramientas de investigación de mercado y de estudios de audiencias tan precisos que son capaces de hacer que coloquemos nuestros anuncios allí

donde los jóvenes no tienen acceso. No se puede hablar en general ni en términos absolutos. Siempre habrá jóvenes que vean la televisión a las 12 de la noche, siempre los habrá, pero estamos hablando de generalidades. En generalidades, sabemos hoy en día dónde colocar incluso un anuncio en la calle para que un joven de 14 a 18 años no lo vea o para que las probabilidades de que lo vea sean mucho menores. Esas herramientas han sido desarrolladas en los últimos años. Es una diferencia sustancial con lo que pasaba antes en los mercados publicitarios. Ahora se puede gestionar eso, se puede trabajar y se puede trabajar mucho. En el sistema informático de nuestra compañía tenemos, por ejemplo, determinados soportes publicitarios que están marcados como: no instalarlos o no fijar el anuncio, en caso de que sea una campaña de alcohol o de tabaco. En cuanto al autocontrol y a si existen códigos deontológicos, sí, creo recordar que es del año 2001, y existe tanto en el tabaco como en el alcohol y otra serie de productos cuya publicidad fue discutida en su día. Efectivamente, yo creo funcionan y tan así es como que en los datos que les he dado se muestra que el consumo del tabaco no ha aumentado entre nuestros jóvenes y en general. Por tanto, sí existen y considero que son una magnífica vía para desarrollar. Además, existe una institución que se llama Asociación de Autocontrol de la Publicidad, donde se integran todos los anunciantes y que es un instituto independiente que se dedica precisamente a hacer cumplir los códigos de autorregulación de cada sector. Como les he dicho, funciona muy bien y es un ejemplo internacional.

Con respecto al Grupo Popular, se ha hablado de sorpresa por la falta de diálogo con la Administración. Más sorprendidos nos hemos encontrado porque hemos requerido audiencia con cuatro ministerios distintos —creo recordar que eran los de Economía, Trabajo, Administraciones Públicas y Sanidad— y no nos ha recibido ninguno. Como no nos recibieron, escribimos una carta al presidente del Gobierno, que nos respondió —tenemos la carta archivada— que su agenda estaba saturada. ¿Realmente ha recibido nuestras alegaciones el Consejo de Estado? Sí, pero cuando he hablado he dicho organismos gubernamentales. Perdónenme nuevamente —por eso les hablaba de las formalidades parlamentarias—, pero no sé si el Consejo de Estado es un organismo gubernamental. Creo recordar que no. En cuanto al Gobierno y los ministerios que lo forman, no nos ha recibido ninguno. Dice que le sorprende que yo diga que tienen mayor efecto las campañas publicitarias del tabaco que las campañas institucionales, pero yo no he dicho exactamente eso y siento tener que explicarme ahora porque no lo haya aclarado bien antes. Lo que quiero decir es que, si sobre la base de este código de autorregulación del año 2001, se consigue que el consumo del tabaco no aumente —y se ha conseguido— y, sin embargo, las campañas que estamos haciendo para evitar el consumo de drogas ilegales no están teniendo ese éxito —y los datos lo avalan;

es más hay otro dato más preocupante, que es la falta de percepción de riesgo de los jóvenes hacia esas drogas— es que algo estamos haciendo mal, con total seguridad. En mi empresa me juzgan por resultados y considero que es una forma razonable de juzgar, aunque no siempre o en términos absolutos. Por eso precisamente les decía yo que por qué no creamos un fondo de educación o de inversión publicitaria para aumentar lo que ya estamos haciendo, pero quizás o no con demasiados medios o no con demasiado éxito. Por tanto, aumentemos el trabajo en ese aspecto. No he dicho que se esté haciendo mal; quiero decir que no llegamos. Y es así, no estamos llegando, mientras que sí se ha conseguido parar el incremento del consumo de tabaco, es un hecho.

En cuanto al 5 por ciento que ha mencionado usted, se lo voy a explicar. Cuando se hace una promoción en un estanco, con el 5 por ciento de una cajetilla que puede costar 3 euros —no lo sé exactamente porque yo soy ex fumador—, es decir, con 15 céntimos no se logra regalar ningún artículo promocional. Cuando hablan del 15 por ciento es porque con 45 céntimos ya se puede regalar un mechero. En cuanto al IVA, me pilla usted in albis. Tendríamos que consultarlo a nuestros expertos fiscalistas. Si lo han dicho, interpreto que será cierto. En lo referente a las concentraciones en espectáculos de Fórmula Uno, motociclismo, etcétera, es muy sencillo y precisamente por eso la directiva comunitaria intenta eliminar los acontecimientos y la publicidad en las retransmisiones transfronterizas. Evidentemente, un anunciante tiene que buscarse la vida —hablando entre comillas— y cuando los diferentes Estados van prohibiendo las retransmisiones televisivas se dedican a patrocinar eventos que son retransmitidos. Con ello lo que ocurre es un evento que está teniendo lugar en un país en el que sí se permitía la publicidad o el patrocinio de eventos se retransmitía a otros países donde no estaba permitido, con lo que teníamos un conflicto. Por eso la directiva comunitaria intenta armonizar esa legislación y decir: No se puede hacer medios publicitarios transfronterizos. No es porque haya una conexión especial entre el tabaco y un coche de Fórmula Uno, es simplemente porque los anunciantes de tabaco intentan hacer publicidad allá donde la ley les deja.

En torno a la entrada en vigor, le explico. Hay algunos contratos publicitarios que son meramente temporales, es decir, para una campaña para el mes que viene, y ya se acaba el contrato; pero hay otros muchos contratos que son anuales, por ejemplo, una gran valla publicitaria, que puede estar contratada para uno, para dos o para tres años. Además, no hablamos solo de la duración de los contratos, hablamos también de la necesidad de adaptar la estructura productiva de las empresas a una nueva situación; una situación radicalmente distinta donde, por poner un ejemplo nuevamente del medio exterior, el 8 por ciento de la inversión se esfuma. Les voy a dar otro dato. Según datos de

Infoadex, que son los únicos que hay en cuanto a la inversión publicitaria (hay otra agencia de medios que se llama Zenith Media, cuyos datos también son válidos, pero voy a referirme a los de Infoadex), entre los años 2001 y 2004, en esos cuatro años la inversión publicitaria en exterior —la inversión publicitaria en general ha sido más o menos parecida— se ha incrementado, de promedio, un uno y pico por ciento —el año 2001 fue muy malo, pero luego ha ido creciendo— en euros corrientes. Si descontamos el efecto de la inflación, evidentemente el mercado ha decrecido. Por tanto, si tenemos que buscar el 8 por ciento de inversión, ¿dónde y en cuánto tiempo? Yo creo que la persona que ha redactado la memoria no ha hecho bien estos cálculos o no nos ha escuchado.

En cuanto a la intervención del Grupo Socialista, entiendo perfectamente que diga que usted va a defender con contundencia el interés general, y me parece fantástico porque en eso estamos todos, nosotros también. Pero es que el interés general no es solo que una persona pueda fumar un cigarro o no, o pueda informarse o no; el interés general es también la defensa de sectores económicos productivos de este país que están anunciando un producto legal, y yo entiendo que nosotros somos también parte del interés general. Yo les estoy hablando hoy aquí y soy parte del interés general. Dice usted que se producen miles de consejos y de consultas. Claro que sí, qué más queremos que en lugar de miles sean millones, de consultas, de consejos y de actos sanitarios que avalen que se fume menos o que el que quiera fumar, al menos, esté totalmente informado de lo que está haciendo. Por eso nuevamente les hacemos la aportación de por qué no crear un fondo para ello.

Respecto a los centros educativos, le vuelvo a remitir a nuestra propuesta. En cuanto a que esto es una pieza más en el sistema, le doy toda la razón también. Claro que sí, prohibiendo la publicidad, ustedes no van a pretender solucionar el problema del tabaquismo, sin duda alguna. Pero ahora vamos a hablar de otro sistema, vamos a hablar del sistema económico, del sistema productivo y de lo que vivimos todos. Pues bien, la industria publicitaria también es una pieza del sistema, el 2 por ciento del sistema. Por lo que se refiere al convenio marco de Naciones Unidas, pues vale. **(Rumores.)** Ellos dicen que la prohibición reduciría el consumo del tabaco y yo les podría ir citando diferentes estudios que dicen que no tiene ese efecto directo. Respecto a que estamos muy atrasados y que lo que estamos haciendo es trasponer la directiva comunitaria, lo que yo le estoy proponiendo es trasponerla, no ampliarla. En cuanto a que el Consejo de Estado nos tuvo en cuenta, ya he respondido antes; yo no hablaba del Consejo de Estado en ningún caso. En relación con las medidas que han puesto en vigor los países de nuestro entorno, que son muy proporcionales y que son eficaces para disminuir el consumo, le vuelvo a remitir a los datos que hemos

aportado antes. No se está reduciendo el consumo como se manifiesta en la memoria.

Cuando usted habla de los medicamentos, de la diferenciación entre legales e ilegales y si eso disminuye o no, me acaba de dar una idea. Lo cierto es que el mercado de medicamentos es un magnífico ejemplo para que vea usted cómo aumentar la venta de un producto sin publicidad, porque creo recordar —y soy lector de periódicos nada más, yo no me dedico al mundo público ni muchísimo menos— que una de las preocupaciones del Estado es el incremento del gasto en medicamentos. **(Rumores.)** En cualquier caso, lo que le digo es que la publicidad puede ser sustituida —si alguno de ustedes ha trabajado en un mercado de consumo lo sabe— por muchas otras prácticas que incrementan el consumo del producto. Entre otras, el precio.

Con respecto al señor Maldonado, que ya no está, ha debido ir a apagar otro fuego, muchas gracias por sus palabras. El sector que represento y yo estamos en esa línea, en tener en cuenta los intereses de todos. Les voy a decir una cosa y es que, no había tenido contacto con la industria tabaquera nunca. Son nuestros anunciantes, pero yo no me reúno con la asociación del tabaco. A mí me contratan una campaña y la hago. No sé cuánto tiempo llevamos con esto, pero una temporada, y me he quedado gratísimamente sorprendido porque tanto la industria tabaquera como todas las industrias, todas las asociaciones que tienen relación con estos temas, como pueden ser los estanqueros, que mencionaba el señor Maldonado, tienen un talante absolutamente dialogante. Si el proyecto se hubiera empezado a tramitar con un diálogo previo, porque es de interés general y porque así han tenido a bien recibirnos, el tema iría mucho mejor encauzado en beneficio de todos.

La señora **CARCEDO ROCES:** A efectos del «Diario de Sesiones» no sé si hacer una aclaración respecto del Consejo de Estado.

La señora **PRESIDENTA:** Hemos admitido antes alguna otra. Se puede hacer si es breve, no para volver a reabrir el debate.

La señora **CARCEDO ROCES:** No es el Consejo de Estado quien inicia la consulta, sino el que la analiza. El Consejo recibe las consultas.

La señora **PRESIDENTA:** Me va a dar usted pie a que yo también le haga una aclaración sobre cómo se producen en la actualidad, las consultas, no a partir de que gobiernan ustedes, sino a partir de la modificación de la Ley en 1997-1998, creo recordar, de manera que a muchos nos ha parecido inadecuada. Sin embargo, este debate debe ser llevado a la Comisión de Administraciones Públicas. Existe una cierta trampa. Con frecuencia los informes van sin haber sido examinados previamente al Consejo de Estado o es el propio Consejo de Estado el que abre el trámite de audiencia. Antes las

administraciones elevaban consulta al Consejo de Estado, pero ya no es así tras la modificación de la Ley habida en 1998. En otro momento podríamos abordarlo, pero, insisto, la valoración que cada grupo haga de si ha sido bastante o no es una valoración política como cualquier otra y a la vista está de todos el expediente al que hemos tenido acceso. Luego enjuiciaremos si ha sido bastante o no. En todo caso, la Comisión está cumpliendo en el día de hoy, lo hará también el lunes que viene, con parte de ese cometido al haber citado a todos o a muchos de los sectores interesados en el proyecto de ley.

Sin más, quería agradecer al compareciente el contenido de su intervención y anunciarles a todos ustedes que, como conocen, a las cuatro de la tarde reanudaremos la sesión con la comparecencia primera del presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos, que ha sido aludido por los comparecientes y también por SS. SS. en distintas ocasiones. A las cuatro de la tarde pues, continuaremos con esta sesión.

Se suspende la sesión.

Eran las tres y cincuenta minutos.

Se reanuda la sesión a las cuatro de la tarde.

— **DEL SEÑOR PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS (SIVIT GAÑÁN.) (Número de expediente 212/000650.)**

La señora **PRESIDENTA:** Señoras y señores diputados, señoras y señores que nos acompañan; continuamos con el contenido de la sesión de hoy que está fijado en la comparecencia de quien ha sido aludido esta mañana en distintas ocasiones y que es el presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos, en relación con el proyecto de ley del que son objeto todas las comparecencias en el día de hoy. Dado que se trata de un alto cargo vinculado a la Vicepresidencia Segunda y Ministerio de Hacienda, y cuyo informe en relación con la elaboración de esta norma ha sido aludido en distintos momentos de esta mañana, le rogaría, si no le parece mal y si SS.SS. lo consideran conveniente, que nos explicase, con carácter previo a lo que tuviese preparado como intervención, la naturaleza y la articulación orgánica del puesto o cargo que ocupa en este momento. Sin más, le doy la palabra para las explicaciones que crea convenientes, además de para las específicas, al señor Sivit Gañán.

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS (Sivit Gañán):** Soy Felipe Sivit Gañán, presidente del organismo autónomo del Comisionado para el Mercado de Tabacos. Este organismo está encuadrado dentro del Ministerio de Economía y Hacienda a través de la Subsecretaría. Es un organismo autónomo de carácter administrativo

que fue creado por la Ley 13/1998, del mercado de tabacos, que vino a sustituir a lo que fue la antigua delegación del Gobierno en la antigua Tabacalera, arrendataria del monopolio del tabaco. Surge el organismo en el momento en que desaparece el monopolio, tanto de la importación como de la distribución de todos los productos que venían de la Comunidad Económica Europea, porque anteriormente ya había desaparecido el monopolio de la fabricación, de la distribución y de la importación. Por tanto, podemos decir que hoy el Comisionado para el Mercado de Tabacos es un organismo regulador del mercado del tabaco, teniendo en cuenta que todas las operaciones del mercado de tabaco, excepto la venta al minorista, están liberalizadas. Todos los operadores que intervienen en el mercado, tanto los fabricantes como los importadores, los distribuidores y los marquistas, actúan libremente con autorización del Comisionado para el Mercado de Tabacos. La única excepción a esta norma son las expendedorías de tabaco que operan en régimen de monopolio de concesión administrativa, siendo la titularidad de esta concesión el Estado, que la ejerce a través del Comisionado para el Mercado de Tabacos.

Por darles alguna explicación de cómo funciona el mercado actualmente, existen en el mercado 14.487 expendedorías del mercado de tabacos, todas con concesión administrativa, 8.500 son de carácter general, y algo menos de 6.000 de carácter complementario, es decir, que su actividad principal no es el tabaco sino otro comercio minorista; puede ser un bar, un comercio, etcétera, y la ejerce compartida. Los expendedores de tabaco ejercen una función de servicio público mediante una retribución de las ventas que efectúan que es el 8,5 por ciento. En el año 2004 la media de las retribuciones obtenidas por este sector ha sido aproximadamente de 70.000 euros, contando con las 14.000 expendedorías, tanto en régimen general como complementarias. En cuanto al mercado de tabacos, la fábrica más importante de España la tiene Altadis. Hay otros ocho fabricantes en la zona valenciana, que prácticamente se dedican a fabricar puros. Existen otros fabricantes de tabacos, aunque no están dentro del régimen de autorización por parte del comisionado. En las islas Canarias hay cuatro fabricantes. Entre los más importantes están CITA y la Canariense. En importadores hay registrados 22 y como distribuidores existen seis, pero el que controla cerca del 97 por ciento del mercado es Logista que proviene de la antigua Tabacalera. Como marquistas hay cinco o seis que son las marcas conocidas por todos. Philip Morris, la Japan, la British American Tobacco, la Imperial y la Gallagher.

Por situarnos en el contexto de la situación del mercado de tabaco, actualmente el mercado de tabacos está no solo estabilizado sino que desde el año 2003 se aprecia una ligera tendencia a la baja, si no tanto en la venta sí en el consumo de tabaco. Por dar datos exactos del mercado en el momento actual, hablando de unidades físicas en ventas de tabaco desde la creación del orga-

nismo del Comisionado para el Mercado de Tabacos, en el año 1999, hemos pasado de unas ventas anuales de 4.293 millones de cajetillas a 4.663 en el año 2004.

Es decir, que ha habido aproximadamente un crecimiento medio de 1,5 por ciento. Sin embargo, hay un factor que hay que considerar muy importante en el mercado de tabacos, y es la situación de los precios, concretamente los precios y los impuestos. Desde el año 2003, aunque las ventas se han incrementado del orden del 1,5 por ciento, se puede decir que el consumo en el mercado nacional tiene una tendencia a la baja como consecuencia de que parte de nuestras ventas se están produciendo con destino al exterior a través de las zonas fronterizas y concretamente de las zonas turísticas, especialmente del levante y del sur español. Si bien, como digo, en unidades físicas la venta está totalmente estabilizada con tendencia a la baja en el consumo, no es lo mismo en cuanto a los precios, que han ido subiendo, pasando las ventas de cigarrillos de 7.074 millones de euros en 1999 a 10.096 millones de euros en el año 2004. Es decir que aunque de alguna forma se pueda apreciar una baja en las ventas y en el consumo, las ventas —por cierto, tengo que señalar que el impuesto que afecta al tabaco en el mercado de cigarrillos supone el 72 por ciento del precio de venta— que se producen en el mercado y que afectan, por tanto, a los expendedores, que cobran el 8,5 por ciento, también han tenido un crecimiento.

Me gustaría señalar, porque me imagino que lo habrán comentado esta mañana, la situación que se está produciendo en un tema tan importante como el contrabando de tabaco. Esto ha sido algo que siempre ha existido en nuestro país, y yo, aunque sea ahora presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos, también soy funcionario de la inspección de aduanas y por tanto es un tema que conozco, y cuando el año pasado tomé posesión del cargo me quedé sorprendido porque no había seguido las cifras. Ha pasado algo verdaderamente increíble, ya que hemos pasado de tener del 15 ó 16 por ciento de ventas de contrabando en 1993 a tener ahora mismo, según la última encuesta realizada en el mes de diciembre de 2004, el 0,8 por ciento, algo inusual e incomprensible. Hay que verlo para creerlo, pero el contrabando de tabaco prácticamente ha desaparecido. Que no se haya vendido más en el mercado legalizado del tabaco, a pesar de haber desaparecido el contrabando, independientemente de cualquier medida, sino simplemente con los mensajes que la sociedad va percibiendo tanto en nuestro país como en nuestro entorno, viene a demostrar que se está produciendo una baja en el consumo de tabaco, sin que se hayan tomado medidas coercitivas o restrictivas para su consumo.

En cuanto a los precios medios del tabaco, se han ido incrementando del orden del 5 por ciento en los últimos cinco o seis años y ahora están estabilizados; en los últimos tiempos han aparecido en el mercado ciertos productos con un precio un poco más bajo de lo normal y están proliferando con ánimo de ir tomando posicio-

nes frente a la aparición de la nueva ley que es objeto de esta comparecencia y para tener quizá un hueco en el mercado.

Por último, aunque me lo vayan a preguntar, quisiera decir ya desde el punto de vista del organismo las repercusiones que en principio va a tener la ley que comentamos en el mundo del tabaco. Tal y como está el contenido de la ley que se ha presentado por el Gobierno, los efectos inmediatos en el mercado del tabaco y concretamente en el organismo autónomo van a ser, por un lado, la desaparición de 50 expendedorías que se encuentran ubicadas en los edificios de las administraciones públicas, aunque no podemos hablar de desaparición sino de traslado desde esos puntos de ubicación a otros emplazamientos que tendremos que buscar en colaboración con los expendedores. Se me ha olvidado decir algo importante, y es que en el mercado del tabaco, aunque todas las ventas se hacen a través de las expendedorías, existe, sin embargo, un segundo canal, que es conocido con el nombre de punto de venta con recargo. Son puntos de venta que están autorizados por el propio comisionado, y pueden llegar a existir unos 240.000, de los cuales aproximadamente 200.000 están ubicados en bares y restaurantes, 10.000 en estaciones de servicio y el resto en distintos centros comerciales. Parece ser que existen aproximadamente 160.000 máquinas expendedoras y 80.000 ventas manuales. Como consecuencia de la normativa que se quiere implantar, es decir, que la venta del tabaco únicamente se realice en expendedorías o en los puntos de venta con recargo autorizados del régimen de la hostelería, bares fundamentalmente, y a través de máquinas especiales, esto va a afectar, por los cálculos que hemos hecho, aproximadamente a unos 40.000 puntos de venta con recargo que vamos a tener que dejar de autorizar con arreglo a la normativa existente. También va a ser necesario adecuar todas las máquinas expendedoras que utilizan los puntos de venta con recargo, porque ahora mismo son máquinas manuales que las controla el propio consumidor y según la ley vamos a tener que poner mecanismos especiales para controlar la venta a los menores. Eso va a obligar a que haya que adecuar las ciento y pico mil máquinas que existen ahora mismo. Igualmente, todos los puntos de venta de tabaco que son de régimen manual tienen que pasar a ser expedidos a través de máquinas expendedoras. Éstos son los efectos que puede producir. Me imagino que me preguntarán sobre la incidencia que pueda tener para el consumo, pero quizá ahí no tengo yo la varita mágica para decir cuánto va a disminuir. Hay una cifra que se baraja —y lo habrán dicho esta mañana— del 10 por ciento de reducción del consumo, pero honradamente nosotros no lo sabemos. Lo que sí sabemos es que el consumo está estabilizado. Indudablemente, el objetivo de la ley es reducir el consumo y algún efecto tendrá. ¿Qué porcentaje? Pues quizá esta mañana lo hayan dicho los productores, los fabricantes, los expendedores o los relacionados con el mundo de la publicidad,

que lo conocen, pero desde luego no tenemos cifras ciertas. En cualquier caso, suponiendo que sea un 5 o un 10 por ciento, ¿a quién puede afectar más? A mí el que me puede preocupar más es el régimen de expendedores, que al fin y al cabo son los que tienen nuestra concesión. Ahora, pasando de una cifra del 5 al 10 por ciento yo pienso que tampoco sería excesivamente preocupante, porque siempre hay que pensar que aunque se reduzca el consumo los precios desde luego nunca se quedarán estabilizados, los precios suben, y las comisiones que perciben los expendedores es del precio de venta, en el cual está incluido el impuesto. Del precio de venta del tabaco aproximadamente el 72 por ciento son impuestos especiales e IVA, el 8,5 por ciento es la comisión del estanco o del expendedor, el resto, el 19,5, es el precio de cesión y el importe de la distribución.

Estoy a la disposición de todos ustedes para lo que me quieran preguntar.

La señora **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias por su intervención, de la que le agradezco la brevedad y la claridad respecto de la materia concreta de la que usted se ocupa. A continuación, voy a dar la palabra a los grupos parlamentarios de menor a mayor, como es práctica común en estas comisiones.

En primer lugar, por el Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds tiene la palabra la señora García.

La señora **GARCÍA SUÁREZ**: No me esperaba que pudiéramos empezar tan puntuales; no he llegado a tiempo para escuchar toda la intervención del señor Sivit Gañán, presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos. Por este motivo me va usted a perdonar, pues quizá le haga alguna pregunta que a lo mejor usted ya ha explicado en su intervención. En todo caso, creo que lo más coherente que puedo hacer es asegurarme de que después usted me va a poder contestar.

Si no he entendido mal, el comisionado es un organismo autónomo que está adscrito a la Subsecretaría del Ministerio de Economía y Hacienda. De hecho, creo que ejerce competencias de carácter regulador y de vigilancia para salvaguardar la aplicación de los criterios de neutralidad y las condiciones de libre competencia relativas al mercado de tabacos en todo el territorio nacional. A mí me resultaba muy interesante, por lo que no quería perderme su intervención de ninguna de las maneras. Me interesaría saber las partes del proyecto de ley que ustedes consideran como más efectivas para el objetivo que se plantea en la ley que, como usted muy bien ha dicho, es reducir el consumo de tabaco y, por tanto, desarrollar más salud pública. Por otra parte, ¿cómo valoran aquellas partes de la ley que aseguran más la eficacia de ese objetivo y cuáles, a su juicio, podrían mejorarse, si es que cree que hay algún aspecto de la ley susceptible de ello?

La señora **PRESIDENTA**: Es costumbre en la Comisión que todos los grupos vayan formulando sus preguntas y que a continuación el compareciente las conteste a todas en bloque. ¿Le parece bien?

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS** (Sivit Gañán): Me parece muy bien.

La señora **PRESIDENTA**: Perfecto.

A continuación concedo la palabra a la diputada señora Bonás, en nombre del Grupo Esquerra Republicana de Catalunya, que será quien le formule la posición concreta de su grupo.

La señora **BONÁS PAHISA**: Señor Sivit Gañán, me ha interesado de su exposición una observación. Usted ha dicho que el consumo de tabaco va disminuyendo por sí mismo, ya que parece ser que la sociedad está concienciada de que el tabaco es malo. Por otra parte, vendemos más tabaco en España a los turistas que vienen a comprar y nos pagan impuestos. Por tanto, deberíamos promocionar esta tendencia, ya que vienen ciudadanos, nos pagan impuestos por el tabaco y se van a poner enfermos en su país. La tendencia inteligente, pues, sería promocionar este hecho; es decir, no subir los precios del tabaco y que vengan a comprar aquí. La pregunta es si la Unión Europea nos va a dejar hacer esto mucho tiempo. Querría saber si tenemos unos precios muy distintos a los de la Unión Europea. Lo inteligente sería mantener los precios bajos y cuantas más personas vengan a comprar tabaco mejor.

Esta mañana se ha suscitado el temor de que aumente el contrabando. Según usted, el contrabando de tabaco está muy regulado. Por tanto, si las fuerzas policiales han tenido capacidad hasta ahora de regular el contrabando, nada permite suponer que no continuará, haciéndolo como hasta ahora. El temor que se ha apuntado esta mañana de que al no haber bastantes puntos se favorezca la venta de tabaco de contrabando no debería existir teóricamente. ¿O cree usted que el que se reduzcan mucho los puntos de venta puede provocar que se aumente la venta de tabaco fraudulento, incluso copias de tabaco, etcétera?

Otro tema que no entiendo muy bien es el de las máquinas expendedoras; es decir, que los menores no tengan acceso a las máquinas. ¿No es mucho más lógico que el tabaco lo venda una persona directamente, que puede comprobar la edad del interesado, y no una máquina? La ley contempla que una máquina expenda el tabaco y que el propietario de la misma tenga que vigilar si es un menor el que lo adquiere. ¿No sería más lógico que en lugar de favorecer la venta mediante máquinas se haga directamente por el propietario, que puede comprobar si es un menor o un adulto el que compra el tabaco? Me gustaría saber cuál es su opinión.

La señora **PRESIDENTA**: Me permitiría trasladar el parecer de los señores portavoces si le ruego al presidente del Comisionado para el Mercado de Tabacos, señor Sivit Gañán, que diera copia a la Comisión de los datos y los gráficos que ha utilizado, de tal forma que sean distribuidos a todos los portavoces. Nos serían de gran utilidad a la hora de contar con todos los elementos de juicio y poder formular cada grupo las enmiendas que considere oportunas.

A continuación doy la palabra, en representación del Grupo Popular, al señor Vadillo.

El señor **VADILLO ARNÁEZ**: Gracias, señor comisionado, por su presencia y por su informe.

Usted mismo nos ha dado pie a varias cuestiones que han quedado en el aire. Ha apuntado ciertos problemas y ciertas cuestiones que pueden emanar de la ley. Una de ellas ya la ha comentado otra diputada, como es el contrabando. Al Grupo Popular le preocupa el posible incremento del contrabando por la restricción de puntos de venta y las mayores dificultades que existirán para comprar tabaco, sobre todo entre las personas más jóvenes, independientemente de la bondad de la medida. Se entiende que la bondad de la medida, de prohibir y dificultar la venta a los menores de 18 años, es necesaria e inevitable pero, ¿qué medidas vamos a tomar para evitar que aparezca contrabando, no ya de labores de tabaco comunes, sino labores de tabaco que pueden ser de peor calidad, cuya calidad sanitaria o técnica sea muy inferior e incluso que puedan tener contaminantes, aditivos, adulteraciones, etcétera? Es un tema que habrá que tener en cuenta y afrontar y queremos saber qué política va a seguir el Gobierno respecto de este posible incremento de contrabando o de otras labores.

Hay otra cuestión que destaco de lo que ha comentado el señor comisionado, es, cual es la aparición, en previsión —ha dicho usted, más o menos, no literalmente— de la aplicación de esta futura ley, de marcas legales que son labores más baratas. Al ser más baratas me cuestiono también si son de peor calidad, entendiendo calidad en el sentido que prefiera, calidad organoléptica, calidad gustativa, de componentes, etcétera. ¿No le preocupa al señor comisionado que el consumo se desplace hacia estas labores más baratas, o si éstas, dentro del marco de competencias que tiene el Gobierno, no debieran haber sido más caras desde el inicio de su aparición en el mercado para evitar, precisamente, la compra por las personas de menor poder adquisitivo, jóvenes, o personas con más debilidad social, por tanto más débiles económicamente? Esto nos lleva a una cuestión, ¿por qué es tan barato el tabaco en España, respecto de otros países de Europa, sobre todo cuando por todos es aceptado y admitido que una de las medidas que más efecto tendría sobre el consumo de tabaco sería el aumento de su precio? Debe ser un tema muy estudiado porque hay que evitar otros daños colaterales que puede tener, pero una de las medidas más efectivas es el incremento del precio del

tabaco y de su fiscalidad. Técnicos tiene la materia para poder decidir el cómo, para poder tener una labor beneficiosa sobre el consumo del tabaco. Echamos en falta, dentro del paquete de medidas que se van a tomar contra el consumo del tabaco y las restricciones en su venta, distribución y comercio, el aumento del precio del tabaco. También es necesario conocer, porque me parece que los informes que he visto del Consejo de Estado no han destacado alegaciones tuyas al anteproyecto de ley, si usted había hecho alegaciones a este anteproyecto y en qué habrían consistido. Me imagino que a usted también le han parecido confusas algunas de las cuestiones que aparecen en el proyecto de ley, ya que quedan poco claras algunas cosas como, por ejemplo, los puntos de venta en mano con recargo, los mecanismos que van a tener las máquinas expendedoras y el régimen especial fiscal de Canarias que, de continuar la ley, da lugar a interpretaciones en cuanto al libre mercado, comercio, etcétera. Quiero saber si usted va a tener claro al día siguiente de la aprobación de la ley qué son 100 metros para autorizar o no un punto de venta con recargo o una máquina, en función de que contemos la barra, el espacio entre la barra, los sanitarios, los servicios. ¿Usted tiene claro qué son 100 metros para poder autorizar un punto de venta con recargo? Son cuestiones que se quedan colgando al hilo de esta ley en cuanto a su claridad. Lo mismo sucede en el caso de los centros de restauración que están dentro de las galerías comerciales, qué sentido sanitario público tiene prohibirlo ahí y no justamente en el que está a cinco metros fuera de la galería comercial. Hay cuestiones que incluso siendo un firme partidario de la salud pública, como todos, no terminan de entenderse del todo.

¿Usted conoce qué tipo de mecanismos se pueden implantar en las máquinas expendedoras para controlar su acceso? A todos nos puede sonar mucho, pero no tengo certeza en este momento —no viene en la memoria, no viene tampoco en el borrador del anteproyecto ni en los informes—, y desconozco el mecanismo que se puede implantar para el control de las máquinas. Ni siquiera sé si es mejor que se autoricen las máquinas y se prohíba la venta en mano con recargo o si no sería mejor al revés. Mejor no permitir nada, pero, de permitir algo, no tengo claro qué controla mejor, si el punto de venta en mano con recargo o la máquina expendedora con recargo; tengo mis dudas: de no prohibir todo, ¿cuál de las dos cosas es mejor autorizar? Yo no sé si a usted por su experiencia, porque técnicamente es mucho más competente en estos campos —y me imagino que tendrá modelos comparativos de otros sitios, de otros países, etcétera, le queda más claro que a mí. Desde luego, a mí no me queda nada claro cuál es el mejor modelo.

Usted ha detallado los puntos de venta. Siempre ha quedado la duda de si sabíamos exactamente cuántos puntos de venta legales autorizados había en España, porque, por el número, no es muy fácil saberlo. Me ha

chocado el número de estancos que plantea usted que van a tener que ser cerrados o trasladados de las administraciones públicas. Hay otro número que es el de las expendedorías que están dentro de los edificios de las administraciones públicas como concesiones creo que usted no se ha referido a ellos, sino a otros; en este momento hay muchas concesiones de carácter público dentro de otros edificios —estaciones de autobuses, estaciones de trenes, etcétera, se me ocurren más— que se verán también afectadas por esta medida. Me parece, sin discutirlo, que el impacto también va a ser mayor que esas 50 expendedorías que van a tener que ser trasladadas, creo que serán bastantes más.

Me extraña también el porcentaje de disminución de fumadores —no es fácil saber cuál va a ser—, y debería haberse hecho en la memoria económica del proyecto de ley una aproximación sobre en cuánto van a disminuir los impuestos o los ingresos del Estado. Es algo importante y a todos los que vivimos en una comunidad autónoma, que somos todos los españoles, nos importa el beneficio de dejar de fumar contra el perjuicio de la disminución de impuestos —por tanto, de ingresos de las comunidades autónomas—, y no que no pase, sino cómo se va a compensar. Usted es la persona adecuada, quizá no usted, o su ministerio, para intentar averiguar, dentro del margen de una aproximación, en cuánto van a disminuir los ingresos del Estado por esta materia y, por tanto, qué mecanismos de compensación se debieran prever para que no disminuya la capacidad económica de las comunidades autónomas —por cierto, directamente la sanitaria—. A mí siempre me ha parecido extraño que vinculemos la financiación sanitaria —yo mismo— al tabaco y al alcohol, pero es un hecho que sucede no solo en España sino en otros países y que es inevitable. Por cierto, la financiación sanitaria puede disminuir antes de que notemos los efectos beneficiosos de la disminución de enfermedades y hay que atender también a las enfermedades de los fumadores.

También preocupa el impacto sobre los sectores —todos los sectores directos e indirectos relacionados con el tabaco— porque habrá que tomar medidas. Si se plantea una disminución del consumo del tabaco, se plantea una disminución de la venta de tabaco, por tanto, su producción en todos los sentidos y de todo el sector económico que está alrededor. No sé cómo puede impactar —no queda muy claro en la memoria económica—, pero el Gobierno debería tomar nota de que habrá que reconvertir sectores si verdaderamente se piensa que la ley va cumplir con el fin para el que está prevista, como es que disminuya el número de fumadores. Si disminuye el número de fumadores de verdad —y ese debe ser el espíritu de la ley—, no queda en ningún sitio reflejado cómo se van a reconvertir los sectores y se va impedir que aumenten las cifras del paro, además del empobrecimiento del país porque, aunque sea un problema sólo público, sigue siendo también una parte del producto interior bruto que tendrá que compensarse con otras

medidas u otras actuaciones del Gobierno por las disminuciones del sector del tabaco.

Una cosa que no ha destacado la ley —quizá usted tiene algún conocimiento— es por qué permitimos en esta ley la venta en tiendas libres de impuestos. No le veo contenido sanitario permitir expresamente —yo soy médico y he sido director general de Salud, no de economía ni de presupuestos— que las tiendas libres de impuestos sobrevivan en la ley a otros establecimientos o dispositivos y, como todo lo que no entiendo, me gusta preguntarlo: ¿qué motiva dentro de la ley que sobrevivan como puntos de venta las tiendas libres de impuestos contra otros puntos de venta que desaparecen?

Quiero hacerle otra pregunta, aunque a lo mejor no es de su competencia. Esta ley es corta porque, de toda la panoplia de medidas que están en la directiva europea y en el convenio marco de la OMS, solo se han adoptado las medidas restrictivas y prohibitivas y no las medidas de promoción, prevención y sociales. Puede ser un comienzo; no sabemos todavía si el Ministerio de Sanidad seguirá implementando las otras medidas. Lo cierto es que, de las medidas prohibitivas y restrictivas que hay en la ley, hay algunas cuestiones que destacan, sin discutir las en sí mismas. Destaca, por ejemplo, la dificultad en la aplicación de las medidas sin generar unos enormes problemas a diversos sectores, como el de la hostelería. No es fácil que al día siguiente de la promulgación de la ley todos los sectores que están influidos por ella estén en condiciones de cumplirla. Las leyes hay que hacerlas para que puedan ser cumplidas. Si directamente hacemos leyes que no se van a poder cumplir o que causan un perjuicio enorme a algunos sectores, hay que repensarse la cuestión y cómo aplicar esas medidas. Yo no sé si habría que pensar en una moratoria, si hay que estudiar en cuanto tiempo tienen que hacer obras los establecimientos hosteleros para adecuarse a la normativa, qué plazo habría que darles, etcétera, pero dudo que en el plazo de aprobación de esta ley y su promulgación dé tiempo a que los establecimientos puedan acomodarse a ella, por mucha urgencia que tuvieran. Como se refleja en alguno de los informes, posiblemente solo conseguir la licencia de obras les costaría más tiempo que la promulgación de la ley a este Parlamento. ¿Qué opinión tiene usted sobre ello? ¿Qué dificultades va a haber?

No sé si se lo he preguntado ya, pero por si no es así le pregunto si tienen pensado incrementar el precio del tabaco. Creo que es una de las medidas más importantes que se pueden tomar en relación con la salud pública para impedir el consumo. ¿Tiene claro el Gobierno si se va a incrementar el precio del tabaco en su fiscalidad?

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el señor Pliego.

El señor **PLIEGO CUBERO**: Gracias por su comparecencia, señor Sivit. Son interesantes los datos que

ha aportado en términos cuantitativos sobre el sector y las repercusiones que la entrada en vigor de la ley va a tener, pero usted ha planteado todo esto como una cuestión meramente descriptiva. Yo creo que debemos aprovechar su presencia aquí para algo más. Usted es un conocedor del sector y le toma la temperatura diaria, por lo que serían de interés sus reflexiones sobre algunos asuntos que le voy a plantear.

En primer lugar, estamos hablando de un proyecto de ley que pretende regular el uso, el consumo del tabaco. Todas las intervenciones hablan de un producto legal y es cierto, pero, al quedarse ahí, parecería que estamos hablando de un producto legal como las obras de literatura que se venden en las librerías. Hay que matizar más e inmediatamente después de decir que es un producto legal hay que decir también que tiene unos efectos de extraordinaria gravedad en la salud de los ciudadanos; es decir, un producto legal, que tiene unos efectos gravísimos en la salud de los ciudadanos. Si no, la cosa se queda así, colgando en el aire, y parece que estamos hablando de una cosa más, de una cosa intrascendente, lo que no se corresponde con la realidad.

La ley ataca en tres frentes y ataca es una expresión un poco guerrera, pero es que defendemos con ardor esta ley. Es un artículo constitucional el que defiende como un derecho prioritario la salud de los ciudadanos y lógicamente hay que meter en el conjunto, en el paquete, todos aquellos efectos negativos que tenga la ley para intentar paliarlos, pero, al final, si estamos de acuerdo en que el tabaco es un problema de salud pública y tiene efectos muy graves en la salud de los ciudadanos, no es de recibo que alguien se plantee qué efectos va a tener la ley en términos de consumo. Cuantos más mejor; si no es mejor no hacerla. Si es una ley que en términos lingüísticos se explica muy bien, pero luego buscamos subterfugios para ver cómo todo se queda como está, tendrá un efecto lírico-bailable importante, pero desde el punto de vista de la salud de los ciudadanos, que es de lo que se trata y que es un derecho constitucional, cabrán bastantes más dudas.

Una reflexión que no se me escapa por sorprendente es la pregunta de cuánto va a costar en impuestos. Esto es importante pero, a la hora de hacer cuentas, podemos empezar por un planteamiento normal porque el otro creo que es absurdo. Pongamos en una balanza, por un lado, cuánto cuesta en impuestos y qué efectos tendrá como mercado económico y, por otro, qué valor tiene, los efectos en salud que produce, pues personas extraordinariamente cualificadas cifran, solamente en España, en torno a 55.000 los muertos que en términos directos o casi directos produce el tabaco. Finalmente, pesemos, valoremos y veamos hacia dónde nos lleva. Esta es una ley de salud pública y emana del ministerio de salud, no del de industria y comercio ni del de trabajo ni del de economía y hacienda. No digo que no haya que tener en cuenta esas variables, porque hay que hacerlo y mucho, pero para todo lo que implique debilitar la arquitectura de la ley en términos de salud públi-

ca, desde nuestro punto de vista, es mejor no hacerla. Por una parte, en todo lo que se refiere a la venta, el consumo y la publicidad, la ley debe intentar actuar sobre esos tres elementos para debilitarlos —porque si no es así, aquí estamos haciendo fuegos de artificio, pero respetando el derecho de los ciudadanos que quieran fumar.

Por otra parte, lo que la ley debe pretender —me parece que ya lo he dicho una o dos veces, pero no voy a dejar de repetirlo— no es solo intentar que los jóvenes no se incorporen al mercado de tabaco o que los no fumadores estén en un ambiente de aire no contaminado, sino también que los fumadores dejen de fumar. Ese es un objetivo muy prioritario de la ley, entre otras cosas aunque solo sea porque son los que sufren las consecuencias más directas de los efectos nocivos del tabaquismo. Cuando hablamos de estudios realizados respecto a los jóvenes, todos estamos de acuerdo en que se tomen las necesarias para que los jóvenes no se incorporen pero, por definición, las empresas tabaqueras —y está en la lógica del mercado, no lo critico, lo digo como algo descriptivo que, desde luego, está en una sintonía distinta a la de la ley— intentan que los jóvenes se incorporen al consumo de tabaco, porque es la única garantía de que en un futuro va a seguir habiendo consumidores que mantengan este sector y este mercado. Eso está en la lógica de las cosas y, por cierto, así lo puso de manifiesto un organismo tan prestigioso como la Organización Mundial de la Salud en una convención que tuvo lugar en el año 2000, en la que personas que no juegan a favor de intereses determinados más allá del interés público, independientemente de los aciertos o errores que cometan, lo acordaron de forma extraordinariamente mayoritaria.

Quiero plantearle algunas cuestiones concretas ya que por su responsabilidad actual y más allá de la misma —me consta que es usted un buen conocedor de este sector— puede usted pasar de lo descriptivo a lo valorativo, si lo considera oportuno, en la medida en que a nosotros nos sirva para llevar a cabo la tarea que tendremos en los próximos meses de debate parlamentario de esta ley, que correrá la suerte que corra, y ojalá la suerte final sea que no quede debilitada en sus elementos básicos. Hay una filosofía que subyace en la ley, que es la prohibición de la venta allí donde está prohibido el consumo. Esta mañana se nos pintaba que esto es un error —es una opinión respetable— que indudablemente lleva al contrabando, a la ilegalidad y a otros males de mayor cuenta. Usted nos ha dado unos datos muy significativos: frente a un 16 por ciento de venta ilegal en los años 1993 y 1994, 10 años después hay entre un 0.8 y un 1 por ciento; sin embargo, no han variado significativamente el número de puntos de venta, lo que ha variado es el interés de la Administración y su responsabilidad por corregir esa situación. En este sentido, nos gustaría conocer su opinión, ya que no entendemos que la disminución de los puntos de venta lleve inevitablemente, como un proceso vital, al contra-

bando y a la ilegalidad; lleva a ello si no actúa —insisto, desde nuestro punto de vista— de manera eficiente y eficaz la Administración pública, dada la responsabilidad que tiene en ese campo. Insisto, me gustaría conocer su opinión al respecto.

¿Qué le parece a usted un planteamiento que se ha hecho aquí esta mañana, que es opinable y respetable en cualquier caso, sobre la opción de un precio mínimo para el tabaco? Se ha dicho esta mañana y me gustaría conocer su opinión. Otra cuestión, y lo ha mencionado antes el portavoz del Grupo Popular, se refiere a las 198 expendedorías que hay en centros de la Administración pública que ahora no es que tengan que desaparecer sino que en un plazo de tiempo tendrán que ubicarse en otro lugar. Usted ha hablado de la desaparición de unas 50. No sé si estábamos hablando de lo mismo, pero clarificarlo puede ser de interés. Otra cuestión, y ya sé que escapa a sus responsabilidades —es algo de lo que hace tiempo se está debatiendo sin llegar a una conclusión definitiva—, es su opinión acerca de que el tabaco no estuviera entre los productos que miden el incremento del IPC en la economía; es un elemento que fuera estaría mejor que dentro.

Con las reflexiones generales y las preguntas concretas que le he formulado, en la medida que estime conveniente contestarlas, le agradezco su presencia y su participación en esta Comisión.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación doy la palabra al compareciente para que proceda a contestar o a aclarar las cuestiones que le parezca conveniente.

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS** (Sivit Gañán): Es un buen surtido de preguntas y muchas no sé si las voy a poder contestar.

Empiezo pidiendo a la portavoz de Izquierda Unida, y perdóneme, que me repita sus preguntas, porque no las he anotado bien.

La señora **GARCÍA SUÁREZ**: Perdóneme a mí. De todas formas, como le han hecho tantísimas preguntas, con que conteste a la mitad de ellas seguro que ya me responde a mí. Mi interés era, por su responsabilidad pública, que hiciera una serie de valoraciones sobre los aspectos que usted considera que pueden ser más eficaces para conseguir el objetivo que pretende la ley; ley que nace con el espíritu, entendemos nosotros, de mejorar la salud pública de la población, reduciendo el consumo del tabaco. Nuestro grupo parlamentario entiende que este es el objetivo, pero también piensa que posiblemente se podría haber planteado este proyecto de ley u otros muchos. Hay opiniones diversas sobre si lo que se propone es la forma más eficaz o no para conseguirlo. Yo quería saber su opinión, porque me he perdido su intervención, pero seguro que voy a conocerla con su contestación a todas las preguntas que le han hecho.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra nuevamente el señor Sivit Gañán para contestar a este cúmulo de cuestiones que le han formulado.

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS** (Sivit Gañán):

Lo que pretende la ley, dado que se trata de un producto como el tabaco, y nadie lo va a descubrir ahora, que es nocivo para la salud, es conseguir reducir su consumo para evitar este problema; pretende que los jóvenes, con una serie de medidas, no puedan acceder al consumo del tabaco y que los que ahora están fumando lleguen también a reducir su consumo. ¿Qué pretende hacer el Gobierno? Hay un principio, una norma, que ha sido muy discutida, según se ha comentado aquí, que dice que se prohíbe vender donde no se puede consumir. Las preguntas que se hacen muchas personas es: ¿cómo se puede prohibir vender un producto que es legal? ¿Si es un producto legal, cómo se prohíbe venderlo? Esto que recoge la ley de Sanidad no es *ex novo*, en un artículo de la Ley 13/1998, de Ordenación del Mercado de Tabaco, se dice que donde no se pueda consumir tabaco no se puede vender. Es verdad que establece algunas diferencias reglamentarias, pero ahí está recogido; por tanto, no están imponiendo nada nuevo al sector cuando ya está recogido en la propia normativa. ¿Cómo vamos a tratar de reducir el consumo? Regulando que donde no se pueda consumir no se permitirá vender, con ciertas excepciones, por ejemplo la hostelería, en la que se establecen unas normas para poder consumir tabaco según sus instalaciones sean superiores o inferiores a cien metros cuadrados. El diputado del PP preguntaba que cómo lo vamos a medir. Me imagino que será fácil con las técnicas existentes. No es un tema que yo haya propuesto en la norma está así y me imagino que se podrá solucionar fácilmente. En definitiva, se va a permitir consumir en los bares de menos de cien metros, siempre que lo quiera el titular del mismo, y en los que sean superiores dejando una superficie de 30 metros cuadrados. Si conseguimos que en esos sitios no se pueda vender, vamos a conseguir reducir el consumo, que es de lo que intenta la ley.

Me dicen que, si se reduce el consumo, va a afectar a los ingresos del Estado. Indudablemente, afectará a los ingresos del Estado, pero entiendo que cuando el Gobierno ha presentado la ley tiene valorado lo que puede afectar a los propios ingresos del Estado. Yo antes ponía el ejemplo del 10 por ciento; serían 700 millones de euros los que dejaría de recaudar por el impuesto, siempre que los precios del tabaco siguieran al mismo precio, que es un tema, como dicen los economistas *ceteris paribus*, si se dan las mismas condiciones, pero si suben los precios, seguramente, la recaudación de impuestos variará. En cualquier caso, es un tema que se ha asumido por el Gobierno. Entiendo que este ha sido el planteamiento: con esta norma nosotros queremos conseguir este objetivo, cuesta este

dinero y asumimos el coste. Las medidas que se han tomado son para conseguir reducir el consumo. Va a afectar a los sectores productivos del tabaco, a los fabricantes y demás. Efectivamente, pueden tener cierta repercusión, pero entiendo que no van a ser cantidades excesivas, aunque no les puedo evaluar la cantidad. Respecto a la agricultura, va a haber medidas para suprimir las subvenciones que tiene el tabaco a corto plazo en la Unión Europea. Seguramente esto va a tener más efecto que la propia reducción del consumo.

Se referían también a la diferencia de precios con la Unión Europea. Indudablemente, los precios que tenemos en España respecto a Francia o Inglaterra son ligeramente inferiores, los impuestos son los establecidos, se está tratando la armonización, pero de momento son los que están. Todos ellos están basados en el nivel salarial de los distintos países y, si aquí están bajos, en Lituania o en Letonia, países que van a entrar en la Comunidad, están muchísimo más bajos todavía. Por ejemplo, el precio de un determinado producto, Marlboro, es 6 euros y pico en Inglaterra, 3 en España y un euro puede costar en Rusia. Eso está haciendo que las personas que vienen a España, por el hecho fronterizo o por el turístico, se lo lleven para estos países.

Me preguntaban por el contrabando y el temor a que se incremente. La experiencia que tenemos desde el año 1993 hasta ahora es que se ha reducido el contrabando y no pensamos que, por el hecho de que se puedan cerrar determinados puntos de venta, vaya a surgir de nuevo. Desde luego, si surge el contrabando, existen los sectores que van a tratar de evitarlo: la Guardia Civil, Vigilancia Aduanera y la propia Agencia Tributaria. Habrá que seguir como se está haciendo hasta el momento, pero el comisionado no piensa que el contrabando pueda aumentar porque se reduzcan los puntos de venta. También puede ocurrir que esto afecte a la forma en que los consumidores compren el tabaco; que, en lugar de ir al bar o al sitio donde compran el paquete de tabaco, compren un cartón de tabaco en la expenduría. No tenemos muy claro que pueda incrementarse el contrabando por la reducción de los puntos de venta.

Otro tema que se ha debatido, una propuesta que llevó adelante Sanidad y que nos consultó a nosotros, a pesar de que no figure en el informe del Consejo de Estado, son temas discutidos, es el de las máquinas expendedoras. La verdad es que pensamos que es el sistema mejor y más cómodo para controlar la venta de tabaco a los menores. Me preguntaban qué sistemas hay. Hay muchos. Cuando una persona quiere comprar tabaco en una máquina, puede hacerlo mediante un mando a distancia que tenga el propio titular del establecimiento, siempre que sea una persona con suficiente edad para vender tabaco y se lo autorice. Otro sistema que está establecido en algún país del norte del Europa es mediante una moneda; la persona que quiere comprar tabaco tiene que acercarse al mostrador donde se encuentre el titular del establecimiento para que le dé la moneda y que pueda activar la máquina. Estas son

las medidas que Sanidad optó por imponer y a las que el Comisionado para el Mercado de Tabacos no puso ninguna objeción, porque era una forma de poder controlar el tabaco.

Me preguntaban por los precios bajos y la calidad. Seguramente la calidad del tabaco es mejor cuando el precio es más alto, pero quizá tenga más nicotina o algunos productos más nocivos. Cuando el producto es más barato, se utilizan tipos de hoja de tabaco de menor calidad y que es menos nocivo. Hay que entender el término calidad, pero uno es menos salubre que el otro. En definitiva, no podemos hablar de calidad o no del tabaco, sino de lo que puede afectar al término sanitario. En relación con los precios bajos, la Organización Mundial de la Salud recomienda que se tomen medidas de este tipo, pero mi opinión es que si hay que establecer alguna medida para tratar de controlar los precios, porque los precios son libres en España —los fijan los productores, limitándose el comisionado a comunicarlo al Boletín Oficial del Estado—, no sería necesario introducirla en una ley de este tipo, de sanidad, sino que el propio Gobierno, a través del Ministerio de Economía y Hacienda, puede introducir medidas correctivas suficientes mediante el precio, pero no a través del precio del tabaco, sino mediante el sistema impositivo. Ustedes saben que las distintas directivas europeas no permiten que se fije un precio mínimo del tabaco, aunque sí lo está por ejemplo en Francia. Las recomendaciones de Bruselas han dicho recientemente que no se deben utilizar estos mecanismos porque los precios son libres. Sí se pueden utilizar los impuestos mínimos, que de alguna forma es una competencia del Ministerio de Hacienda a través de la Secretaría de Estado de Hacienda. Ellos conocen perfectamente la situación del mercado y son competentes para actuar. Yo pienso que no debe ser a través de una Ley de Sanidad.

Puntos de venta con recargo que están autorizados o no por el comisionado y los que existen en el mercado. Sí es verdad que desde que se creó el comisionado en el año 1998 hasta hoy se han ido controlando cada día más los puntos de venta. Entre los 250.000 puede haber 25.000 ó 30.000 que pueden estar descontrolados, pero eso, en el territorio nacional, es una cifra que no es importante. Cada día estamos consiguiendo controlarlos mejor y, al ser menos, los controlaremos perfectamente todos, aunque insisto en que no creo que esto sea un problema. También me preguntaba por el régimen especial de Canarias, hay una disposición adicional en la que se establece que teniendo en cuenta la peculiaridad del régimen canario que está fuera del monopolio le afectan todas las normas relativas a la publicidad, pero no en cuanto a la venta, que se podrán seguir efectuando en los establecimientos en los que se siguen vendiendo. Y el régimen que se aplique a las expendurías, en cuanto a la publicidad de los estancos, se aplicará al régimen canario. Entiendo que, tal como

está esta disposición, no debe haber ningún problema para la aplicación de la ley en Canarias.

Estancos que tenemos que cerrar o trasladar. Repito —y en eso tengo seguridad— que la disposición que regula los estancos que están en las administraciones públicas establece que son 50. Si quieren el detalle de la provincia y el lugar en el que están ubicados se lo puedo facilitar, no tengo ningún inconveniente. Exactamente son 50. Se los voy a enumerar: hay cuatro situados en cuarteles de las Fuerzas Armadas: uno en Badajoz, uno en Cáceres, uno en Cádiz y otro en Valencia; en las jefaturas provinciales de tráfico hay cuatro: uno en Coruña, uno en Baleares, uno en Málaga y uno en Sevilla; en juzgados hay nueve: uno en Baleares, uno en Barcelona, uno en Castellón, uno en Madrid, uno en Pontevedra, uno en Sevilla, uno en Valencia, uno en Valladolid y uno en Zaragoza; en los organismos públicos, que son ministerios y demás, hay un total de 28; y hay cuatro en las universidades. En total, repito, 50 establecimientos, que son los que establece la ley. Al mismo tiempo, la ley dice que las expendedorías que estén ubicadas en centros comerciales, estaciones de transporte y demás, subsistirán hasta que se agote la concesión, pero no se podrá abrir ninguna nueva. Las que existen se van a dejar. Puede que haya una confusión, porque existen 71 expendedorías en prisiones, cuyo titular es el organismo autónomo de Prisiones, que la propia ley dice que siguen subsistiendo. A lo mejor en algún momento ha habido algunas informaciones que se han cruzado, cuando nos han preguntado y hemos dado los datos, pero quiero dejar bien claro hoy aquí que, salvo error u omisión, son 50 las que se van a trasladar y sin mayores problemas.

Me preguntaban por la reducción de impuestos del tabaco. Como he dicho antes, el mínimo precio en principio es un tema que no se debe asumir, aunque subir o no los impuestos no es competencia del comisionado. Sí que es verdad que nosotros paulatinamente, como es lógico, informamos al Gobierno, y a la Secretaría de Estado de Hacienda, de la situación en la que está el mercado y de los bajos precios, por si quiere tomar medidas para evitar el posible efecto que pueda tener en la recaudación de los impuestos.

Impacto de los sectores. Ya he comentado antes algo. En cuanto al sector de la agricultura no puedo opinar mucho y en cuanto al de la fabricación, si dejan de vender ciertos productos afectará seguramente a los fabricantes, pero en cantidades mínimas. En el sector que a mí me preocupa, que es el minorista, que está en régimen de monopolio, quiero dejar claro que el impacto puede ser mínimo. Hay que pensar que la tendencia de los precios del tabaco es seguir subiendo y por tanto su recaudación del 8,5 de la comisión no tiene por qué disminuir. Me pregunta si va a haber incremento de precios del tabaco. La competencia no es nuestra, es de la Secretaría de Estado de Hacienda. Ante la situación que tiene el mercado, ellos valorarán si creen oportuno subir o no los impuestos a efectos de posible recauda-

ción. En cuanto a la incidencia que pueda tener la lucha de la sanidad, desde los dos últimos años el consumo del tabaco ha ido bajando, a pesar de no haber ninguna subida de precio.

Las preguntas que ha formulado el diputado del PSOE de alguna forma han quedado contestadas. Venta, prohibición del consumo y el contrabando. La opinión del comisionado en esto último es que no pensamos que vaya a haber más por este motivo. Si surgiera, intentaremos corregirlo, como ya se ha hecho, a través de la Guardia Civil. Vigilancia Aduanera o la Agencia Tributaria. En cuanto al precio mínimo, mi opinión, como presidente del Comisionado del Mercado de Tabaco, y teniendo en cuenta las directivas que establecen la prohibición de fijar un precio, es que no se debe utilizar el tema del precio mínimo para tratar de influir en el consumo. Se puede hacer de otra forma, por ejemplo, a través de los impuestos. Cuanto más suba el precio, puede retraer más el consumo. Pero me parece que debe ser el Gobierno y que debe fijarlo a través de las leyes fiscales, y no de Sanidad. Sobre las expendedorías, ya he contestado. Por último, me preguntaba por el IPC. No sé qué decirle. El tabaco siempre ha estado ahí para determinarlo; es un tema de Economía.

Si he dejado alguna pregunta sin contestar o quieren alguna aclaración estoy a su disposición. Los datos que necesiten se los facilitaré con mucho gusto.

La señora **PRESIDENTA**: Me parecía que por parte del Grupo Parlamentario Popular querían hacer alguna indicación.

El señor **VADILLO ARNÁEZ**: Tenía alguna duda el señor comisionado en una pregunta, quizás por el número de ellas que le he hecho. No había mencionado la reducción de impuestos, sino las tiendas libres de impuestos.

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS** (Sivit Gañán): Perdón. Las tiendas libres de impuestos están vigentes en la Ley del mercado de tabacos. Libres de impuestos o de *dirty pay*. Son tiendas que venden tabaco según vayan a un tercer país o a un país de la Comunidad. Si van a un tercer país, van libre de impuestos, y si va dentro de la Comunidad, van con el impuesto pagado desde España. No deja de tener la misma regulación. Están actuando como si fueran una expendedoría de tabaco. Las normas de publicidad le van a afectar igual que al resto. En cuanto a la venta, no entendemos por qué tenemos que prohibir la venta de tabaco en las tiendas libres de impuestos. Igual que se está efectuando en las expendedorías de tabaco, lo que ha hecho la ley es salvarlo. Afecta a la industria nacional y a los puestos trabajos, que de alguna forma están salvados.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias al señor presidente del Comisionado para el Mercado de Tabaco.

cos, cuya comparecencia, por las preguntas que se le han hecho y por la extensión de lo que ha contestado, ha sido extraordinariamente esclarecedora para los trabajos de la Comisión. Sí quisiera que nos trasladase, como antes le he pedido, los documentos referidos a los datos que ha manejado, teniendo en cuenta que se trata de un órgano de la Administración, como ha quedado evidenciado en el comienzo de su intervención, que tutela intereses públicos. Y como también pretendemos tutelar intereses públicos con el contenido de la norma, nos parecía a todos los portavoces de los grupos y también a esta Presidencia que era extraordinariamente importante contar con su presencia en el día de hoy. Por ello, le damos las gracias.

El señor **PRESIDENTE DEL COMISIONADO PARA EL MERCADO DE TABACOS** (Sivit Gañán): Muchas gracias a ustedes. (Pausa)

— **DEL SEÑOR SOCIO DIRECTOR DE J. A. LLORENTE & O. CUENCA, CONSULTORES DE LA COMUNICACIÓN, PROMOTORES Y EXPONSOS (LLORENTE HERRERO)**. (Número de expediente 219/000202.)

La señora **PRESIDENTA**: La siguiente comparecencia que teníamos establecida para el día de hoy es la de don José Antonio Llorente Herrero, que es socio director de una importante consultora de la comunicación, promotores y exponsos, que nos va a informar, en relación con el proyecto de ley, de las materias concretas a las que su consultoría se dedica.

Tiene la palabra el señor Llorente Herrero para una exposición inicial de diez minutos o un cuarto de hora, para que luego haya tiempo para que SS.SS. puedan formular aquellas cuestiones que consideren de su interés.

El señor **SOCIO DIRECTOR DE J. A. LLORENTE & O. CUENCA, CONSULTORES DE LA COMUNICACIÓN, PROMOTORES Y EXPONSOS** (Llorente Herrero): Señorías, quisiera empezar por decir que para nosotros es un honor estar aquí y poder contribuir con lo que sabemos, mucho o poco, al proceso que ustedes están desarrollando.

Nuestra firma es una firma española, es una firma joven, que lleva diez años de experiencia en trabajos de comunicación, pero no sólo relacionados con el tabaco. Trabajamos para grandes compañías españolas como Gas Natural, o entidades financieras como la Caja de Ahorros del Mediterráneo o la Caixa, o compañías multinacionales como Microsoft o PepsiCo u otras muchas; no hace falta que les haga un relato muy amplio de nuestro trabajo. Operamos en muchos mercados, no solo en el español, también en América Latina. Entendemos que estamos aquí con relación al trabajo y a la experiencia que tenemos de comunicación con el sector tabaquero. Nosotros llevamos ya ocho años

como Llorente y Cuenca trabajando y colaborando, sobre todo con la Asociación Empresarial del Tabaco, la AET, y hemos trabajado en muchos proyectos, algunos de los cuales podrían ser relevantes para esta Comisión, y los enuncio de manera muy rápida. Hemos trabajado para el proyecto de elaboración y difusión del código de autorregulación de publicidad de los productos del tabaco, en lo que fue su versión inicial y en las actualizaciones que ha tenido a lo largo de los años. Hemos colaborado también con la AET en el esfuerzo por reducir el contrabando en España y hemos desarrollado algunas campañas de sensibilización social con difusión en toda España, en concreto una bajo el lema: *contra ti, contra todos*. Hemos colaborado también en el diseño y ejecución de campañas para la prevención del acceso de los menores al consumo de tabaco en colaboración con la industria de la restauración, en concreto la Federación Española de Hostelería, las cámaras de Comercio y en algunos casos también determinadas administraciones públicas. El objetivo de estas campañas era promover el conocimiento de las normas y su cumplimiento en los puntos de venta. El lema de la campaña, que probablemente hayan visto en determinados puntos de venta, era: *si eres menor, yo no puedo vender, el expendedor, tú no debes comprar*. Un mensaje que se difundió en los puntos de venta de la Península, Baleares y Canarias, en el primer y en el segundo canal. Yo entiendo que lo que digamos aquí tiene relación no con todo el texto del proyecto de ley —hay muchos capítulos para los que no nos sentimos con la capacidad de expresar aquí una opinión—, pero sí con relación al capítulo III, que habla de la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco. Sobre este tema he preparado unas notas que, con mucho gusto, les leo y unos cuadros que compartimos. Si les parece relevante, he preparado un CD con documentación y apoyo a los datos a los que haré referencia a lo largo de mi intervención.

Me gustaría empezar por decir que en el consumo, publicidad y promoción del tabaco tenemos un referente. Podemos hablar de muchas cifras y de muchos datos, pero para nosotros el referente de partida son los datos de la encuesta nacional de salud, que elabora el Ministerio de Sanidad y Consumo, que reflejan un descenso del consumo del tabaco de siete puntos en los últimos 16 años. Como especialistas en comunicación, tenemos una idea clara sobre la utilidad de la comunicación comercial —yo la llamo comunicación comercial, pero hace referencia a la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco— en el sector del tabaco, que quiero exponer y argumentar, básicamente para decir tres cosas. Una es que la comunicación comercial de los productos del tabaco, en una economía como la española, desarrollada, y en un contexto de sector maduro y con un mercado en retroceso, se desenvuelve frente a una demanda que los técnicos economistas consideran que es inelástica a todos los estímulos, excepto a aquellos que tengan que ver con la

promoción de hábitos saludables. En segundo lugar, la comunicación comercial de los productos del tabaco sirve a las compañías para asegurar la competencia entre marcas, con el objetivo de distribuir el mercado existente, pero que ni está enfocada ni sirve para hacer crecer un mercado que, como decía antes, se muestra inelástico a estos efectos. Por último, la comunicación comercial de tabaco sirve en muchos casos para satisfacer demandas concretas o peticiones explícitas de información por parte de consumidores adultos —me refiero más al marketing directo— que emiten esos mismos consumidores adultos y debidamente informados que quieren, por voluntad propia, mantener ese nivel de información. Y ni el contenido ni el formato pensamos que pueda relacionarse, desde un punto de vista técnico, con la decisión de iniciar o de incrementar el consumo.

A continuación explicaré con más detalle por qué desde un punto de vista técnico, pensamos esto. Voy a empezar abordando el mercado del tabaco en un país como España. Pensamos que estamos ante un mercado maduro —el cuadro que tienen en la imagen es un síntoma claro— y en los mercados maduros las compañías tienden a concentrarse. El mercado internacional y nacional de productos de tabaco ha sufrido una concentración grande en los últimos años. En 10 años, las tres primeras compañías del mercado han aumentado en 10 puntos su cuota de mercado mundial, pasando de controlar un 31 por ciento a un 41 por ciento, y las empresas locales han ido en sentido contrario. El mercado mundial de cigarrillos es una realidad compleja y en las economías de América, Japón o este de Europa se ha producido una caída relevante de las ventas de tabaco en los últimos años y la proyección que hay hasta 2011 indica la misma tendencia. En el caso de la Unión Europea, que es el que más nos afecta y el que nos ocupa, el peso de la industria del tabaco ha descendido dos décimas en cinco años, hasta el 0,6 por ciento del valor añadido bruto, que podría equivaler al PIB de la industria total. Son datos generalizados de descenso del consumo. Probablemente nos podríamos preguntar por qué, ante el descenso del consumo en diez años, han aumentado ligeramente las ventas, como reflejan algunos datos. Este fenómeno se explica al analizar el siguiente gráfico, en el que observamos dos efectos que tienen mucho que ver con la venta de tabaco, como son el incremento del turismo y el descenso muy significativo del contrabando, dos factores que han permitido a la industria mantener e incrementar ligeramente sus ventas. Si hoy la industria vende en España más que hace diez años se debe al turismo y, sobre todo, a que se ha eliminado prácticamente el contrabando que en 1993 suponía un 29 por ciento de las ventas de tabaco en España.

En el cuadro siguiente, en azul oscuro, se ven las zonas donde se registra un aumento de las ventas que se corresponden con las zonas más afectadas por el desarrollo del sector turismo. Les querría comentar —estamos ya en el siguiente gráfico— que la demanda de

tabaco es inelástica a todos los estímulos, salvo a aquellos que tienden a fomentar hábitos saludables. El precio es uno de los elementos que mejor ayuda a explicarles mi punto de vista en relación con esta cuestión. Como saben ustedes, tres cuartas partes del precio de una cajetilla de tabaco son impuestos, históricamente los gobiernos han sido conscientes de que se puede incrementar el precio sin afectar sensiblemente el consumo, tienen un interés recaudador y no les interesa perjudicar una vía de ingresos del Estado muy significativa. A pesar de que el precio de los productos de tabaco se ha incrementado muy sensiblemente en los últimos años, no ha tenido un efecto consecuente en el consumo. En realidad, lo que sucede es que el aumento del precio del tabaco provoca en los individuos con rentas bajas un traslado hacia el consumo de productos más baratos, con una escasa incidencia en el consumo, y en el caso de rentas salariales medias y altas su incidencia es, desde nuestro punto de vista, poco significativa. Por otra parte, los estudios subrayan que cuando el crecimiento de precios y de fiscalidad es considerable en un corto periodo de tiempo, es habitual que se incrementen la venta ilegal y el contrabando de productos. Por ejemplo, en el Reino Unido los fuertes aumentos de precios han provocado que las cifras de contrabando se sitúen en un 30 por ciento, mientras que en España están en un 0,8 por ciento. En España el precio del tabaco ha aumentado de forma notable en las dos últimas décadas: un 535 por ciento frente a un 234 por ciento del conjunto de los impuestos especiales. Esa evolución en el precio, que ha sido progresiva, ha ocasionado, un descenso del contrabando. Por su parte, la demanda no ofrece variaciones significativas o llamativas. Los economistas y los técnicos con los que consultamos consideran que la demanda de tabaco es inelástica a un estímulo como el incremento de precios. Lo es también a la comunicación comercial. Puedo citar algunos ejemplos, sobre cómo la prohibición de la publicidad del tabaco no ha logrado el objetivo que se proponían las autoridades de reducción. En Noruega se ha producido un aumento del 8 por ciento en el consumo tras 20 años de prohibición de la publicidad; en Finlandia, donde se había iniciado un descenso en el consumo dos años antes de que se prohibiese la publicidad en el año 1977, tras esa decisión el consumo ha aumentado; y también podemos citar el ejemplo de los países del Este donde, como saben, la publicidad ha estado prohibida durante décadas y el aumento del consumo ha sido constante.

Desde nuestro punto de vista, los fumadores dejan de fumar, de manera mayoritaria, por los posibles efectos que perciben que sobre la salud tiene el consumo y no por los precios o por una prohibición de la comunicación comercial. Lo que sí tiene efecto en el descenso del consumo son las campañas de información sobre estos potenciales riesgos, como las que han desarrollado las autoridades europeas y nacionales. Permítanme que vuelva a citar los datos de la encuesta nacional de

consumo, que son los que ponen de manifiesto dónde está y hacia dónde se dirige el consumo del tabaco en España.

Me gustaría dedicar dos minutos a explicar nuestro punto de vista sobre por qué la comunicación de productos en sectores maduros sirve exclusivamente para la competencia entre marcas y para distribuir el mercado, pero no para hacerlo crecer. Este cuadro refleja la vida de los productos desde un punto de vista teórico desde que se lanza hasta que se produce el crecimiento, el desarrollo, la madurez y el declive. Para nosotros, el producto tabaco está en una fase clara de madurez, tendiendo al declive si nos fijamos en las cifras de consumo. En estas circunstancias el marketing y la actividad comercial tienen un objetivo claramente enfocado a la competencia entre marcas. Les he traído dos ejemplos muy sencillos. ¿Qué es lo que sucede en el mercado del afeitado? Por muchas vueltas que queramos dar a cómo están hechos los anuncios de las marcas y compañías que se dedican a la promoción de productos del afeitado, lo que buscan es una manera de competir frente a otros productos, pero no buscan que haya más gente que se afeite o que la gente se afeite más veces en el día. Ese mercado no más de sí y la competencia se traslada a conseguir que el producto que consuman sea el de la marca determinada. Y lo mismo sucede con el sector de los detergentes tradicionales. Si se fijan en la actividad comercial de las marcas es un sector dirigido a que uno recuerde una determinada marca cuando va a comprar al supermercado donde haga su compra habitual, pero no a que lavemos más, de manera más intensa o repetitiva. En los mercados maduros, la competencia se plantea por los consumidores que ya existen y por la preferencia de las marcas ya existentes en el mercado.

Que la comunicación comercial del tabaco no es determinante para el inicio o el incremento del consumo no es algo que solo digamos nosotros. Hay un informe de 1997 del Ministerio de Sanidad, de Canadá —que está incluido en el CD que les dejo por si les interesa—, que subraya que no hay ningún vínculo de causalidad entre publicidad y empezar a fumar. Tanto la normativa vigente como el código de autorregulación de la publicidad de los productos del tabaco, que es más exigente que la ley incluso, determinan que la comunicación comercial del tabaco no se dirija a menores sino a consumidores, es decir, a aquellas personas de edad que contando con toda la información han decidido consumir tabaco. Y la industria no dirige su publicidad a los menores. Las compañías tabaqueras han manifestado en numerosas ocasiones, por distintos canales y vías, que no quieren que los menores fumen y han impulsado y apoyado cuantas medidas se han establecido para asegurar que los menores no estén expuestos a la comunicación comercial del tabaco. Además de aprobar su propio código de autorregulación, al que yo me referí antes, más estricto que la norma, han pedido en repetidas ocasiones que se unifique a 18 años la edad legal para acceder al tabaco.

Volviendo al informe Lavack, del Ministerio de Sanidad canadiense, diré que este informe considera que no es la publicidad, sino muchos otros factores los que determinan que los menores fumen; entre otros, en el informe se citan la influencia de los amigos y de la familia como factores fuertemente asociados al consumo y que juegan un papel fundamental en el inicio de los menores. También, las investigaciones y estudios de mercado de la empresa ASM Grupo —que he incluido en el CD— establecen como principales motivaciones del inicio del consumo de los menores la búsqueda de la afirmación de la personalidad adulta, la imitación del líder del grupo y la transgresión de la norma. Y los sociólogos que se han dedicado a esto consideran, en general, que se trata de un rito de transición.

Para finalizar con el informe Lavack, concluye que el papel causal de la publicidad de tabaco es residual, por lo que su prohibición no tendría efectos benéficos en el consumo de tabaco por parte de menores ni de la población en general. Desde nuestro punto de vista, existen evidencias claras de que los menores no se inician en el consumo de sustancias por culpa de la publicidad. Bastan como ejemplo las drogas. Desgraciadamente, el número de menores que consume cannabis se ha duplicado en la última década hasta alcanzar un 36 por ciento de la población —son datos del Plan Nacional sobre Drogas— y es obvio que los menores no están expuestos a ninguna campaña de publicidad, ni de manera evidente ni subliminal, que incite al consumo de cannabis. Sentencias judiciales muy recientes, que también hemos incluido en el dossier, establecen que no existe una relación directa de causalidad entre la publicidad de los productos del tabaco y el inicio del consumo.

La industria del tabaco, como contribución a ese proceso —y me consta porque lo he vivido y lo visto—, se ha autorregulado por voluntad propia y pone un énfasis especial en evitar la exposición de los menores a la comunicación comercial; lo hace, de manera voluntaria e implicando a órganos independientes, como, en el caso del autocontrol de la publicidad, al organismo Autocontrol de la Publicidad, que actúa como árbitro y supervisor del cumplimiento de este código y que está a disposición de cualquiera que encuentre algo que no es conforme a lo establecido en el código y que lo quiera denunciar y reclamar.

Dicho esto, y tras examinar el capítulo sobre publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco incluido en el proyecto de ley, consideramos —si en algo vale nuestra opinión de especialistas en comunicación— que prohibiendo la comunicación comercial de los productos del tabaco no se van a conseguir los objetivos que se establecen en el preámbulo de la ley; prohibiendo la comunicación comercial del tabaco no se va a conseguir una reducción significativa del consumo en la población general ni en los menores. Al contrario, el único efecto que tendrá la prohibición total de la publicidad será el de perpetuar

el reparto actual del mercado al impedir que las empresas que participan en él puedan competir con las herramientas e instrumentos con que compiten las compañías en un sistema de libre empresa y de mercado abierto. Al mismo tiempo, se estará impidiendo al consumidor adulto el derecho a recibir la información que en muchos casos precise o reclame, y me estoy refiriendo a las campañas de marketing directo. La ley no permite que los consumidores adultos que deseen información sobre los productos que consumen la puedan recibir en su domicilio. En nuestra opinión, no es un camino que conduzca a conseguir los objetivos que se exponen al inicio del proyecto y, por lo tanto, no están en consonancia con lo que se quiere conseguir. Para nosotros el quid de la cuestión está en conocer con claridad cuáles son las herramientas de comunicación comercial —que hay muchas— que aseguren que el destinatario sea un consumidor adulto, debidamente informado y evitar que menores se vean expuestas a esa acción comercial. Por otra parte, si me permiten decirlo, las autoridades deberían seguir con el desarrollo de campañas de orientación y de información pública porque, desde el punto de vista técnico, es lo más útil para conseguir los objetivos que se persiguen. En esa doble actuación, sugerimos que se siga la vía ya elegida por la Unión Europea, que ha optado por regular esta actividad de manera muy concreta, plasmada en la Directiva 2003/33/CE, que limita la comunicación comercial de los productos del tabaco pero que no la prohíbe totalmente.

Me gustaría terminar insistiendo una vez más en que la orientación social, la combinación de información y formación es la vía más adecuada para reducir el consumo, como lo demuestra la cantidad de campañas que se han realizado —que las hay muy bien enfocadas—, y no la prohibición de todas las herramientas de comunicación comercial que no ayudarían a ese fin.

Les doy las gracias por su interés. Si desean hacerme alguna pregunta y la sé contestar, con mucho gusto lo haré.

La señora **PRESIDENTA**: En nombre de la Comisión, le agradecemos su comparecencia en condición de experto en comunicación comercial. Todos los grupos parlamentarios convinimos que uno de los capítulos más importantes de la ley se refiere a la regulación de la publicidad y patrocinio. Por tanto, era de sumo interés conocer la opinión de quien representa con cualidad reconocida a este sector de comunicación.

Tal y como hemos procedido hasta este momento, a continuación intervendrán los representantes de los grupos políticos de menor a mayor para formularle las preguntas que consideren pertinentes. En primer lugar, tiene la palabra la representante de Esquerra Republicana de Catalunya, señora Bonás.

La señora **BONÁS PAHISA**: Para mi grupo parlamentario esta ley tenía sentido en cuanto venía a prote-

ger los derechos de los no fumadores. Después de escuchar hoy varias comparecencias, cada vez estoy menos segura de que lo que pretende esta ley, que es reducir el consumo del tabaco, vaya a ser eficaz. Nos han dicho que se está reduciendo el consumo de tabaco, pero no lo entiendo muy bien, porque si contabilizamos las personas que han fallecido, que han dejado de ser consumidores, hay un incremento real de los consumidores de tabaco: a ese 1,2 por ciento de reducción de los consumidores de tabaco, hay que descontar los que han fallecido, por tanto, repito, hay un aumento de los consumidores de tabaco. Coincido con su apreciación de que si comparamos el tabaco con el cannabis, en el que no hay publicidad pero sí hay contrabando y aumento de consumos, para qué vamos a hacer una ley en la que prohibimos la publicidad cuando sabemos que igualmente se va a consumir.

En cuanto a los mercados inelásticos, me lo creo porque es la segunda vez que lo oímos, aunque los ejemplos no nos valen. Se lava la ropa que está sucia no la que está limpia, en cambio, se puede activar el consumo de tabaco y se puede pasar de consumir 5 cigarrillos al día a 10. Este ejemplo no nos vale de mucho porque en el fondo tiene trampa. Estoy de acuerdo en que la publicidad no aumenta mucho el consumo de tabaco. Hay otros factores que intervienen más, como el acceso fácil o no al tabaco, el ejemplo de la familia, etcétera.

Quería preguntarle sobre de la sponsorización. Si estamos hablando de cambiar de marca, la sponsorización de un premio de Fórmula Uno supone una gran inversión. Usted debe tener datos sobre cuánto puede invertir una empresa en sponsorizar una carrera de Fórmula Uno. Si solo hablamos de cambiar de marca, ¿vale la pena invertir tanto en sponsorizar una carrera de Fórmula Uno? Entiendo sus argumentos, me los creo, pero siempre tengo la duda de que no nos cuentan todo. Si solo fuera un mercado inelástico que va bajando el consumo, que estamos hablando de cambiar un poco de marca, ¿vale la pena invertir tanto en Fórmula Uno? ¿Esto no es para incentivar el consumo de nuevos usuarios, que es lo que nos preocupa a nosotros? Quien quiera fumar, y es adulto que fume, pero lo que no queremos incentivar, como Estado, son los nuevos usuarios, porque de hecho lo estamos haciendo desde el Estado. No estoy segura de si sus argumentos no esconden en el fondo una cierta trampa ya que ustedes saben que tienen que conseguir nuevos usuarios, que son los jóvenes. Siempre habrá nuevos, me creo lo que dicen. Si alguien empieza a fumar es porque imita a su amigo, porque así parece más adulto o porque lo hacen sus padres, pero en el fondo ¿ustedes saben si con una Fórmula Uno pintada de determinado color están haciendo que esta marca sea más aceptable entre un grupo de jóvenes? Seguro que sí. No sé hasta qué punto usted está autorizado para darnos esta información, pero se lo pregunto.

La reducción de puntos de venta, de publicidad, va a favorecer marcas no conocidas, más baratas; en resumen, el contrabando. Se nos ha dicho que esto es imposible porque las Fuerzas de Seguridad están muy preparadas para ello, han evitado el contrabando durante muchos años y esto va a continuar así. Le pregunto a usted que conoce más los temas de mercados: ¿no se debe esto a que el contrabando se ha autorregulado por el precio y el escaso incentivo? No creo que si las Fuerzas de Seguridad no han regulado el contrabando de otras sustancias más dañinas para la salud, se hayan dedicado exclusivamente al tabaco y hayan olvidado de esas otras sustancias. ¿El aumentar precios podría hacer que el tabaco pasara a ser un producto apetitoso para los contrabandistas y pudiera crearse un mercado negro de esta sustancia?

La señora **PRESIDENTA**: En nombre del Grupo Parlamentario Popular tiene la palabra el señor Calpe.

El señor **CALPE SAERA**: Gracias por su información, señor Llorente, que en parte ha coincidido con la que nos ha facilitado esta mañana don Antonio Alonso de la Federación Nacional de Empresas de Publicidad. Usted, como él, ha hecho una intervención en la que básicamente se ha dedicado a reiterar que la publicidad de los productos del tabaco sirve a la competencia entre marcas pero no crea nuevos clientes, ni incita al consumo, ni aumenta el mercado. Por otra parte, tampoco nos ha dicho cuál sería su postura con relación a qué lugares de publicidad debería haber. El proyecto de ley limita la publicidad en exclusiva a las expendedurías de tabaco, a los estancos. Si usted dice que lo único que pretende la publicidad es facilitar información a los consumidores, parece que la previsión legal es suficiente porque los consumidores acuden al lugar en el que se abastecen, donde tienen la información necesaria; si no hay que ganar nuevos clientes no es necesario que la publicidad se extienda a otros ámbitos. No sé si es lo que usted está postulando o no. Esta mañana alguien ha dicho que en esta línea de información a los consumidores sería conveniente que la publicidad también estuviese en los lugares donde existen máquinas expendedoras. Nos gustaría conocer su postura.

Usted ha afirmado que la publicidad no incita al consumo o no sirve para que aumente el mercado por una serie de datos sobre la evolución del consumo. Lo cierto es que ahora vivimos una tensión entre, por una parte, una publicidad con las limitaciones legales de las marcas de tabaco y, por otra parte, una publicidad importante también sobre los riesgos que el tabaco comporta y una invitación constante a no adquirir este hábito o a abandonarlo. Mi pregunta es la siguiente: ¿han evaluado si el resultado sería el mismo si solo existiera esta segunda publicidad?

Cuando nos ha mostrado el cuadro sobre la evolución del consumo en Japón, en Estados Unidos y en Europa occidental se ha puesto de manifiesto que la

caída más notable del consumo era en Estados Unidos. Yo no conozco cuál es la legislación estadounidense, pero todos sabemos, aunque solo sea por la prensa, las severas medidas que desde hace bastantes años —antes de que nosotros empezásemos con estas medidas— se adoptaron allí para prohibir el consumo de tabaco en determinados ámbitos y también en la restricción de la publicidad. ¿No cree que esa caída del consumo, al margen de las campañas de fomentar hábitos saludables, puede responder también a otras campañas que tengan que ver con medidas prohibitivas y en ese sentido la prohibición serviría para algo? No sé si han hecho alguna evaluación.

Respecto a lo que ha dicho sobre otros países y el porcentaje elevadísimo —creo que ha hablado de un 30 por ciento en el Reino Unido— del consumo de tabaco de contrabando, ¿qué explicación le dan? ¿Creen que tiene que ver con los precios o con las prohibiciones? ¿Tienen algún análisis que permita tener datos fiables de por qué se produce eso?

Finalmente, respecto al patrocinio, como director de una empresa de comunicación de promotores y patrocinadores algo puede decir. El artículo 9 de la ley se limita a prohibirlo, pero sabemos —lo ha dicho la portavoz de Esquerra Republicana hace un momento— la importante labor de patrocinio o de publicidad que desarrollan. Nosotros somos un grupo que apoya que las empresas patrocinen actividades deportivas, culturales o de investigación científica, en España en los últimos años ha ido funcionando bien, sobre todo a partir del programa ADO, pero ahora vemos instituciones relevantes como el Teatro Real o el Liceo, en los que esta colaboración de las empresas da frutos importantes y consideramos que hay que apoyarlo. Una cosa es eso y otra entender eso como publicidad pura y dura y exigir el patrocinador que su nombre aparezca en todas partes. Ya no parece que estemos hablando de la responsabilidad social de las empresas sino de otra cosa, que es ir directamente al negocio y a la rentabilidad económica.

Respecto al patrocinio, ¿tiene datos del sector, qué actividades patrocina, en qué porcentajes, aquello que destina a patrocinio qué porcentaje va a deporte, a cultura o a otro tipo de manifestaciones? ¿Qué peso tiene el patrocinio de este sector sobre el patrocinio general de todos los grupos empresariales en España para evaluar si esa prohibición del patrocinio tiene una repercusión importante? Estamos hablando de algo que como grupo apoyamos y que es relevante, que es patrocinar determinadas actitudes, pero que entra en conflicto con algo no menos relevante que es el derecho a la salud. No se trata solo de respetar los derechos de los no fumadores, sino de respetar el derecho a la salud propia en la que cada uno es muy libre de ponerla en riesgo como quiera, pero teniendo en cuenta las repercusiones y las exigencias que luego le planteamos al Estado. La responsabilidad individual debiera tener en cuenta este

problema al que una norma legal puede ayudar para lograr una responsabilidad más clara.

Con estas preguntas ya he suscitado suficientes cuestiones para que nos conteste.

La señora **PRESIDENTA**: A continuación, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra su portavoz, la señora Pozuelo.

La señora **POZUELO MEÑO**: Señor Llorente, bienvenido a la Comisión y gracias por la exposición que acaba de hacer. Ha puesto un gran énfasis en demostrarnos que la publicidad del tabaco se centra por parte de las empresas publicitarias, de la industria tabaquera, en una competencia entre marcas y que, según una serie de estudios que presenta como solventes pero que sin duda son de parte, no hay una relación directa entre el consumo del tabaco y la publicidad y, según sus planteamientos, tampoco la hay entre la publicidad y el inicio en el consumo. El proyecto de ley que hemos visto hoy con la intervención de los distintos comparecientes es un proyecto ambicioso del Gobierno de España, que intenta obtener el máximo consenso posible de la sociedad española, de todos los sectores y por supuesto del arco parlamentario para que tenga un respaldo masivo y se aúnen los máximos esfuerzos para combatir, como lo califica la Organización Mundial de la Salud, la epidemia del tabaquismo, que causa unos daños tremendos a la salud pública en todo el mundo, también en nuestro país, y que es causa directa de muerte y enfermedad en un número muy importante de casos. Es la causa del 90 ó 95 por ciento de los cánceres de pulmón o de enfermedad pulmonar obstructiva crónica. Son datos suficientemente relevantes de la Organización Mundial de la Salud, de todos los organismos internacionales de la Unión Europea y de los actuales y anteriores responsables políticos de nuestro Gobierno que ponen de manifiesto el coste añadido que tiene para los países por cuanto exige una gran lucha para prevenir la salud pública, para combatir los efectos perversos de las enfermedades, así como por la atención sanitaria y sociosanitaria que requieren estas enfermedades en los países de nuestro entorno.

Durante todo el día he escuchado muy atentamente a los comparecientes y hay una cuestión que me llama muchísimo la atención, pues hay cosas que ciertamente no coinciden, señor Llorente. Usted nos habla de esos estudios, pero todos —no solamente mi grupo parlamentario, sino todos los sectores, las sociedades científicas, los gobiernos, los organismos internacionales— manejamos los estudios comparativos que se vienen haciendo desde hace muchos años —usted ha hecho referencia a algunos de ellos— y que organismos muy solventes han elaborado, que van en una clara y unívoca dirección, en la de prevenir y combatir esta epidemia. Me refiero a los trabajos hechos por la Organización Mundial de la Salud, por el Banco Mundial, por la OCDE y por todos los países que llevan muchos años

luchando contra esta pandemia, especialmente por países europeos como Noruega, por Nueva Zelanda o por los Estados Unidos, que a través del Instituto de Medicina o del Departamento de Salud y Servicios Humanos, llevan muchos años analizando las razones por las que los jóvenes y los adolescentes se inician en el hábito del tabaco cuál es la mejor fórmula para combatir y prevenir este hábito de consumo. Se han hecho análisis de todo tipo, investigaciones econométricas que estudian el nexo entre el gasto publicitario y el consumo de tabaco, así como investigaciones comparativas del consumo en un país antes y después de las medidas restrictivas y prohibitivas sobre el tabaco. Estos organismos independientes y científicos extraen dos conclusiones básicas, por no entrar en un análisis pormenorizado. Primera, la industria del tabaco utiliza la publicidad, directa o indirectamente, de forma muy sutil para aumentar el consumo del tabaco. La publicidad no tiene otro objeto, de hecho sería absurdo que se gastaran billones de dólares, como gastan las compañías en publicidad y en promoción en Estados Unidos, si no tuviera el claro sentido de mantener y aumentar el consumo del tabaco en cada uno de los respectivos países. Si esto no fuera así no tendría ningún sentido —como digo— que las compañías tabaqueras se gastaran esas ingentes cantidades de dinero en todos los países para desarrollar estrategias de publicidad inducida, cada vez más sutiles, para aumentar su mercado de tabaco. Usted daba datos de la encuesta nacional de salud sobre España en los que la tendencia —como en los países desarrollados, por ejemplo en Estados Unidos— es ir hacia una reducción del consumo. Como decía la señora Bonás anteriormente, hay una disminución del consumo, pero siempre se produce en adultos. Esto se contrapone con un aumento del consumo en los adolescentes, en los jóvenes, y cada vez a edades más tempranas. Precisamente ahí es a donde van dirigidas de manera más radical las estrategias de comunicación, publicitarias y de mercado de la industria y de las compañías tabaqueras.

Perdone que le diga con toda rotundidad que ni yo ni la mayoría de los sectores, de las sociedades y de los organismos que han analizado los efectos de la publicidad comparten —porque solo lo comparte la industria tabaquera y algunas agencias de publicidad— que la promoción del tabaco —entendida como una publicidad indirecta— no afecte al inicio y al aumento del consumo del tabaco. La realidad en nuestro país es preocupante, a pesar de ese dato de reducción del consumo en adultos que da la encuesta nacional de salud, aunque también da datos esperanzadores en el sentido de que el 70 por ciento de la población no es fumadora, lo es solamente el 30 por ciento, y de ese porcentaje hay casi un 70 por ciento que manifiesta que quiere dejar de fumar, aunque solo un 8 por ciento lo consigue. Por eso uno de los esfuerzos de las administraciones públicas en nuestro país, siguiendo el mandato constitucional, debe ser no solo el prevenir y proteger a los no fumado-

res y a los fumadores, sino el ayudar de manera muy activa a esas personas, a ese 70 por ciento, que hoy en día manifiestan su deseo de dejar de fumar —y que no pueden— con medidas sanitarias, publicitarias, de información y de educación para que puedan dejar de fumar en las mejores condiciones posibles.

Hay datos preocupantes en el sentido de que el inicio en el hábito de fumar en España se produce cada vez a edades más tempranas. Según la encuesta nacional de salud, el barómetro sanitario y la encuesta sobre drogas, que actualizan todos los datos y han sido un elemento de juicio muy importante para el Gobierno a la hora de poner en marcha este proyecto de ley, cada vez baja más la edad de inicio en el consumo de tabaco y ahora está en los 13 años. Los datos son a destacar porque el inicio en el consumo del tabaco tiene una proyección de género relevante. Entre los menores de 14 años se duplica la tasa de fumadores en las chicas: el 8 por ciento en éstas y el 4 por ciento en los chicos. En menores de 18 años, el 31 por ciento de los fumadores son varones y el 45, mujeres. Es cierto que según los datos de las últimas encuestas que tenemos, se ha variado la tendencia al aumento de consumo de tabaco en mujeres, pero no al inicio del tabaco en jóvenes y adolescentes, por lo que está claro que el esfuerzo de las autoridades sanitarias a nivel mundial, y por supuesto en nuestro país, dirigen sus esfuerzos en un triple sentido: a prevenir que no haya un inicio al consumo de tabaco, a ayudar a los que fuman para que dejen de fumar y a proteger la salud de todos los ciudadanos, fumen o no. Por muchas razones a las que ya me he referido y en las que no voy a insistir porque están en la mente de todos, todos estos organismos, las personas que trabajan en ellos y los expertos en salud pública concluyen que la publicidad del tabaco es un elemento crucial para incitar a fumar a los jóvenes, y cada vez más las empresas y la industria tabaquera se dirigen a estos sectores más vulnerables para fidelizar a los clientes, porque es en el sector de los adolescentes donde van a conseguir nueva clientela, que pierden entre los adultos, que van a fidelizar para los próximos años.

Hay estudios muy significativos sobre el efecto de la publicidad en los jóvenes. Se entra de forma muy somera en el análisis del tipo de publicidad que realiza la industria del tabaco y las empresas tabaqueras. No hay duda de que lo hacen utilizando valores, mensajes y un lenguaje dirigido a esa población más joven. Además, utilizan la publicidad indirecta —porque cada vez hay mayor restricción de la publicidad directa— a través del patrocinio en deportes, en actos culturales con la extensión de los nombres de las marcas sobre ropa y sobre otros productos que se intenta distribuir gratuitamente en todo este tipo de eventos.

Uno de los más recientes informes de la Organización Mundial de la Salud respalda la conclusión de que la publicidad del tabaco juega un importantísimo papel en el inicio del hábito de fumar. Dice que es un factor clave en el reclutamiento de jóvenes. Los expertos concluyen que la combinación de prohibición publicitaria

y de promoción completa y una intensa campaña de información y de educación pública son los elementos más eficaces para conseguir los resultados que se quieren por parte de las autoridades sanitarias. Hay dos elementos clave de todos estos estudios. Las medidas de reducción y de control parcial o incompleto de la publicidad son ineficaces si no van acompañadas de campañas educativas, informativas y de protocolos sanitarios de atención a los ciudadanos. El proyecto de ley que ha presentado el Gobierno lo estamos sometiendo a la consideración de todos los sectores. El que usted representa tiene que ser clave en la ayuda para conseguir esos objetivos. Las autoridades sanitarias y el conjunto de la sociedad están planteando esa ayuda de manera muy activa. En ese sentido, es muy importante la colaboración de los sectores publicitarios y de los sectores del patrocinio para ayudar a la sociedad y a los poderes públicos a reconvertir la situación que actualmente se da en España. Eso es lo que intenta este proyecto de ley, uniendo las líneas que ha puesto en marcha el resto de los países de nuestro entorno, sobre todo de la Unión Europea, dentro de esa colaboración con el resto de los países.

Esa tendencia ha servido de base para la elaboración de este proyecto de ley, con los convenios firmados con la Organización Mundial de la Salud y la trasposición de las directivas europeas. En este proyecto de ley se da un paso más en cuanto al control de la publicidad, porque precisamente hace caso a las recomendaciones del Banco Mundial y de la Organización Mundial de la Salud, en el sentido de que son mucho más ineficaces las medidas parciales de control y de eliminación de la publicidad, sobre todo en los efectos que tienen sobre los jóvenes. Por eso, señor Llorente, le agradezco mucho su intervención y analizaremos de manera muy detenida las recomendaciones que nos hace, pero también quería dejarle claro que para nosotros tienen un valor incalculable las conclusiones de las sociedades científicas, de los responsables y las autoridades públicas sanitarias, no solamente de nuestro país sino del entorno europeo y mundial, sobre cuáles son las medidas más eficaces para prevenir y controlar una epidemia o una pandemia tan grave y trascendente para la población como es la del tabaquismo.

La señora **PRESIDENTA:** Me indica la representante del Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds, que se acaba de incorporar a la Comisión, su deseo de intervenir; aun fuera de lo que suele ser el orden habitual, doy por supuesto que ningún grupo tiene inconveniente en que lo haga y, por lo tanto, le doy la palabra para que brevemente formule las cuestiones que le parezcan convenientes al señor Llorente Herrero.

La señora **GARCÍA SUÁREZ:** Muchísimas gracias, señora presidenta, y resto de diputados y diputadas, que me permiten intervenir. Discúlpeme, señor Llorente,

porque tenía una visita, pero desde mi despacho he podido seguir un poco su intervención y ahora he tenido la suerte de poder oír la de la portavoz socialista.

Tenía algunas preguntas que realizarle, una de ellas muy concreta, pero antes de formularla, quisiera hacerle el siguiente planteamiento. Sinceramente, mi grupo parlamentario y yo personalmente consideramos que en este proyecto de ley que el Gobierno ha propuesto y que está en fase de discusión parlamentaria, tenemos la posibilidad de valorar, de incidir y, por parte de los diferentes sectores, económicos, sociales, etcétera, y de los grupos parlamentarios, seguramente de mejorarlo, ampliarlo o adecuar aquellas cuestiones que de manera consensuada creamos que son necesarias. En cuanto a lo que he podido seguir de su intervención, si algo incide verdaderamente, entendemos nosotros, en el hábito de fumar como en cualquier otro —en algunos momentos parece que estamos analizando algo que está fuera de lo general—, es que estamos en un tipo de sociedad que funciona, nos guste o no —a unos les gusta más y a otros les gusta menos— de esta manera. Hay un mercado, unos productos y una publicidad, cuyo objetivo es incrementar el mercado y vender al máximo este producto. No es algo criticable; es el contexto macroeconómico y de mercado en el que vivimos y en el que nuestra sociedad se desenvuelve. Pasa con el tabaco, con los coches y con cualquier otro producto —no quisiera precisamente hacer campaña de ninguno— esta es la forma en la que funciona el libre mercado y en la que el tabaco se mueve. El gasto en publicidad no supone proporcionalmente un gran incremento de ventas; posiblemente lo que hace es que no haya menos o que equilibre las diferentes marcas o las sitúe en una posición que sea suficientemente fuerte en el mercado. Este es el objetivo de la publicidad. Me parece que hacer otro planteamiento quizá sea engañarnos un poco, y no lo digo en tono peyorativo, sino simple y llanamente como una realidad. En todo caso, nuestro interrogante no va tanto en este sentido, sino en si tal y como se plantea en el proyecto de ley, la limitación de la publicidad se ajusta o no a lo que debería ser para un producto que, como se ha dicho en otras ocasiones, no es ilegal sino legal. Me gustaría conocer cómo se debería ajustar, de la manera más coherente posible con nuestra legislación vigente, esta limitación de la publicidad, porque es evidente que afecta — y somos conscientes de esto— a la población menos madura, a los niños, a los jóvenes. Si estamos promoviendo la salud pública al intentar reducir lo máximo posible el consumo de tabaco, con las repercusiones que tiene, lógicamente una ley como esta tiene que plantearse, como ocurre en otros aspectos, que la publicidad tiene que estar regulada, dentro de un marco en el que todos nos pongamos de acuerdo y en el que veamos qué es lo menos lesivo para lo que pretendemos, que es el fomento de la salud pública. Me ha preocupado concretamente el punto c) del artículo 9, y me gustaría saber cómo lo interpretan ustedes. Dicho artículo se refiere a las

limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco y establece unas excepciones, entre las cuales se encuentra la letra c), que dice que están exentas de esa prohibición las publicaciones que contengan publicidad de productos del tabaco, editadas o impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario, salvo que estén dirigidas principalmente a los menores de edad. Esto me preocupa bastante, porque cada vez es más frecuente la propaganda del tabaco en determinadas películas, sobre todo las americanas, y además con marcas concretas que están financiando la serie o la película en cuestión. Me gustaría saber si esto va a continuar así. ¿Quiere esto decir —porque esto sí que me preocupa desde el punto de vista político— que determinadas marcas, las más potentes, lo van a tener más fácil, porque solamente ellas van a poder hacer una publicidad, no sé cómo llamarla, pero seguramente será legal desde el momento en que lo hacen? ¿Quiere esto decir que de alguna forma vamos a continuar teniendo posiblemente marcas que van a estar presentes en las casas a través de las televisiones, y otras, las peor ubicadas a nivel de mercado, no van a poderlo hacer y, por tanto, estamos indirectamente beneficiando a unas marcas determinadas?

La señora **PRESIDENTA**: Concluido el turno de intervenciones de portavoces de los grupos, le damos nuevamente la palabra al compareciente, señor Llorente Herrero, para que conteste o nos haga las observaciones que le parezcan pertinentes en relación con el contenido de aquello para lo que le hemos llamado a esta Comisión. Tiene la palabra el señor Llorente.

El señor **SOCIO DIRECTOR DE J.A. LLORENTE & O. CUENCA, CONSULTORES DE LA COMUNICACIÓN, PROMOTORES Y EXPOSOS** (Llorente Herrero): Voy a seguir el mismo orden en el que se me han hecho las preguntas.

Por lo que se refiere a la señora Bonás, voy a dejar fuera lo del contrabando porque de verdad no soy un especialista en el tema. Sí me parece obvio decir que cuanto más diferencia hay entre el precio de un producto que paga un ciudadano y el precio que podría pagar a través de canales ilegales, lógicamente hay más posibilidades de que haya desaprensivos o como los queramos llamar que quieran hacer negocio con ello. En la medida en que usted aumente esas posibilidades, sean CD con música, sea tabaco u otro producto, estamos abriendo la posibilidad de que haya un negocio ilegal. No soy un experto en el tema ni quisiera parecerlo siquiera o que mi intervención tuviera que ver con eso.

Me preguntaba también por el patrocinio deportivo. A lo largo de mi intervención he reiterado —lo creo de verdad, me he apoyado en datos, desde el punto de vista técnico es así y además, la ley no permite hacer otra cosa— que la acción comercial de las compañías

está destinada a competir entre marcas y no a incentivar el consumo. Es muy difícil pensar, desde un punto de vista técnico, que con la acción de patrocinio que desarrolla la industria del tabaco, en el marco de lo que hoy en día le permite la ley, se pueda hacer crecer el mercado. Yo creo que la diputada García, que hablaba en último lugar, se refería a la publicidad y a la acción comercial en general. No podemos perder de vista que las compañías tabaqueras desarrollan su acción comercial de publicidad en un marco muy concreto que no es el de las compañías de automóviles ni de yogures... Voy a leer algunos compromisos del código de autorregulación que van más allá de lo que pide la Ley de publicidad y díganme cómo es posible hacer que crezca el consumo en un sector ateniéndose a estas normas. Me voy a referir nada más que al contenido creativo. En los anuncios de productos del tabaco no se mostrará a ninguna persona que tenga o aparente menos de 25 años; la publicidad de productos del tabaco no presentará ningún testimonio personal ni recomendación del producto por parte de ninguna persona famosa o destacada; estas personas tampoco podrán formar parte del contenido creativo del anuncio; ninguna publicidad reivindicará propiedades saludables de ningún producto del tabaco ni indicará ni sugerirá que fumar es mejor para la salud que no fumar, etcétera; ninguna publicidad reivindicará cualidades terapéuticas ni sugerirá que fumar es un medio para resolver problemas personales; ninguna publicidad presentará la abstinencia de fumar o el deseo de dejar de fumar bajo el prisma negativo; el contenido de la publicidad de los productos del tabaco debe ir dirigido a fumadores mayores de edad; los anuncios no mostrarán a nadie fumando ni podrán incluir cigarrillos encendidos o apagados. Yo no creo que haya ejemplos —porque la actividad comercial está tremendamente regulada— en otras áreas de la actividad que sean comparables con éste. Desde ese punto de vista nos permite afirmar que la actividad comercial no va, no puede ir, no es posible dirigirla a que se incentive el consumo, y mucho menos el de los menores, a través del estrecho margen de trabajo que se crea, independientemente de que las compañías manifiesten, y así lo hagan saber —y yo que trabajo con ellas puedo decir que me consta, que no quieren que los menores fumen. Independientemente de eso, que podría estar sujeto a criterio o a opinión, con la ley y con las normas actuales de aplicación en la mano, no es posible desarrollar una actividad comercial que tienda a incrementar el consumo del tabaco con los medios a disposición de las compañías.

Pregunta sobre si el patrocinio deportivo es una gran inversión y si es razonable con relación a las ventas de las compañías tabaqueras. Pues sí, es una gran inversión y sí es razonable, porque si no lo fuera las compañías no lo harían. Pero, insisto, el terreno de competencia, que es el de qué marca consumen los adultos que voluntariamente deciden fumar, permite un escenario de inversión como el que realizan las compañías taba-

queras, que de otro modo no podrían realizar, porque, como ya saben, la mayor parte de ellas cotizan en Bolsa y deben ofrecer a sus accionistas una rentabilidad suficiente.

El señor Calpe me hacía varias preguntas que voy a intentar agrupar en la medida en que más o menos hay un denominador común en muchas de ellas, como sucede también con las intervenciones de otros compañeros suyos de la Comisión. Dejo fuera, si le parece, el tema del contrabando, del que no me considero un experto, y me remito a lo que he dicho antes en respuesta a un comentario de la señora Bonás: en la medida en que establezcamos una gran diferencia entre el precio que paga el ciudadano y el que se puede conseguir por otras vías, tendremos más posibilidades de que exista. Tenemos que ser conscientes de que en la actividad comercial que desarrollan la industria y la publicidad, aparte del escaso margen que ofrece la ley para poder hacer una actividad comercial que incentivara el consumo, no tenemos que olvidar que un porcentaje del espacio de los anuncios que está destinado a transmitir mensajes de manera muy clara, notoria y contundente sí va en la línea de lo que quiere trasladar la Administración —fumar mata, etcétera—. Creo que en ese contexto es en el que se desarrolla la acción comercial de las compañías. Insisto, si ustedes quieren conseguir los objetivos que se establecen al principio, no los van a conseguir prohibiendo la publicidad, por muy bien que suene o que parezca. Insisto también en que no sirve de nada comparar la acción comercial de las compañías tabaqueras con la que desarrollan las compañías de automoción u otros sectores, porque este es un sector tremendamente regulado, como tal vez ningún otro en la actividad empresarial.

La publicidad no incentiva el consumo. No encuentro casos en los que se pueda decir que, con arreglo a lo que he dicho antes y en la medida en que se cumplan estos preámbulos, hacer publicidad o que el hecho de que un coche lleve un determinado logotipo de una marca tabaquera incentive el consumo, mucho menos entre los menores. Creo que, técnicamente, no es posible. Para incentivar el consumo hay que desarrollar otro tipo de campañas, otro tipo de contenidos; no hay espacio en tiempo ni en capacidad para poder desarrollarlo.

No sé si me dejo alguna respuesta pendiente, pero creo que he respondido a todo lo que apunté durante su intervención. Hay datos —no los tengo aquí— referentes a qué actividades se patrocinan, qué actividades podrían verse afectadas por una decisión de este tipo y yo, con mucho gusto, cuando vuelva a la oficina puedo mirar qué datos hay de fuentes solventes y que puedan ser certificados y se los hago llegar con mucho gusto.

Señora Pozuelo, entiendo también su punto de vista y créame que cuando les digo que lo que ustedes quieren lograr no se consigue limitando y prohibiendo de manera casi absoluta la acción comercial de las compañías tabaqueras, lo digo con conocimiento de causa y con honestidad profesional. A ustedes les preocupa

mucho —a la industria le consta y a mí también y al cien por cien de los que estamos aquí— el consumo por parte de los menores y la edad de inicio del mismo. Técnicamente no sé cómo es posible demostrar que la acción comercial de las compañías, la que se desarrolla en la actualidad, incentiva el consumo en los menores. Creo que técnicamente no se puede decir. Si de verdad pensamos que hay otros productos —yo me refería antes al cannabis y a su crecimiento preocupante y alarmante— que no tienen que ver con ningún efecto publicitario y si buscamos maneras de que los menores no se inicien en el consumo de tabaco, de verdad que no lo vamos a conseguir por la vía que ustedes han reseñado en el documento. Las empresas tabaqueras, créanme porque lo digo con conocimiento de causa, utilizan la acción comercial para ese ámbito de competencia estrecho y reducido que les marca la ley y que yo creo que ellas han dado por aceptable; incluso en aquellos aspectos en los que la ley se puede mejorar en el sentido de proteger a los menores, las compañías lo hacen. Además, la Unión Europea ha establecido un marco en el que se pueda desarrollar esa actividad y el paso extra que quiere darse con el desarrollo normativo que están estudiando creo que no les va a llevar a conseguir lo que ustedes quieren y sí les llevarían en esa dirección el desarrollo y el diseño de campañas que sean más inteligentes, más enfocadas de verdad a los mecanismos que hacen que los jóvenes se inicien en el consumo del tabaco, que no son los que comentábamos antes.

Señora García, creo que antes contesté a su primera pregunta. No es posible trasladar el marco general de cómo funciona la publicidad, los consumidores, etcétera, al territorio de trabajo de la industria porque no tiene nada que ver. La industria desarrolla su actividad comercial con arreglo a unas normas y restricciones que no tiene ningún otro sector en la actividad comercial, no sirven esas normas; sirven las que tiene la industria, que son las que le he leído.

Yo le voy a decir cuál es mi interpretación del punto c) del artículo 9. Creo que lo que pretende la ley es excluir del enunciado del punto 1, por el que queda prohibida toda clase de publicidad, etcétera, aquellas publicaciones que no se editan en la Unión Europea y que no se destinan a la Unión Europea. El Gobierno de España tendría muy complicado impedir que en el periódico *Clarín* de Buenos Aires hubiera un contenido publicitario de tabaco, que un señor lo trajera bajo el brazo en el avión y lo leyera en Madrid. Entiendo que se refiere a publicaciones que están impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre y cuando no estén destinadas a los ciudadanos de la Unión Europea.

La señora **PRESIDENTA**: En nombre de la Comisión damos las gracias al compareciente, señor Llorente Herrero. A la vez, manifiesto que quizá sea momento oportuno de suspender, siquiera sea por muy breves minutos, la sesión antes de proceder a dar entrada al siguiente compareciente, último del día de hoy. Insisto,

muchas gracias al compareciente y le reitero, si le es posible, el envío de la documentación que ha comprometido con alguno de los comisionados.

El señor **SOCIO DIRECTOR DE J. A. LLORENTE & O. CUENCA, CONSULTORES DE LA COMUNICACIÓN, PROMOTORES Y EXPOSOS** (Llorente Herrero): Les voy a dejar ahora mismo la inicial y en la medida que encontremos datos solventes sobre ese otro tema, la enviaremos.

La señora **PRESIDENTA**: Perfecto. Muchas gracias. **(Pausa.)**

— **DEL SEÑOR PRESIDENTE DEL COMITÉ NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO (CÓRDOBA GARCÍA).** (Número de expediente 219/000203.)

La señora **PRESIDENTA**: Continuamos la comparecencia del presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo, señor Córdoba García, a quien le doy la palabra para que nos haga su exposición inicial por tiempo de diez o quince minutos y que, posteriormente, será sometido a las preguntas o consideraciones que crean convenientes sus señorías. Tiene la palabra el señor Córdoba García.

El señor **PRESIDENTE DEL COMITÉ NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO** (Córdoba García): Señora presidenta, señorías, el Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo es una plataforma que pretende colaborar con todas las instituciones públicas o privadas interesadas en la prevención del tabaquismo en España. En estos momentos hay 39 sociedades y asociaciones del ámbito científico sanitario español, prácticamente están en la misma todas las sociedades científicas de peso de este país. Quería hacer unas consideraciones previas señalando que el comité no hace un juicio moral sobre el hecho de fumar o no en el ámbito privado, porque, evidentemente, el comportamiento privado no debe ser motivo de discriminación de ningún tipo, y que la cuestión no es fumar o no fumar, sino dónde y cuándo no es aceptable hacerlo. Aunque sea reiterativo quiero recordar que el tabaco representa la causa de enfermedad más extensamente documentada en la historia de la investigación biomédica y, como causa de muerte en nuestro país, no ha dejado de aumentar la mortalidad desde el año 1955 hasta el año 2000. Este es un estudio comparativo de un grupo de expertos de la Universidad de Oxford donde se ve, en la línea morada, el número de miles de muertos ha habido desde 1955 hasta 2000. Esta curva ascendente de mortalidad no ha parado de subir durante estos 45 años, mientras en otros países cercanos mediterráneos, como Francia e Italia, han conseguido reducir la mortalidad desde el año 1985 o estabilizarla, como en el caso de Francia. Les pido que comparen las tenden-

cias de mortalidad en los últimos 15 años entre Francia e Italia y España. ¿Esto por qué ocurre? Porque en España estamos a la cola de Europa en medidas de protección frente al tabaquismo; estamos en el puesto 24 de 28 países, y es evidente que es porque se han tomado muy pocas medidas en los últimos 15-20 años para la prevención del tabaquismo; estamos a la cola de Europa en esta materia. Solamente con eso queda plenamente justificado este proyecto de ley. En el caso de que se aplicara la ley en los términos básicos que está redactada no nos pondríamos en primer lugar, estaríamos entre el séptimo y el décimo país de Europa, no el primero de la lista. El problema es que vamos con retraso. Por ejemplo, en publicidad, como pueden ver ahí, donde hay más cuadros verdes es porque está permitida la publicidad en multitud de medios en España, prácticamente sólo está restringida en televisión. En el resto de los soportes la publicidad del tabaco en España está permitida. Compárenlo con Finlandia, Francia e incluso con Italia o Portugal que tiene todos sus *boxes* en rojo. Estamos a la cola de Europa en restricciones de la publicidad del tabaco.

No he oído lo que se ha dicho aquí esta mañana ni esta tarde, pero los argumentos —esto lo tengo escrito hace días— contra las regulaciones en todos los países son iguales e invariablemente son estos tres: Las regulaciones no son necesarias, van a ser imposibles de cumplir, van a perjudicar a los negocios. En todos los países que se plantean este tipo de leyes se intentan rebatir con estos argumentos. Pero hay tres poderosas razones para que los gobiernos intervengan; por un lado, evitar que los niños se conviertan en fumadores, recuerden que están empezando a fumar a los 13 años; proteger a los no fumadores de los humos ajenos; y proporcionar a los adultos una mejor información que les permita tomar opciones saludables, cosa muy difícil en el entorno social que tenemos. Por tanto, el daño que el humo de tabaco hace a los no fumadores es la base científica de la regulación que se está planteando. Conviene recordar que algunas magnitudes de riesgo a menudo se confunden. Piensen que por cada muerto por cáncer debido a contaminación ambiental hay 15 fallecidos por cáncer a causa del tabaco. No son cosas comparables.

Desde el año 1992 sabemos, por los estudios e investigaciones de la Agencia de Protección Ambiental de California, que el tabaco es 57 veces más contaminante que cualquier otro tóxico en relación ambiental. No es que sea más venenoso, es que es mucho más frecuente. Este es el significado de esta afirmación. Y hay decenas de productos cancerígenos en el tabaco. En esos momentos se habían detectado 42, ahora estamos en 69. Lo mismo da morir de 40 puñaladas que de 69, al fin y al cabo es cancerígeno y letal potencialmente. Por ejemplo, el contenido de alquitranes carcinógenos de un cigarrillo es 14-24 miligramos por cada cigarrillo y es 5,3 veces mayor en la corriente secundaria que en la corriente principal, es decir el humo que sale del extre-

mo incandescente del cigarrillo es mucho más rico en cancerígenos y en alquitranes que el humo que inhala directamente el fumador a los pulmones, y ese humo que sale de del extremo incandescente de la colilla queda en el ambiente. Aquí tienen una lista incompleta de cancerígenos, ya he dicho que hay muchos más: alquitranes, arsénico, cadmio y níquel, cloruro de vinilo, creosota, formaldehído, polonio 210, uretano. Me gustaría dar mejores noticias pero esto es lo que hay. Esto no es una campaña de un grupo radical, es una campaña del Departamento de Salud del Gobierno de California.

Hace 24 años que sabemos —este estudio ha sido repetido en innumerables ocasiones— que las mujeres no fumadoras que conviven con su marido fumador tienen un riesgo mucho mayor de cáncer de pulmón, incluso puede ser 3,4 veces mayor si su marido fuma habitualmente más de 20 cigarrillos diarios. Hay un gradiente para la exposición ambiental al humo del tabaco, tanto en el medio doméstico como en el medio laboral. Las madres fumadoras también ocasionan potencialmente graves problemas a sus hijos, sobre todo a los lactantes, de forma que si una madre fuma 20 cigarrillos al día o más sus hijos lactantes, menores de seis meses, tienen cinco veces más riesgo de sufrir una muerte súbita del lactante, que es un trauma familiar impresionante.

Aparte de los cancerígenos, el tabaco tiene otras sustancias tóxicas: amoniaco, acetona, acroleína, cianuro de hidrógeno, monóxido de carbono, metanol, tolueno y muchos otros. Por tanto, el humo del tabaco ambiental da problemas de cáncer, problemas cardiovasculares y también respiratorios. A nivel cardiovascular, el humo del tabaco ambiental incrementa la frecuencia cardiaca, la presión arterial, los niveles de monóxido de carbono, reduce la capacidad del ejercicio e incrementa la ratio colesterol total/HDL, por lo que es aterogénico, es decir, estrecha las arterias, sobre todo las coronarias y las cerebrales. A nivel respiratorio, aumenta los síntomas respiratorios en personas expuestas en el trabajo o en el hogar. Hay investigaciones recientes que han demostrado que es causa directa de asma bronquial, incluso en personas no alérgicas ni predispuestas a esta enfermedad. El humo del tabaco ambiental y cómo defenderse de él no es una cuestión de cortesía ni de tolerancia, es una cuestión de salud muy seria, sobre todo para ese 12 por ciento de la población que está expuesta ocho horas diarias o más al humo ambiental de tabaco.

¿Por qué se han discutido durante muchos años estas evidencias? La investigación de la doctora Barnes, de la Universidad de Berkley, en California, analizó 106 trabajos científicos sobre el humo ambiental del tabaco y observó que en 67 de esos trabajos se llegaba a la conclusión de que era perjudicial y en 39 decían que no lo era, pero mirando con lupa esos 39 trabajos que decían que no era perjudicial observaron que tres de cada cuatro, es decir, el 74 por ciento de los trabajos, fueron

realizados por investigadores ligados a la industria del tabaco. Por tanto, la conclusión es que el 87 por ciento de los estudios científicos independientes coinciden en que el humo del tabaco es perjudicial para la salud. ¿Cuál es la estrategia de confusión de la industria? Yo de ustedes no me creería absolutamente nada de lo que les dice la industria tabaquera, porque llevan años engañándonos a todos, a los políticos, a los médicos y, sobre todo, a los consumidores. En sus documentos internos, desclasificados por orden judicial en los juicios de Minnesota en 1998, de los que hay 37 millones de páginas, entre otras muchas se pueden leer cosas como esta: La duda es nuestro producto. Si se vierten dudas sobre la solidez de las pruebas científicas, la población no sabrá qué creer.

Está también la manipulación de los datos científicos. Por ejemplo, la estrategia mundial de Philip Morris consiste en coordinar y en pagar a todos los científicos internacionales que haga falta —no reparan en gastos— para mantener viva la controversia relativa al humo ambiental de tabaco. Hay ocho agencias internacionales que han reconocido que el humo ambiental del tabaco es un agente cancerígeno. La más importante y más reciente es la Agencia Internacional de Investigación del Cáncer, dependiente de la Organización Mundial de la Salud, que tiene su sede en Lyon. Las conclusiones de su informe es que existe suficiente evidencia para afirmar que el tabaquismo pasivo o involuntario causa cáncer de pulmón en seres humanos y que el tabaquismo pasivo e involuntario es carcinógeno en los seres humanos. Es un carcinógeno del grupo 1 como el asbesto y el amianto, para el cual no hay un umbral seguro de exposición. Esta es la monografía completa publicada en el año 2004.

Evidentemente, sabemos cuál es el problema y sabemos que hay que tomar medidas. Lo que hay que ver es qué tipo de medidas son efectivas. Nosotros tenemos quizá una deformación profesional y hablamos de lo que sería la legislación basada en la evidencia, en qué tipo de medidas han funcionado. Básicamente han sido las medidas para reducir la demanda y hay alguna medida para reducir la oferta, que puede funcionar, que luego comentaré. Las medidas en las que todo el mundo coincide, desde el Banco Mundial a la OMS, pasando por todos los expertos, son de tres tipos: medidas fiscales, no fiscales y oferta de recursos asistenciales. Las medidas no fiscales son la información al consumidor, la divulgación de las investigaciones del tabaco, prohibición de la publicidad y la promoción, advertencias en las cajetillas y restricciones para fumar en espacios públicos y de trabajo. En cuanto a las medidas para reducir la oferta, la mayor parte no son eficaces, excepto el control estricto del contrabando. Aquí aprovecho la ocasión para felicitar a los responsables de ese control en nuestro país, puesto que han sabido hacer los deberes y en estos momentos parece que está incluso por debajo del uno por ciento cuando hace 10 años

estaba en el 16 por ciento e incluso llegó a estar cerca del 20 por ciento.

¿Dónde estamos y hasta dónde podemos llegar? En estos momentos, de todas las medidas que podía adoptar el Estado, estamos en el punto A. Hemos tomado hasta ahora el 20 por ciento de las medidas posibles para controlar la epidemia de tabaquismo. Básicamente hay medidas parciales de información, medidas asistenciales parciales debido a que nuestro sistema sanitario es universal, público y gratuito y están las advertencias sanitarias en las cajetillas. Esto tiene un impacto relativo que viene a sumar el 20 por ciento de lo que se puede hacer. ¿Qué ocuparía la regulación de espacios sin humo y la publicidad? Un 35 por ciento. Lo situaríamos en el punto B. Y nos quedan las medidas fiscales, que son las que más impacto tienen en el consumo. Hay documentos del año 2003, del Departamento de Política Económica del Ministerio de Sanidad en España, es decir, del Gobierno anterior, que dicen claramente que un 10 por ciento de aumento en el precio significaría un cuatro por ciento de reducción del consumo. Son documentos que tengo en mi poder.

Medidas preventivas más eficaces, de mayor a menor eficacia. Tanto para prevenir el inicio como para que los adultos dejen el tabaco la primera medida y la más eficaz es el aumento del precio, siempre que sea más del 10 por ciento del precio total final, normalmente a expensas de aumentar el impuesto específico, que es un componente lineal. Es un impuesto por cada 1.000 cigarrillos y luego está el impuesto ad valorem, que es un impuesto proporcional y es menos eficaz para reducir el consumo; siempre dije que las marcas más baratas siguen siendo más baratas mientras que el lineal hace que todas las marcas suban. Para prevenir el aumento del precio —en cuanto al dinero de bolsillo los adolescentes tienen mucha elasticidad precio-consumo, mucho más que los adultos— un 8 por ciento. La prohibición de publicidad y el patrocinio es la segunda medida y la regulación de espacios sin humo es la tercera. La información y la educación es mucho menos eficaz de lo que la gente se piensa y las advertencias en las cajetillas es una medida que se ha tomado. Para que los adultos dejen el tabaco también sigue siendo la primera medida el aumento del precio, la segunda la regulación de espacios sin humo y la tercera la prohibición de la publicidad y el patrocinio y las otras dos medidas están parcial o totalmente ya tomadas, aunque, evidentemente, hay que avanzar en recursos asistenciales. ¿Qué impacto han conseguido en algunos países? Pues por ejemplo en Finlandia una reducción del 40 por ciento en la mortalidad por cáncer desde 1976 a 2000, pues hace años que han puesto en marcha estas medidas. En California ha bajado la mortalidad por cáncer de pulmón un 14 por ciento mientras que en el resto de Estados Unidos solo ha bajado un tres por ciento y han hecho lo que tenían que hacer. Incluso Finlandia tiene un impuesto finalista para la prevención, quedándose

con una prevención del 0,5 por ciento de los impuestos del tabaco.

Espacios laborales. Hay un montón de países en los que cerca de dos tercios de sus empresas prohíben absolutamente fumar en todo el recinto y con las nuevas legislaciones —Irlanda, Noruega, Italia— la mayor parte de las empresas de esos países están declaradas libres de humo. El humo ambiental del tabaco es el principal cancerígeno en los espacios interiores, por lo tanto el principal cancerígeno en los espacios laborales cerrados.

¿Hay relación entre los niveles de contaminación y el tipo de legislación? Evidentemente. Si está permitido, los niveles de nicotina en aire tienen estos rangos: de 8,6 a 10 microgramos por metro cúbico; si hay restricciones parciales, de 1,3 a 5,9 y si hay prohibición total, que es lo único que funciona, se garantiza un aire no cancerígeno. Si los niveles medios están por encima de 2,3 microgramos el metro cúbico, se van a producir tres casos de cáncer de pulmón por cada 10.000 trabajadores. Eso puede ser poco, pero al que le toca es bastante. Insisto en que es una cuestión de salud y no una cuestión de derechos. ¿Qué podemos hacer? Pues autorregulación o legislación. Aquí se supone que estamos por una legislación. Las autorregulaciones son poco efectivas. La legislación es más efectiva, pues permite reclamaciones y demandas ante el incumplimiento de la ley. Generalmente se tiende a la prohibición total porque se regula mejor y más fácilmente su cumplimiento. A nadie le gusta las prohibiciones, pero ahí están las sanciones en tráfico y en el pago de impuestos, a mí me parece que es un precio que hay que pagar para regular la convivencia en un Estado democrático. Las empresas obtienen realmente beneficios, mejora la salud de los no fumadores en cuanto a los síntomas y enfermedades graves, por lo que hay una satisfacción del no fumador, y mejora la salud de los fumadores. No olviden que dos de cada tres fumadores quieren dejar de fumar. Cuando se aplican estas medidas hay una reducción del 29 por ciento en los trabajadores fumadores y la prevalencia baja un 3,8 por ciento. Hay una reducción del absentismo laboral. Aumenta la productividad media de las empresas en un tres por ciento. Hay menos accidentes laborales; en Inglaterra se ha estimado que un nueve por ciento de los accidentes graves ocurridos en un año fueron causados por el tabaco. Las empresas tienen menos riesgo de ser demandadas por negligencia cuando no se cumplen estas normas. Hay menos conflictos cuando se aplican las leyes. Algunos líderes empresariales europeos tienen una posición bastante ética y responsable sobre este problema cuando afirman este tipo de cosas.

Hay argumentos contra las regulaciones que esgrimen, y es decir que va a ser muy difícil que se cumplan. En Irlanda, un país con el que tenemos muchas cosas en común, un año después de la aplicación de la ley el cumplimiento medio es del 94 por ciento, porque este tipo de cosas hay que analizarlas no antes de la ley sino

después de su aplicación. Han hecho 35.000 inspecciones en un año, ya veremos aquí cuántas hacemos. Han medido la contaminación ambiental en los pubs, en rojo tienen los niveles de contaminación previos a la ley y en verde, que prácticamente están todos a nivel cero, los posteriores a la ley. ¿Se bañarían ustedes en esta piscina en la que hay una zona para los que hacen pis? Las separaciones funcionales no sirven para nada, tienen que ser físicas. O no hay ninguna o hay una separación física, no puede haber separaciones funcionales, porque no sirven absolutamente para nada; es una medida inútil. El gran argumento económico: ¿Van a perjudicar a los negocios? Antes de la entrada en vigor de las leyes en California, la industria publicó en los periódicos este tipo de mensajes: que los negocios de los bares y restaurantes de California iban a perder un tres por ciento. Pues bien, ocurrió exactamente lo contrario: la primera línea roja es la prohibición de fumar en los restaurantes en 1995 y en 1998 en los bares, los ingresos de los hosteleros y de los propietarios de bares fueron subiendo hasta el año 2000. En Nueva York, ¿qué pasó con el turismo, en cuanto a los hoteles, después de la ley? La ocupación hotelera en Nueva York siguió subiendo a pesar de las restricciones de fumar. En el Estado de Nueva York, que es la línea inferior, se ve que la tendencia en los beneficios de los bares y restaurantes es ligeramente a la baja. Arriba se especifica la ciudad de Nueva York, que es donde está prohibido fumar en los bares y restaurantes, no en el Estado, sino sólo en la ciudad, porque en New Jersey y Nassau se puede fumar, pero en la ciudad de Nueva York no. Aquí la tendencia después de la ley es al alza, que es todo lo contrario de las mentiras que nos venden. En Columbia Británica, Canadá, del año 2000 a 2003, la tendencia estructural en bares y restaurantes era a la baja. La aplicación de la ley no ha alterado esta tendencia y, en todo caso, la puede haber estabilizado, según como uno interprete esta curva. Pero no parece que la ley haya tirado a la baja esa tendencia en Columbia Británica. Lo mismo ocurre en Irlanda. Los beneficios de los pubs irlandeses están bajando desde el año 2002. El año 2001 fue el último en el que subieron los beneficios, porque están bajando. La ley se aplicó en abril de 2004 y la merma de beneficios en realidad ha sido menor en el año 2005, un año después de la aplicación de la ley. Este es un problema estructural que podemos comentar, porque el motivo de esta tendencia se conoce exactamente, pero no tiene nada que ver con la ley irlandesa. En Noruega, según datos muy recientes, la aplicación de la ley tampoco ha supuesto un impacto en los beneficios de bares y restaurantes. La estabilidad en las curvas del beneficio es la misma. En cuanto a los hábitos de la gente noruega, el 76 por ciento de la población sigue utilizando igual los bares y restaurantes, hay un 12 por ciento que va menos, pero hay un 12 por ciento que va más. El resultado es que la clientela es la misma, por cada cliente que pierden ganan otro.

En cuanto al sector de la publicidad, sólo el 2 por ciento de los fumadores cambia de marca de tabaco, según un estudio clásico de mercado comparativo, que se hizo en Francia, en relación con otros productos. La pregunta es: ¿para eso hay que gastarse cada año 14.000 millones de las antiguas pesetas? Parece absurdo. Realmente la publicidad del tabaco va dirigida sobre todo a las chicas y a los chicos. Así, tenemos en España entre 14 y 18 años, un 32 por ciento de chicas fumadoras y un 24 por ciento de chicos fumadores en una edad que no deberían ni comprar ni consumir por muchísimas razones. Los anuncios funcionan para captar nuevos clientes para la industria tabaquera, para sustituir a los que pierden porque dejan de fumar o porque fallecen por el tabaco. Uno de cada tres adolescentes comienza a fumar debido a la presión de la publicidad. Me dirán: es un estudio de hecho en California. Pues en Fuentesauco, en Salamanca, lo mismo. La presión de iguales, es decir, de los amigos/compañeros, el efecto es 0,39. La publicidad, abajo del todo, 0,39. Son las dos más importantes. Luego hay conductas de hermanos, presión de hermanos, ver a los profesores fumar y ver a los padres fumar. Esos son los motivos por los que los adolescentes comienzan a fumar a una media de edad de 13 años. Esos son los hechos no otros. Nosotros no hablamos de opiniones. Hablamos de hechos. Respecto a la regulación de publicidad y patrocinio, en los países que lo han aplicado ha descendido el consumo del tabaco. Esto está evaluado en el año 1997. Desde 1975, en Finlandia, el 26 por ciento. En Nueva Zelanda, el 37 por ciento. En Noruega, el 21 por ciento. Y en Francia, un 14 por ciento, porque cuanto menor es el tiempo de seguimiento el descenso es menor. En España, la publicidad del tabaco representa el 1,3 por ciento de toda la publicidad. Hasta un niño podría hacer el siguiente razonamiento: el dinero que la gente ahorra en tabaco no se esfuma, no se va por la cloaca. Se utilizarán otros productos y servicios que generarán empleo, impuestos e inversiones publicitarias alternativas.

Los efectos comprobados de la regulación son: mejora de la calidad del aire interior, mejora de la salud de empleados y clientes, hay menos conflictos que en la etapa anterior. En el caso de Noruega se ha comprobado perfectamente. No hay pérdida de empleos netos en el conjunto del sistema productivo; si acaso aumento. En el caso de Nueva York, en bares y restaurantes, de 1995 a 2000 aumentaron los empleos netos en la hostelería en 12.000 puestos de trabajo. Evidentemente en un sitio concreto puede perderse algún empleo, pero en general no se pierden; si acaso se ganan. No disminuyen los ingresos de los sectores ajenos a la producción y venta de tabaco. No disminuye el turismo; en Irlanda el último año ha aumentado el turismo un seis por ciento. Y lo más importante, ustedes representan a la soberanía popular, del 75 al 95 por 100 de la población lo apoya. ¿Los fumadores están de acuerdo? Según recientes investigaciones de un instituto independiente realizado en Irlanda, el 90 por ciento de los ex fumado-

res opinan que esta ley les ayudará a mantenerse sin fumar, el 46 por ciento de los fumadores actuales opinan que les resultará más fácil dejarlo, y el 59 por ciento de los fumadores opinan que les ayudará a fumar menos. El Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo apoya una legislación eficaz, destinada a proteger la salud de todos, basada en evidencias, no en opiniones, prejuicios o intereses sectoriales, basada en la experiencia de otros países, basada en estudios serios, rigurosos e independientes. Una ley sin ambigüedades ni excepciones que pueda reducir su efecto preventivo y su impacto en la salud. Conclusiones que apoya más o menos el dictamen del Consejo de Estado que decía que el proyecto de ley es plenamente constitucional, que no se vulnera el derecho a la libertad de empresa, que no se vulnera el derecho a la libertad de expresión y que la ley podría incluso ir más allá.

Muchas gracias, no sé si me he extendido demasiado.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias a usted por su comparecencia, señor Córdoba.

A continuación, daríamos la palabra a los portavoces de las formaciones políticas presentes en este momento en la Cámara, que son únicamente dos, si exceptuamos la formación a la que pertenece esta presidenta. En primer lugar, en nombre del Grupo Parlamentario Popular tiene la palabra la señora Pan.

La señora **PAN VÁZQUEZ**: Señorías, señor presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo, muchas gracias por la ayuda y la acción que vienen desarrollando a lo largo de estos años en el abordaje y en la lucha de este problema de salud pública, el primero desde el punto de vista del costo-beneficio en salud pública, el mejor desde el punto de vista legal abordable. Si abordamos el problema del tabaquismo en su integridad, vamos a ver los resultados a medio plazo, no en el plazo inmediato. Nosotros estamos a favor, por supuesto, del abordaje del tabaco en todas sus vertientes, y nos parece, y es un motivo de alegría para nosotros, pertinente esta comparecencia hoy en esta Comisión extraordinaria de Sanidad para, entre otras cosas, enriquecernos con la información que hemos ido recibiendo a lo largo del día de todos los sectores y, concretamente, en este momento del comité al que usted representa. Decía que esta es una Comisión extraordinaria e informativa, en la que hemos recibido y estamos recibiendo hoy datos y cifras. Nos han hablado de dinero. Cada sector habla de lo que le afecta en la ley —es lógico que así sea— y hemos ido recibiendo toda la información que se consideró pertinente por los portavoces de los distintos grupos políticos y por los afectados en sus comparecencias. Para nosotros, para el Grupo Parlamentario Popular, la salud y su protección es un derecho constitucional. Evidentemente esto lo sabemos todos y lo defendemos, como hemos hecho siempre, máxime cuando algunos de nosotros, de nues-

tro grupo y de otros grupos también por supuesto, somos profesionales sanitarios. Por lo tanto, esto no es un problema y no entramos a debatirlo hoy. Sin embargo, como legisladores que somos, tampoco debemos obviar que esta es una ley que se hace para cumplirse, para proteger la salud de los ciudadanos, y cuando se apruebe debemos estar en disposición de poder comprobar su cumplimiento y comprometernos a que se va a cumplir; y, por supuesto, el beneficio del cumplimiento de esta ley ha de ser el beneficio general, mayor que los posibles efectos colaterales que ya tenga.

Dicho esto, creo que los problemas que el tabaco tiene, que el tabaquismo o el hábito tabáquico conlleva, han sido perfectamente demostrados y no los voy a repetir, son evidencias científicas. En algunas de mis anteriores intervenciones, con ocasión de la comparecencia del secretario general de Sanidad y con alguna otra proposición no de ley en relación con el Plan Nacional de Tabaquismo, ya los he señalado desde mi grupo político. Así pues, en cuanto a la composición del tabaco y sus efectos, sabemos y estamos totalmente de acuerdo en que son muy perjudiciales para la salud. Lo que nos gustaría hacer hoy, que para eso hemos solicitado desde mi grupo, apoyados por supuesto por los demás grupos políticos, la comparecencia del presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo —nos pareció lo más oportuno ya que usted engloba, como ha dicho muy bien, a un enorme grupo de entidades, asociaciones y sociedades científicas—, es formularle alguna pregunta en relación con el borrador que vamos a debatir más adelante, porque lo que estamos haciendo hoy es, como le dije antes, recoger toda la información de aquellos sectores que por un motivo u otro pudieran estar afectados, como el de la salud. Me gustaría que nos comentara si considera que el texto que tenemos encima de la mesa aborda de una forma correcta y completa la problemática del tabaquismo. Querría también que nos comentara si el Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo —las sociedades, asociaciones y entidades que lo componen— ve reflejadas en el texto de la ley todas las demandas de abordaje del tabaquismo, qué puntos débiles encuentra, qué propuestas de mejora nos trae y desde su punto de vista y del comité —algunas ya nos las ha comentado— qué acciones son las más efectivas para la disminución del consumo, que es el objetivo de la ley, de todos los que tenemos alguna responsabilidad sobre la sociedad o sobre su salud. Nos ha presentado algunos y espero que nos hagan llegar la documentación que han utilizado, como los anteriores comparecientes, para un examen más detallado. Desde luego, en esta noble tarea que ustedes realizan y que mi grupo comparte en su gran mayoría nos tendrán a su lado. Indudablemente, la salud con mayúsculas empieza por contemplar los problemas que pudieran afectarla desde todas sus vertientes, y eso es algo que nosotros estamos intentando. Esta ley tiene algunos matices a los que haremos referencia cuando se debata, pero en este momento esta Comisión

de Sanidad lo que está haciendo es recoger toda la información de todos los sectores y nos gustaría que usted, como presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo nos diera respuesta a las preguntas que le acabo de realizar. Muchas gracias de nuevo por su intervención.

La señora **PRESIDENTA**: En representación del Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra la señora Pozuelo.

La señora **POZUELO MEÑO**: Señor Córdoba, le agradecemos sinceramente su presencia y sus palabras. Ha sido una exposición muy amplia y muy completa; tantos han sido los puntos que se han tratado que la verdad es que se queda uno con ganas de poder entrar a desarrollar algunos de ellos con un poco más de amplitud, para obtener un mayor y mejor conocimiento de cuál es la situación que vamos a abordar en nuestro país con este proyecto de ley. Sin duda, es un proyecto de ley valiente, ambicioso, al menos en cuanto a los objetivos que quiere obtener, que no son ni más ni menos que ayudar a solventar un problema, como decía en mi intención anterior, de epidemia de tabaquismo, tal y como lo cataloga la Organización Mundial de la Salud, y que en todo el mundo, pero de manera muy particular en España, que es en estos momentos lo que más nos interesa, está produciendo no sólo un número importante de muertes, sino un número de enfermedades que conllevan un deterioro de la salud de los españoles de una gran envergadura, de una gran trascendencia. Además, cosa que también hay que poner encima de la mesa, unos costes públicos de mucha importancia para el conjunto del país. Es verdad que solo hay que tener en cuenta las cuestiones económicas, pero en algún momento habrá que ponerlas encima de la mesa, para conocer cuánto gasta el Sistema Nacional de Salud, cuánto gastan los sistemas públicos y privados en atención y en prevenir estas enfermedades y cuáles son los resultados finales que se están obteniendo con la situación actual de poco control, podríamos decir, en cuanto al hábito de fumar y a su prevención. Usted decía que España es uno de los países que tiene menos desarrolladas las políticas de prevención y de lucha contra el tabaquismo y yo creo que ya es momento de que nos pongamos todos de común acuerdo para unir nuestros esfuerzos en obtener estos objetivos de prevención, de atención y de salud pública para el conjunto de la sociedad española, con una preocupación importante además hacia los jóvenes y los adolescentes, que cada vez inician a una edad más temprana su hábito y diríamos también su vicio en el consumo de tabaco. Porque también hay que decir —y ha salido poco hoy aquí— que el hecho de que el consumo del tabaco produce adicción es una de las razones por las que es más difícil dejar de fumar y por la que además, a pesar de que haya un porcentaje muy importante de adultos que manifiestan su

voluntad de dejar de fumar, difícilmente consiguen hacerlo.

Usted es buen conocedor de todas estas situaciones, por su profesión, por su práctica clínica, como presidente del Comité nacional de prevención del tabaquismo, ya que está intercambiando opiniones y criterios profesionales, médicos, de gestión de salud pública. Además, conoce también, por la exposición que nos ha hecho, cuál ha sido la evolución de los países de nuestro entorno europeo y del conjunto de los países occidentales, Estados Unidos y Canadá fundamentalmente. Para entrar en cuestiones muy concretas, me gustaría conocer cómo cree que abordamos en España ahora mismo, a partir de este proyecto de ley —porque todo no es la aprobación de un proyecto de ley; ni tan siquiera está ahora mismo aprobado, ya que está en sus inicios de tramitación parlamentaria—, cómo abordamos los objetivos y los contenidos de lo que queremos conseguir; qué actuaciones añadidas, por parte de los poderes públicos y por parte de todos los sectores económicos y sociales implicados, hay que adoptar para que este proyecto de ley, que no es más que un marco regulador, sea eficaz. Hoy hemos oído a muchos de los comparecientes, y también a algunos de los diputados que hemos intervenido durante todo el día de hoy, su preocupación, entre comillas, de que esta ley sea verdaderamente aplicable. Una de las cosas que le pediría, en relación con la experiencia, porque no tenemos otro elemento más que el comparativo de la experiencia de los países de nuestro entorno, es la viabilidad de la aplicación de este tipo de leyes, que en principio plantean un rechazo en determinados sectores, aunque, como usted ha dicho, la mayor parte de la población apoya estas restricciones y estas medidas de manera clara y contundente. De todas maneras, el lobby de los sectores económicos, que se sienten afectados de una manera muchas veces sobrevalorada por los efectos que una ley de esta naturaleza puede tener sobre su sector económico y que legítimamente defienden esos intereses económicos, puede confundir a la clase política y a los sectores de la sociedad en cuanto a la eficacia y la bondad de estas medidas.

Me gustaría también saber su opinión sobre la publicidad del tabaco; es una de las cuestiones que más se ha debatido durante el día de hoy, aunque sé que va a contemplarse en otras comparencias. Insistentemente hoy se nos ha dicho —y eso sí que me parece que puede llegar a crear una cierta confusión— que la publicidad del tabaco no tiene un efecto directo sobre su consumo y mucho menos sobre el inicio del hábito de fumar tabaco de los jóvenes y de los adolescentes. Quiero saber qué piensa al respecto, basándose en la opinión tanto clínica y profesional como de presidente del Comité nacional de prevención del tabaquismo. A mí me llama mucho la atención que todos los análisis y estudios de organismos internacionales, de la Organización Mundial de la Salud, del Banco Mundial, de la OCDE, de institutos de salud pública, de gestores de

salud de reconocidísimo prestigio e independencia avalen ese tipo de hechos y tengan resoluciones concluyentes sobre el mismo, pero que insistentemente la industria tabaquera y determinados sectores de la publicidad vengán planteando que no hay ningún efecto sobre el consumo en las campañas publicitarias de las compañías tabaqueras. Hay otro aspecto del que me interesaría mucho que añadiera algún aspecto más en su intervención —y usted ya ha hecho referencia a ello—, cual es el tema de los espacios sin humo dentro de los centros de trabajo. Se argumenta de manera muy razonable que la permisividad de fumar o no fumar dentro de los centros de trabajo sería lógico dejarlo al acuerdo entre las partes, al acuerdo entre empresarios y trabajadores. Mi grupo no coincide con esa apreciación porque creemos que la salud pública no puede ser objeto de negociación entre partes; porque siempre sería desigual y porque habría importantísimos sectores de los propios trabajadores que no tienen esa capacidad de negociación, ya que la mayor parte de las empresas de nuestro país son pequeñas y pequeñísimas empresas, donde no hay esa capacidad de negociación. Si esto se dejara al acuerdo entre las partes, su efecto sobre la salud pública de los trabajadores y los ciudadanos no sería el más beneficioso. Si usted pudiera añadir alguna cuestión más, se lo agradecería, ya que estas comparencias pretenden que el proyecto de ley salga de esta Cámara mejor de lo que ha entrado, mejor para la sociedad, mejor para cada uno de los individuos y mejor también para el Sistema Nacional de Salud. Como ha dicho que el proyecto no nos situaría en la primera línea de los países europeos en estos momentos, cuáles son, en su opinión, esos aspectos que podrían ayudar a mejorar este proyecto de ley de manera clara y contundente, cuáles serían los dos, tres, cuatro o cinco aspectos que usted considera prioritarios para que pudiéramos estar en unas políticas de prevención del tabaquismo y de ayuda a la salud pública de los ciudadanos de nuestro país equiparables y homologables a las de los primeros países de la Unión Europea.

En principio no quiero hacerle más preguntas y le doy las gracias por sus palabras y por su esfuerzo.

La señora **PRESIDENTA**: Para concluir el orden del día de hoy, tiene de nuevo la palabra el señor Córdoba García, presidente del Comité Nacional de Prevención del Tabaquismo.

El señor **PRESIDENTE DEL COMITÉ NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO** (Córdoba García): La señora Pozuelo ha terminado donde había empezado la señora Pan, qué aportaciones haríamos a la ley.

Todo el mundo que conozco que se viene ocupando del problema del tabaquismo desde hace quince años, o veinte en algunos casos, apoya incondicionalmente este proyecto de ley; todos los expertos que están compro-

metidos con este tema lo apoyan incondicionalmente. No se trata de decir: estamos por la regulación del tabaco, por el control del problema del tabaquismo, pero luego nos dedicamos a poner todo tipo de pegas a la ley; eso es un contrasentido. La ley es muy positiva en dos aspectos, que son los que toca: regulación de espacios sin humo y publicidad. No incluye medidas fiscales. Se tendría que poner el Gobierno de acuerdo, porque el tabaquismo no es un problema médico, es un problema social con algunos aspectos medicosanitarios; básicamente es un problema social. Intervienen muchos ministerios en la regulación del tabaquismo. Podría decirse, puestos a poner pegas: Por qué no se ha puesto de acuerdo con el Ministerio de Hacienda para que se apliquen medidas fiscales y se suba el precio, por lo menos un diez por ciento? El precio del tabaco en España es un 15 por ciento más barato que la media europea, en función de criterios de paridad de poder adquisitivo, que es como hay que mirarlo. El precio del tabaco, en pesetas reales, no ha subido prácticamente desde hace 40 años. El esfuerzo económico para un joven o para un adulto es el mismo que hace 40 años. El precio puede haber subido un 200 por ciento, pero el esfuerzo económico que hay que hacer, en función del aumento de nuestra riqueza y el progreso económico que hemos tenido, es igual que hace 40 años. Y repito que estamos un 15 por ciento por debajo de la media europea en función de paridad de poder adquisitivo. Esa sería la medida más eficaz y lo dice el informe del Banco Mundial, que lo explica muy bien, habla también de la publicidad y de más cosas; son 134 páginas y en castellano. Está en internet.

Creo que no es razonable buscar pegas a la ley. Habrá que buscar las maneras para que la ley se aplique y se cumpla.

¿Medidas asistenciales, de tratamientos, de unidades, etcétera? Por lo que yo tengo entendido, las competencias de asistencia sanitaria están transferidas a las comunidades autónomas. Evidentemente, es importante llegar a consensos con ellas, pero yo sé que muchas —la mayoría, más de la mitad— no están por la labor, por ejemplo, de financiar los tratamientos; algunas dicen que antes pagarían la Viagra, por ejemplo, otras dicen otras cosas. Hay que centrarse en la ley, la ley es para lo que es, para abordar el problema del espacio básicamente en el medio laboral y para la regulación de la publicidad. A mi me parece que, si se hacen excepciones y se dejan gateras, la ley fracasará; si dejamos huecos en el tema de la publicidad, huecos tipo promoción de eventos deportivos o denominaciones comunes, la ley fracasará. Las regulaciones de publicidad o son completas o son ineficaces. Hay estudios que dicen que, si las regulaciones de publicidad no son completas, tienen un efecto de un 1 por ciento y si es un paquete global y se cumple, el efecto inicial es de un 8 por ciento. Está en ese margen, pero tienen que ser completas.

Por lo que se refiere al tema laboral, es un salto importante decir que no va a haber ningún lugar para fumar en las empresas. Los fumadores pasan a menudo cuatro o cinco horas en viajes, en acontecimientos, incluso ocho o nueve horas en un avión, y se adaptan. Los fumadores que usan habitualmente esos medios de comunicación se adaptan, a nadie le da un soponcio por no poder fumar un cigarrillo durante unas horas, la gente se acostumbra. La adaptación puede costar unas semanas o, si quieren, dos o tres meses, pero se terminará adaptando. No es un drama que durante la jornada laboral no se pueda fumar. Yo estoy de acuerdo con que no haya salas de fumadores en las empresas y me parece factible.

Resumiendo, las mejoras que nosotros haríamos irían encaminadas a asegurar el cumplimiento de la ley; haría falta una inversión importante —y parece que hay la idea de hacerla— para realizar una información masiva de sus contenidos. Y para hacer esa información con componentes educativos, también sería necesario respetar la ley en beneficio de todos, porque los espacios libres de humo son más saludables para todos, van a proteger a los niños, a las embarazadas, a los enfermos e incluso a la gente sana, que también puede verse perjudicada por el humo del tabaco. La gente se tiene que ir mentalizando de que se ha de cumplir la norma por respeto a los demás. Habría que establecer, insisto, un sistema de inspecciones y sanciones. En Irlanda han hecho 35.000 inspecciones en el primer año, ¿cuántas se van a hacer aquí, qué van a hacer las comunidades autónomas, quién se va a ocupar de estas cosas, por qué tener tanto miedo a que alguien pueda denunciar? Al que no respeta la regulación del tráfico o al que no paga sus impuestos, su declaración de Hacienda, la liquidación del IVA o el impuesto sobre sociedades, etcétera, también le puede caer un buen paquete. Las sanciones no gustan a nadie, a nosotros tampoco, pero a veces es el precio que la sociedad tiene que pagar para regular nuestra convivencia. Decir por eso que la ley es prohibitiva y que no es preventiva me parece una apreciación muy injusta. Si no establecemos este tipo de medidas, al final la ley no se cumplirá. ¿Qué ha pasado con el decreto de 1988? Que se incumple en un 75 por ciento. ¿Por qué? Porque era una legislación débil y no había un control. Que la gente se quejase no servía prácticamente para nada. La legislación, nos guste o no, pensemos lo que pensemos, tiene que ser firme y con voluntad de que se haga cumplir por parte del Estado central y por parte de las comunidades autónomas, de las corporaciones locales y de todo el mundo. ¿Qué es lo ideal? Lo ideal es invertir la norma social y que no se vea aceptable fumar en cualquier sitio sin ninguna consideración. Pero eso no se va a resolver —y llevamos muchos años de experiencia— ni con cortesía, ni con tolerancia, ni con esas palabras tan bonitas que en el fondo no sirven para nada a la hora de regular este tema. Todas las mejoras que debe tener la ley han de ser para asegurar su cumplimiento, y es más o menos una

de las conclusiones del dictamen del Consejo de Estado. Esto es todo lo que quería decir.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias por su intervención.

Antes de concluir la sesión del día de hoy, quisiera hacer, sin incurrir —creo— en abuso de papel, dos observaciones para su constancia en el «Diario de Sesiones». La primera es que hemos celebrado hoy las comparecencias de siete sectores, de siete organizaciones implicadas en esta ley, a la que todos vamos a conceder una extraordinaria relevancia social cuando sea texto legal, y quiero hacer notar que, de los siete comparecientes, ninguno ha sido mujer. Quiero pensar que tanto en la hostelería como entre los estanqueros o los consultores de publicidad hay mujeres valiosas, lo que pasa es que estamos en una circunstancia en la que todavía no han debido llegar a los órganos de dirección ni de representación. Como mujer, quiero hacerlo notar, puesto que hago de las políticas de género una habitual creencia y credo, si me permiten repetirlo, de mi actuación política. La segunda observación es que he creído advertir en todas las formaciones políticas —las mayoritarias están ahora aquí presentes, pero también en las pequeñas— el deseo de que quedase constancia en el «Diario de Sesiones» de su presencia e interés en esta ley, insisto, por el hondo calado social que va a tener.

Por tanto, quiero también dejar constancia de la propia militancia y pertenencia a un grupo política de esta presidenta, que, aunque no ha intervenido para no desordenar el desarrollo de los debates, sí ha estado presente en las siete comparecencias, todas ellas muy importantes y de extraordinaria enjundia y ayuda para luego, elaborar las enmiendas al texto. Y a la hora de citar el valor, de lo que queda constancia en el «Diario de Sesiones», me parecía que, en una sesión tan larga como la del día de hoy, justo es agradecer el valioso material que siempre pone a nuestra disposición el «Diario de Sesiones», para cuya elaboración es siempre imprescindible la eficaz tarea que desarrollan los servicios de reproducción, las taquígrafas y taquígrafos de la Cámara, así como el personal que ha tenido que acompañarnos durante todo el día, desde el letrado a disposición de esta Comisión hasta los ujieres. Nuestro agradecimiento también a los medios de comunicación que han considerado conveniente u oportuno acompañarnos en el día de hoy.

Hechas estas observaciones, procede levantar la sesión hasta el lunes, en el que continuarán las comparecencias referidas a la elaboración de este importante proyecto de ley.

Se levanta la sesión.

Eran las siete y treinta y cinco minutos de la tarde.

Edita: **Congreso de los Diputados**

Calle Floridablanca, s/n. 28071 Madrid

Teléf.: 91 390 60 00. Fax: 91 429 87 07. <http://www.congreso.es>

Imprime y distribuye: **Imprenta Nacional BOE**

Avenida de Manoteras, 54. 28050 Madrid

Teléf.: 91 384 15 00. Fax: 91 384 18 24



Depósito legal: **M. 12.580 — 1961**