

## Capítulo 3

# Impacto económico de la prohibición de fumar en bares y restaurantes

**Luk Joossens**

*Advocacy officer, Association of European Cancer Leagues, Brussels, Belgium*

### 3.1. Introducción

Las empresas tabaqueras siempre han afirmado que la prohibición de fumar en bares y restaurantes podría tener un impacto negativo sobre el negocio y generar un número menor de ventas y menos empleo. Con este argumento, han conseguido retrasar o anular la prohibición de fumar en bares y restaurantes en algunos países o regiones. ¿Qué valoración podemos hacer de la revisión bibliográfica sobre el impacto de la prohibición de fumar? ¿Cuáles son los cambios principales en el sector de los bares y restaurantes en Europa?

En el presente artículo examinaremos la investigación sobre el impacto económico de la prohibición de fumar en bares y restaurantes en el sector de la restauración y la hostelería.

### 3.2. Bibliografía sobre el impacto económico de la prohibición de fumar en bares y restaurantes

#### 3.2.1. *Un artículo que hace una revisión bibliográfica*

M. Scollo y colaboradores llevaron a cabo un análisis de los estudios sobre los efectos económicos de las políticas de espacios sin humo en el sector de la hostelería (estudios publicados antes del 31 de agosto de 2002). Se localizaron 97 estudios<sup>1</sup>.

Los autores del análisis utilizaron los criterios de Siegel<sup>2</sup> para juzgar la calidad de los estudios:

- Uso de datos objetivos (por ejemplo, ventas sujetas a impuestos o estadísticas sobre empleo).
- Inclusión de todos los datos de después de la implantación de la ley y de varios años antes de la misma.
- Uso de la regresión u otros métodos estadísticos que controlan las tendencias seculares y la fluctuación aleatoria de los datos.
- Control apropiado de las tendencias económicas globales.

Una medida resultante se consideraba «objetiva» si se basaba en datos recopilados rutinariamente por una agencia independiente que cubrieran los periodos tanto de antes como de después de la entrada en vigor de la legislación sobre espacios sin humo. Las medidas objetivas incluían: cifras de ventas proporcionadas a efectos de la evaluación de los impuestos; cifras de empleo proporcionadas a los organismos públicos generalmente a efectos de seguros; el número de establecimientos nuevos o ya existentes basado en las solicitudes de licencia para establecer un negocio presentadas en los organismos públicos que expiden estas licencias o los registros en dichos organismos, y datos sobre quiebras.

Las predicciones no verificables de futuros cambios y los cálculos aproximados de cambios recientes en la clientela o el gasto se consideraban «subjetivos». Las medidas subjetivas incluían informes anecdóticos y datos recopilados a través de encuestas o entrevistas realizadas a las personas usuarias o propietarios de restaurantes, bares y negocios similares, antes o después de la introducción de dicha normativa.

Otro indicador de la calidad de un estudio es si ha sido sometido a una revisión por parte de personas expertas. Se consideraba que las personas expertas habían revisado un estudio si éste era un artículo publicado en una revista académica.

Se anotaron las fuentes de financiación de cada estudio tras la finalización de todas las demás tareas de clasificación.

### **3.2.1.1. Resultados del análisis**

Menos de un cuarto (21) de los 97 estudios reunían los cuatro criterios de calidad de Siegel. Ninguno de estos 21 estudios informaba sobre un impacto negativo. De hecho, cuatro de los estudios hablan de un efecto positivo sobre las ventas sujetas a impuestos de los restaurantes, bares, hoteles y del turismo.

Sólo unos pocos estudios, basados únicamente en datos objetivos, llegan a la conclusión de un impacto negativo. Ninguno de éstos reúne más de uno de los

otros tres criterios de Siegel para la calidad metodológica. Sólo un estudio revisado por expertos llegaba a la conclusión de un impacto negativo. Este estudio se basaba en datos subjetivos y lo financiaba una empresa tabaquera.

Scollo y sus compañeros<sup>1</sup> llegaban a la siguiente conclusión:

*Los criterios de Siegel son una valiosa herramienta para evaluar la calidad de los estudios sobre el impacto económico de las políticas de espacios sin humo en el sector hostelero. Nuestras conclusiones sugieren que las personas responsables de formular las políticas pueden realizar una rápida evaluación preliminar de la calidad de un estudio haciéndose tres preguntas:*

- *¿Financiaba el estudio una fuente claramente independiente de la industria tabaquera?*
- *¿Medía el estudio objetivamente lo que realmente pasaba, o estaba basado en predicciones o valoraciones subjetivas?*
- *¿Estaba publicado en una revista revisada por personas expertas?*

*De los 35 estudios publicados sobre este tema que llegaban a la conclusión de un impacto negativo, ninguno lo había financiado una fuente claramente independiente de la industria tabaquera, en ninguno se había utilizado una medida objetiva y ninguno había sido revisado por personas expertas. De hecho, el 80% de estos estudios no pasaba ninguna de estas pruebas básicas de calidad. Como la totalidad de los 21 estudios bien diseñados concluyeron que las leyes de espacios sin humo aplicadas en restaurantes y bares no tenían un impacto negativo sobre las ventas y los puestos de trabajo, las personas responsables de elaborar estas políticas pueden actuar para proteger de las toxinas del humo ambiental del tabaco a la población trabajadora y a la población usuaria de estos establecimientos, con la confianza de poder rechazar las predicciones de efectos económicos adversos.*

### 3.2.2. El efecto de la prohibición de fumar en Columbia Británica

Un informe de 2004 del *Ministry of Management Services* (Ministerio de Gestión de los Servicios Públicos) de Columbia Británica estudiaba el descenso de las

ventas en los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas<sup>3</sup>. Según el informe, los establecimientos de restauración y en los que se sirven bebidas alcohólicas de Columbia Británica han disfrutado de un fuerte crecimiento en las ventas en los últimos años. Sin embargo, una parte de este sector, los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas, se han visto muy perjudicados durante los últimos cinco años.

Las ventas de este tipo de establecimientos en Columbia Británica han caído en picado, un 29%, durante el periodo comprendido entre 1998 y 2003. Esto contrasta sorprendentemente con los establecimientos que principalmente sirven comida. En los restaurantes con servicio completo, las ventas han aumentado un 23%. En los restaurantes con servicio limitado de «comida rápida», las ventas se han incrementado un 19%. Incluso las empresas contratistas de servicios de comida y las de catering han visto crecer sus ventas (un 9%). Por lo tanto, los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas son el único punto débil en el sector.

Según el informe, hay varios factores posibles que pueden explicar el descenso en los establecimientos de bebidas en Columbia Británica, entre otros, las tendencias generales de los precios y el consumo de alcohol, la prohibición de fumar en los bares, y la cada vez mayor competencia de los restaurantes autorizados para vender alcohol.

El gasto general en bebidas alcohólicas ha experimentado un crecimiento relativamente lento en los últimos años. Además, el precio del alcohol servido (que ha aumentado un 9,7%) ha ido subiendo mucho más deprisa que el precio del alcohol adquirido en tiendas (un 1,3% más alto) durante los últimos 5 años. Sin embargo, ninguno de estos hechos proporciona una explicación adecuada de por qué los establecimientos de bebidas han sufrido un descenso tan pronunciado en sus ventas.

La introducción de la prohibición de fumar, de la que se podría esperar fuera una carga especial para los establecimientos de bebidas, era un posible factor. Sin embargo, el informe concluía que «el bajón en las ventas se produjo sobre todo antes de que se promulgara la prohibición de fumar».

La competencia de los restaurantes autorizados para vender alcohol ha sido probablemente el principal factor del descenso de las ventas y la cuota de mercado de los establecimientos de bebidas.

El impacto de la prohibición de fumar se explica en el informe<sup>3</sup> y en la figura I de la siguiente manera:

*La prohibición de fumar en el sector de la restauración y en los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas es otro posible factor para el descenso de las ventas de los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas. A menudo, beber y fumar son cosas que se hacen a la vez, lo que podría convertir la prohibición de fumar en los bares y clubes nocturnos en algo particularmente oneroso.*

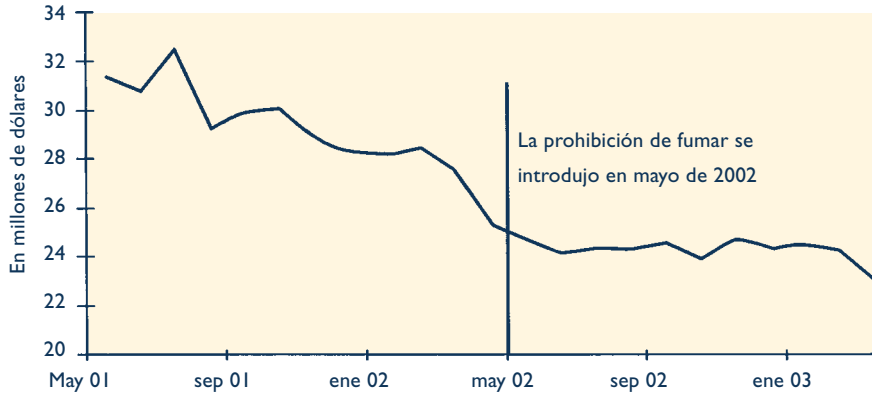
*Cuando el Workers Compensation Board (WCB, organismo encargado de los casos de siniestralidad laboral que actúa en nombre del Ministerio de Trabajo) impuso por primera vez la prohibición en enero de 2000, provocó una fuerte reacción en el sector. Dos meses y medio después, el Tribunal Supremo de Columbia Británica dictaminó que el WCB no había consultado adecuadamente con las partes interesadas, y revocó la prohibición. Un estudio encargado por el Workers Compensation Board (que se basaba en las ventas de alcohol provinciales, más que en las ventas de los establecimientos) concluía que la prohibición de dos meses y medio produjo un descenso a corto plazo en el sector de las bebidas alcohólicas.*

*La prohibición de fumar volvió a introducirse en mayo de 2002. Sin embargo, esta fecha no corresponde a una caída en las ventas de los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas.*

*El descenso en las ventas en este tipo de establecimientos se produjo antes de la promulgación de la prohibición de fumar, y las ventas se han mantenido relativamente estables desde entonces. Parece que la prohibición de fumar no tuvo un impacto negativo sobre las ventas en estos establecimientos de Columbia Británica.*

**Figura I: La prohibición de fumar no provocó un descenso en las ventas**

Ventas mensuales de los establecimientos en los que se sirven bebidas alcohólicas en Columbia Británica

Fuente: Ministry of Management Services<sup>3</sup>

### 3.2.3. El efecto de la prohibición de fumar en Nueva York

La *Smoke-Free Air Act* prohibía fumar en todos los centros de trabajo de la ciudad de Nueva York, incluido el sector hostelero. Cuando la *Smoke-Free Air Act* entró en vigor el 30 de marzo de 2003, se plantearon preguntas sobre cómo la ley afectaría a los restaurantes y bares de la ciudad. ¿Perjudicaría la ley al negocio? ¿Tendrían algunos establecimientos que despedir a personas empleadas o cerrar?

Según el informe publicado por la ciudad de Nueva York, los datos están claros un año después. Desde la entrada en vigor de la ley, las ventas de los restaurantes y bares han aumentado, al igual que el empleo, prácticamente todos los establecimientos están cumpliendo la ley, y el número de nuevas licencias de venta de alcohol ha aumentado, todos signos de que los bares y restaurantes de Nueva York están prosperando<sup>4</sup>:

- Las ventas en los restaurantes y bares han crecido un 8,7%.
- El empleo en los restaurantes y bares ha aumentado en 10.600 puestos de trabajo (aproximadamente 2.800 de ellos de carácter estacional) desde la promulgación de la ley.
- El 97% de los restaurantes y bares son espacios sin humo
- La población neoyorquina apoya la ley de manera abrumadora.

### **3.2.3.1. Ventas sujetas a impuestos de los bares y restaurantes en Nueva York**

Los datos del Departamento de Finanzas de Nueva York muestran que el dinero gastado en los bares y restaurantes de Nueva York ha aumentado desde el año pasado. Desde el 1 de abril de 2003, hasta el 31 de enero de 2004, los datos disponibles más recientes, las ventas sujetas a impuestos de los bares y restaurantes aumentaron un 8,7% con respecto al mismo periodo en 2002-2003. Desde abril de 2003 hasta enero de 2004, la ciudad recaudó 17.375.688 dólares en concepto de impuestos sobre las ventas de bares y restaurantes; en el mismo periodo el año anterior, la ciudad había recaudado 15.984.811 dólares.

### **3.2.3.2. Empleo en los bares y restaurantes de Nueva York**

La mejora de la situación financiera de Nueva York se ha traducido en ganancias para el empleo en el sector de los bares y restaurantes. Ahora, como resultado de la *Smoke-Free Air Act*, la población trabajadora también pueden disfrutar de un lugar de trabajo más seguro y sin humo del tabaco.

Los datos de empleo del Departamento de Empleo del Estado de Nueva York, y los datos sobre trabajo estacional de la Corporación de Desarrollo Económico de Nueva York, muestran que el sector de los restaurantes y bares de la ciudad está creciendo de nuevo después de un bache a finales de 2001 y durante 2002 (antes de la implementación de la *Smoke-Free Air Act*). Hay más personas empleadas en los bares y restaurantes de la ciudad con un número medio de personas empleadas en este sector durante 2003 de 164.000, el número más alto registrado en al menos diez años.

En los meses posteriores a la promulgación de la ley, desde marzo de 2003 hasta diciembre de 2003, el empleo en los restaurantes y bares de Nueva York aumentó en aproximadamente 2.800 puestos de trabajo de carácter estacional, lo que hace un total absoluto de unos 10.600 puestos.

### **3.2.3.3. Apertura y cierre de bares y restaurantes en Nueva York**

Según el Departamento de Empleo del Estado de Nueva York, el número de bares y restaurantes de la ciudad de Nueva York permaneció esencialmente sin cambios entre el tercer trimestre de 2002 y el tercer trimestre de 2003. Esto supone una mejora en comparación con el mismo periodo en 2002, durante el que se cerraron 280 bares y restaurantes más de los que se abrieron.

Además, el organismo encargado de las licencias de venta de bebidas alcohólicas del estado de Nueva York expidió 1.416 nuevas licencias a los bares y restaurantes de Nueva York en 2003, en comparación con las 1.361 expedidas en 2002, antes de la aprobación de la *Smoke-Free Air Act*. A finales de 2003, en toda la ciudad, había 9.747 licencias de venta de bebidas alcohólicas activas, un incremento neto de 234 desde 2002. Los propietarios de bares y restaurantes, así como los inversores, siguen confiando en la fuerza del sector y en su capacidad para prosperar en este vibrante y variado sector de la economía de la ciudad.

### 3.2.4. El efecto de la prohibición de fumar en Irlanda

La ley irlandesa que prohíbe fumar en el lugar de trabajo (incluidos bares y restaurantes) entró en vigor el 29 de marzo de 2004. La *Licensed Vintners Asociación – LVA* (Asociación de Bodegueros Autorizados), que representa al 95% de los dueños de bares de Dublín, encargó una investigación para evaluar el impacto económico de la prohibición. En un comunicado de prensa del 9 de julio de 2004, la asociación dice: «La investigación llevada a cabo por la empresa de investigación de marketing *Behaviour and Attitudes*, confirma el impacto económico negativo de la Prohibición de Fumar sobre los negocios autorizados para vender bebidas alcohólicas de Dublín, con un descenso en el volumen de ventas de hasta el 16%, y un recorte en el nivel general de empleo de hasta el 14% desde la introducción de la Prohibición de Fumar»<sup>5</sup>. Estas cifras las han citado y tergiversado las empresas tabaqueras y el sector hostelero en otros países. La industria tabacalera británica hacía referencia a la *Vintner Association* en su reunión informativa de septiembre de 2004 diciendo: «los pubs de Dublín han sufrido un descenso de entre el 15% y el 25% desde la aplicación de la prohibición»<sup>6</sup>. El sector hostelero francés citaba una cifra del 20% de pérdidas<sup>7</sup> y el sector hostelero flamenco una pérdida del 25%<sup>8</sup>.

Aunque aún es demasiado pronto para evaluar el impacto económico total de la prohibición, las cifras publicadas por la *Central Statistics Office - CSO* (Oficina Central de Estadística) de Irlanda desmentían las afirmaciones de la Asociación de Bodegueros Autorizados. Los datos sobre las ventas de los bares en Irlanda están disponibles mensualmente. El índice de ventas al por menor es el indicador oficial a corto plazo de los cambios en el nivel de gasto de los consumidores en artículos al por menor y lo publica cada mes la *Central Statistics Office*. Las cifras oficiales muestran que el valor medio de las ventas de los bares en Irlanda era de 106,6 en el periodo posterior a la prohibición (desde abril de 2004 hasta marzo de 2005) en comparación con la cifra de 110,2 en el periodo equivalente un año antes (desde abril de 2003 hasta marzo de 2004)<sup>9</sup>. Un descenso en las ventas del 3,3% y no del 15% ni del 20% ni del 25%. El descenso del 3,3% en el valor de las



ventas está en línea con el descenso en el volumen de ventas en los bares de Irlanda que había comenzado ya en 2002. Los índices de volumen de ventas al por menor excluyen los efectos de los cambios en los precios al por menor. Éstos se calculan deflactando los índices de valor ajustados a un día comercial utilizando índices de precios al por menor elaborados especialmente derivados del Índice de Precios al Consumo (IPC). El volumen de ventas en los bares de Irlanda aumentó hasta 2001, pero descendió un 2,8% en 2002, un 4,2% en 2003 y un 4,4% en 2004<sup>10</sup>.

Como en Columbia Británica, el descenso en el volumen de ventas en los establecimientos en los que se venden bebidas alcohólicas en Irlanda tuvo lugar antes de la promulgación de la prohibición de fumar. Un factor importante que puede explicar este descenso es el elevado precio de la cerveza en Irlanda:

- El precio de las bebidas subió en junio de 2004 después de la introducción de la prohibición de fumar.<sup>11</sup>
- El precio de la cerveza en Irlanda era el cuarto más alto en la región europea en 2002.<sup>12</sup>
- El precio de una pinta de cerveza ha crecido más rápidamente en Irlanda en el periodo entre 2000 y 2003 que el índice general de precios<sup>13</sup>.
- El precio de la cerveza era especialmente alto en Dublín. Según una encuesta de la *Central Statistics Office* realizada en 2004, los precios del alcohol consumido en locales autorizados eran sistemáticamente más altos en Dublín. La mayor diferencia se encontraba en la pinta de cerveza rubia, cuyos precios medios en Dublín eran un 13,2% más altos que en cualquier otro lugar de Irlanda<sup>14</sup>.

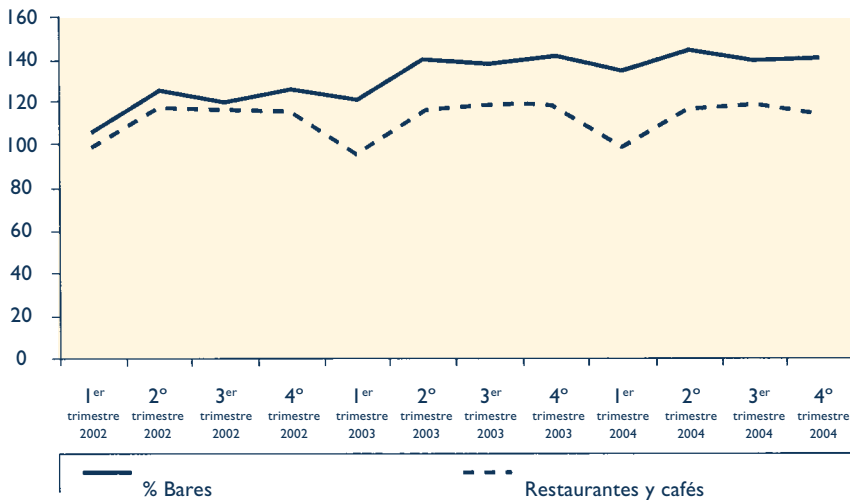
La CSO también publica estadísticas sobre el empleo en el sector de la hostelería en su *Quarterly National Household Survey* (Encuesta Trimestral Nacional Doméstica). Las tasas de empleo en este sector son tradicionalmente susceptibles a las fluctuaciones. Los datos muestran un descenso del 2,4% entre finales de 2003 y 2004. Sin embargo, el número de personal empleado en este sector a finales de 2004 era un 0,6% superior al de 2002. Los datos más recientes de la CSO sobre turismo y viajes (publicados en febrero de 2005) indican que hubo un aumento del 3,2% en el número de personas que visitaron Irlanda en 2004 en comparación con 2003<sup>15</sup>.

### 3.2.5. El efecto de la prohibición de fumar en Noruega

En Noruega, la legislación en materia de bares y restaurantes sin humo entró en vigor el 1 de junio de 2004. El *Nacional Institute for Alcohol and Drug Research* -

SIRUS, (Instituto Nacional para la Investigación sobre Alcohol y Drogas) de Oslo, publicó un informe de evaluación de la ley en junio de 2005. El SIRUS analizó los datos proporcionados por *Statistics Norway*, que publica un índice de facturación trimestral del transporte y el turismo. Este índice incluye cifras sobre la facturación de hoteles y restaurantes. El año base para el índice de facturación es el 2000. Desde 2001 hasta 2004 se produjo un ligero aumento en los restaurantes y cafés (104,2-112,2). En el caso de los bares, el índice aumentó de 105 (2001) a 140 (2004). El índice de facturación trimestral para los restaurantes y cafés disminuyó 3,5 puntos desde los últimos trimestres de 2003 (antes de la prohibición) hasta el último trimestre de 2004 (después de la prohibición). No hubo cambios en los puntos índice de los bares en este periodo. La Figura 2 muestra el índice de facturación trimestral de los bares y restaurantes. Desde 2002, especialmente en los bares, se ha producido un aumento en las cifras. Los restaurantes y cafés parecen ser más susceptibles a las variaciones estacionales que los bares<sup>16</sup>.

**Figura 2: Índice de facturación de los bares y restaurantes. Índice de valores. 2000=100**



Fuente: SIRUS (Nacional Institute for Alcohol and Drug Research, Norway)<sup>16</sup>

### 3.2.6. El efecto de la prohibición de fumar en Nueva Zelanda

En Nueva Zelanda, la legislación en materia de bares, restaurantes, clubes y casinos sin humo entró en vigor el 10 de diciembre de 2004. Como es habitual, preocupaba

el hecho de que los beneficios de este tipo de locales cayeran, lo que resultaría en la pérdida de puestos de trabajo y el cierre de negocios. También era motivo de preocupación el que menos turistas visitasen Nueva Zelanda si los locales se convertían en espacios sin humo.

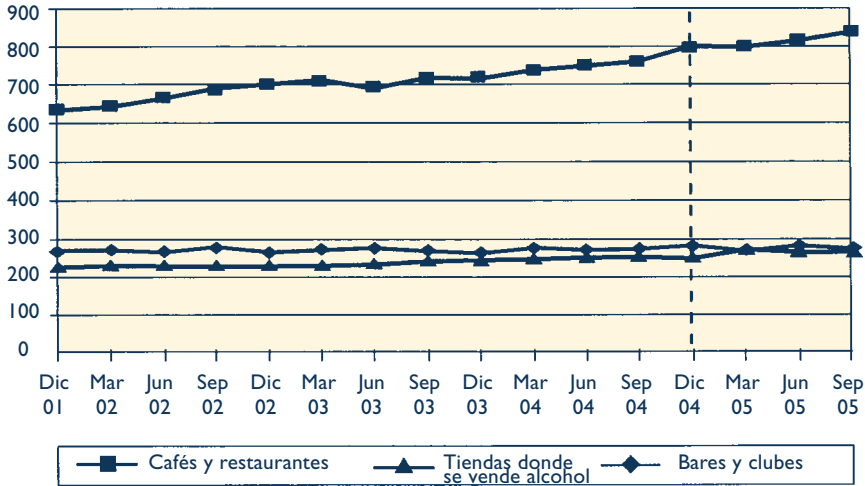
Un informe publicado en diciembre de 2005 por la *Asthma and Respiratory Foundation* de Nueva Zelanda, examinaba varios indicadores antes y después de la implantación de la normativa en diciembre de 2004 y sugería que estos miedos eran infundados<sup>17</sup> (figura 3). Las ventas al por menor, las cifras de empleo y el número de visitantes extranjeros han permanecido estables.

*Las cifras del comercio al por menor correspondientes a los bares, clubes, cafés y restaurantes para los trimestres de marzo, junio y septiembre de 2005 muestran que las ventas permanecen fuertes. Este periodo incluía la gira de rugby de los British and Irish Lions por Nueva Zelanda.*

*Las ventas ajustadas estacionalmente de los cafés y restaurantes continuaron su tendencia al alza, con un aumento de más del ocho por ciento en los trimestres de marzo y junio y del diez por ciento en el trimestre de septiembre en comparación con los mismos periodos del año anterior.*

*Se produjo un bajón inicial en las ventas de los bares y clubes en marzo de 2005 con el correspondiente aumento en las ventas de las tiendas que venden bebidas alcohólicas, lo que sugiere que la población podría haber estado comprando alcohol para beber en casa, en vez de ir a un bar. Sin embargo, las ventas de los bares y clubes se recuperaron rápidamente, con un aumento del tres por ciento en las ventas en el trimestre de junio y de casi un uno por ciento en el trimestre de septiembre en relación con el mismo periodo del año anterior.*

**Figura 3: Cifras del comercio al por menor en los sectores seleccionados**



Fuente: Asthma and Respiratory Foundation of New Zealand<sup>17</sup>

### 3.2.7. Tendencias de consumo de alcohol en Europa

Hay diferencias entre los Estados miembros en cuanto a la prevalencia de la cultura del beber. Pueden identificarse al menos tres grupos de Estados miembros: la cultura del vino del sur, la cultura de la cerveza del centro y la cultura de las bebidas de más alta graduación del norte<sup>18</sup>. Aunque ésta es una caracterización de las regiones, las regiones han cambiado durante los últimos 30 años. Por ejemplo, en Europa del Norte ahora se bebe más cerveza que otras bebidas de más graduación<sup>19</sup>. Las tendencias en el consumo de alcohol varían en Europa: el consumo de alcohol per capita disminuyó desde la década de 1980 durante el periodo comprendido entre 1980 y 2000 en los países en los que se bebe vino, como Francia (-35%), Italia (-34%) y España (-37%), pero siguió siendo alto en países como Luxemburgo, Irlanda, Dinamarca, República Checa y Hungría. El consumo per capita aumentó en Irlanda un 48% entre 1980 y 2002.

Las cifras de ventas de alcohol per capita no hacen distinciones de sexo o edad ni tienen en cuenta factores como el turismo, las ventas a personas de otros países, la importación y exportación, o la producción no comercial, y por lo tanto, deben interpretarse con cautela<sup>19</sup>.

En la tabla 1 se presentan los datos sobre salud de 2004 de la *Organisation for Economic Cooperation and Development* - OEDC (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE)<sup>20</sup>. Luxemburgo ocupa el primer lugar en consumo de alcohol según los datos de la OCDE, seguido de Irlanda, Hungría, República Checa y España. Como se explicaba anteriormente, el primer lugar de Luxemburgo pueden explicarlo factores como las ventas a personas de otros países debido a los bajos impuestos sobre el alcohol en Luxemburgo.

Además del descenso en el consumo de alcohol, un segundo factor puede influir en las ventas de alcohol en el sector de la hostelería: la tendencia a beber más en casa (tabla 2).

En la mayoría de los países europeos hay una tendencia a consumir más alcohol en casa. Sólo Irlanda tenía niveles muy bajos de consumo de cerveza en casa: el porcentaje estimado de consumo total de cerveza en los hogares es un 12% en Irlanda en 2000, pero el porcentaje aumentó en los últimos años hasta el 23% de 2003. Irlanda es también el país con la cuota de mercado más alta de cerveza de barril en relación con las ventas totales de cerveza: un 78%. En otras palabras, cuando beben cerveza, lo hacen sobre todo en el sector hostelero, como por ejemplo en los pubs. Irlanda también está cambiando, pero desde hace poco. Según las estadísticas de la organización *Brewers of Europe* (Cerveceros de Europa), el consumo de cerveza per capita en Irlanda permaneció a un nivel alto de 125 litros en el periodo comprendido entre 2000 y 2002, pero descendió hasta los 118 litros en 2003<sup>21</sup>.

**Tabla 1: Consumo de alcohol – Litros per capita (población mayor de 15 años)**

	1960	1980	1990	1995	2000	2002	% de cambio entre 1980-2000
Austria	9,4	13,8	12,6	11,9	11,3		-18%
Bélgica	8,9	14	12,1	11,1	10,2		-27%
República Checa		11,8	11,3	11,6	11,8	11,9	-
Dinamarca	5,5	11,7	11,7	12,1	11,5	11,2	-2%
Finlandia	2,7	7,9	9,5	8,3	8,6	9,2	+9%
Francia		16,1	12,7	11,5	10,5		-35%
Alemania	7,5		13,8	11,1	10,5	10,4	-24%
Grecia		13,2	10,7	10,6	9,4		-29%
Hungría	8,2	14,9	13,9	12,2	12,3		-17%
Irlanda	4,9	9,6	11,2	11,5	14,2	14,3	+48%
Italia	16,6	13,2	10,9	10,4	8,7		-34%
Luxemburgo	13,1		14,7	14,8	14,9		-
Holanda	3,7	11,3	9,9	9,8	10		-12%
Polonia			8,3	8,2	8,5		+2%
Portugal		14,9	16,1	14,6	13		-13%
República Eslovaca	6,9	14,5	13,4	14,6	13		-10%
España		18,5	13,5	11,4	11,7		-37%
Suecia	4,8	6,7	6,4	6,2	6,2		-7%
Reino Unido		9,4	9,8	9,4	10,4	11,1	+11%

Fuente: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)<sup>20</sup>

**Tabla 2: La tendencia a beber más en casa. Cuota total estimada de ventas de cerveza consumida en los hogares**

	1980	1995	2000	2001	2002	2003
Austria	45	63	66	65	65	65
Bélgica	-	36	41	42	43	44
Dinamarca	77	75	75	75	75	-
Finlandia	65	69	72	73	73	75
Francia	-	-	-	-	70	72
Alemania	60	65	65	65	68	70
Grecia	-	35	35	35	35	35
Irlanda	6	11	12	12	20	23
Italia	49	58	59	58	59	59
Luxemburgo	-	-	63	63	-	-
Holanda	60	63	63	63	-	-
Portugal	24	35	37	31	33	34
España	20	32	32	32	32	-
Suecia	85	79	79	79	79	79
Reino Unido	12	27	33	35	37	39

Fuente: *Brewers of Europe* (Cerveceros de Europa)<sup>21</sup>

### 3.3. Restaurantes, bares y catering en Europa

Las actividades económicas en la comunidad europea se clasifican según el sistema de clasificación NACE. Las actividades de ventas de comida y bebida para los consumidores están clasificadas en los grupos de la NACE 55.3 (restaurantes), 55.4 (bares) y 55.5 (cantinas y catering).

En 2001 había 1,2 millones de restaurantes, bares y empresas de catering que generaban un valor añadido total de 92.400 millones de euros, que representaba el 3,8% del total de los servicios no financieros. Irlanda y España presentaban

una especialización relativamente alta en restaurantes, bares y catering, demostrada por una contribución claramente más alta de este sector a los servicios no financieros añadidos: 6,1% y 5,7% respectivamente. Entre los nuevos Estados Miembros, en contraste, sólo en Eslovenia los datos indicaban que este sector tenía una cuota más alta de los servicios no financieros que la media de la Unión Europea (UE), mientras que los otros países de Europa central y del resto de Europa estaban en lo más bajo de la clasificación. Más de dos tercios del valor añadido de la UE en este sector se originaban desde únicamente cuatro países: Reino Unido, Alemania, Italia y España<sup>22</sup>.

El sector de los restaurantes, bares y catering es un sector con mano de obra intensiva y da empleo a 5,6 millones de personas en 2001 en los 25 países de la UE. Sólo el Reino Unido representaba más de un cuarto, con 1,4 millones de personas empleadas. Irlanda, Portugal y España presentaban una gran concentración de empleo en este sector, reflejando su especialización en términos de valor añadido<sup>22</sup>. En relación con el número total de personas empleadas en cada país, el empleo en restaurantes y bares es el más alto en Chipre (5,5%), Luxemburgo (5,4%), Reino Unido (5,2%), España (5,1%), Irlanda (4,8%), Francia (4,8%) y Portugal (3,9%) (tabla 3). El número de personas empleadas es por lo general mucho más alto en los restaurantes que en los bares. En 2000, en Bélgica había 54.002 personas empleadas en restaurantes en comparación con las 16.183 empleadas en bares<sup>23</sup>. En ese mismo año en Francia, había 392.489 personas empleadas en restaurantes en comparación con las 99.797 empleadas en bares.<sup>24</sup>

La oficina estadística de la UE (Eurostat) no tiene datos acerca de los restaurantes y bares por separado en todos los países de la UE, aunque sí existen en algunos países. El número de establecimientos de bebida está descendiendo en Holanda, Bélgica y Francia, mientras que el número de restaurantes está aumentando. El descenso de bares ha estado asociado al cambio en los hábitos de consumo de alcohol (menos ingesta de alcohol y más costumbre de beber en casa), al precio de las bebidas, al cierre de bares y cafés en los pueblos pequeños y al cambio de los establecimientos donde se venden bebidas alcohólicas por aquellos en los que también sirven comida. En Bélgica, el número de establecimientos donde se venden bebidas alcohólicas descendió de 26.457 en 1995 a 18.922 en 2003 (-28,5%), mientras que el número de restaurantes aumentó durante el mismo periodo de 22.802 a 24.922 (+11,1%)<sup>23</sup>. En Francia, el número de establecimientos de bebidas alcohólicas descendió de 77.544 en 1985 a 50.700 en 2000 (-34,6%), mientras que el número de restaurantes aumentó durante el mismo periodo de 66.289 a 88.870 (+34,1%)<sup>24</sup>. En Holanda, el número de establecimientos donde se venden bebidas alcohólicas ha disminuido ligeramente de 11.412 en 1994 a 10.848 en 2004 (-4,9%), pero se espera que el número siga disminuyendo hasta los 10.400 en 2010<sup>25</sup>.



La tendencia al descenso en el número de establecimientos de bebidas alcohólicas no se ha observado en todos los Estados miembros. El número de bares aumentó ligeramente en el Reino Unido de 46.395 en 1995 a 47.537 en 2003 (+2,5%)<sup>26</sup>. En Italia, el número de bares aumentó de 95.434 en 1995 a 117.882 en 2002 (+23,5%) y el número de personas empleadas aumentó durante el mismo periodo de 199.341 a 279.086 (+40%)<sup>27</sup>.

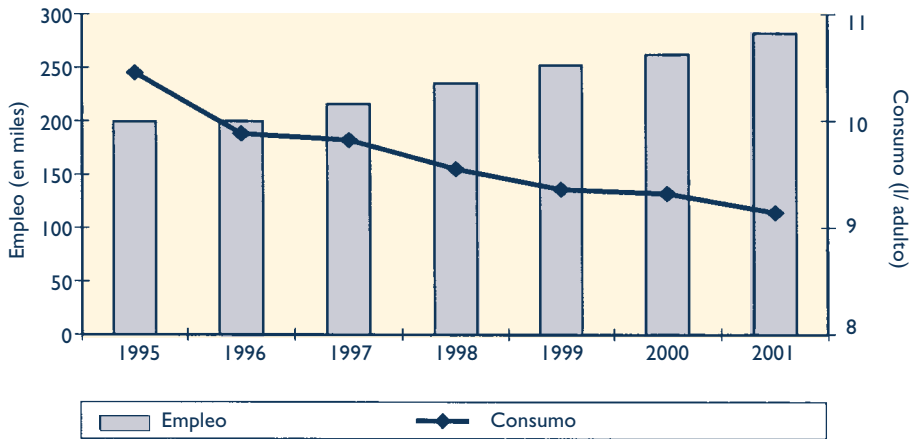
**Tabla 3: El empleo en restaurantes, bares, cantinas y catering (grupos 55.3, 55.4 y 55.5 de la NACE) en 2001**

<b>País</b>	<b>Empleo en restaurantes y bares (miles)</b>	<b>Empleo total (miles)</b>	<b>Empleo en restaurantes y bares en relación con el empleo total</b>
BE	135	4039	3,3%
CZ	131	4701 (2003)	2,8%
DK	72	2717	2,6%
DE	744	36528	2,0%
EE	9	594 (2003)	1,5%
EL	-	3918	-
ES	809	15877	5,1%
FR	575	23678	4,8%
IE	83	1718	4,8%
IT	665	21373	3,1%
CY	18	327 (2003)	5,5%
LV	14	1007 (2003)	1,4%
LT	20	1433 (2003)	1,4%
LU	10	185	5,4%
HU	39	3922 (2003)	1%
MT	5	148 (2003)	3,4%
NL	266	8065	3,3%
AT	103	3997	2,6%
PL	-	13617 (2003)	-
PT	193	4984	3,9%
SI	-	897 (2003)	-
SK	12	2162 (2003)	0,6%
FI	40	2403	1,7%
SE	79	4125	1,9%
UK	1442	27990	5,2%

Fuente: Comisión Europea<sup>22</sup>, última columna: cálculos propios

En Italia el aumento del número de bares y el empleo en los mismos es sorprendente ya que el consumo de alcohol per capita ha disminuido a un ritmo constante durante los últimos veinte años (figura 4). Una posible explicación para la situación en Italia podría ser la clasificación de los bares y restaurantes: para la población italiana, un bar no hace referencia automáticamente a un lugar donde se pueden tomar bebidas alcohólicas. También hace referencia a lugares a los que se puede ir a tomar un café y un bollo para desayunar o un almuerzo rápido y que sirven café, paninis, tostadas, etc. No sabemos si los «bares de desayuno» se clasificaron como bares o restaurantes.

**Figura 4: Empleo en bares y consumo de alcohol (litros per capita) en Italia**



Fuente: P.Anderson et al., *Institut of Alcohol Studies*, Reino Unido<sup>28</sup>.

### 3.4. Conclusiones

Las empresas tabaqueras siempre han afirmado que la prohibición de fumar en bares y restaurantes podría tener un impacto negativo sobre el negocio y generar un número menor de ventas y menos empleo. A menudo utilizan hechos anecdóticos o proyecciones especulativas. Por ejemplo, en la reunión informativa sobre la prohibición de fumar en Irlanda y Nueva York, la *Tobacco Manufacturers Association* (Asociación de Fabricantes de Tabaco) del Reino Unido citó declaraciones sobre pérdidas importantes en las ventas de los pubs de Irlanda que difícilmente pueden verificarse, y supuestas «pruebas» sobre la situación en Nueva York como: «La prohibición de fumar en Nueva York lleva más de un año en vigor. Una cantidad significativa de pruebas sugieren que la prohibición ha

afectado negativamente a los bares, clubes y tabernas en todo el estado de Nueva York. Muchos informes de prensa han descrito una caída espectacular en el número de clientes de los bares en todo el estado, así como un brusco descenso en las ventas de los bares y una pérdida importante de puestos de trabajo»<sup>6</sup>.

M. Scollo y colaboradores<sup>1</sup> elaboraron un análisis de los estudios sobre los efectos económicos de las políticas de espacios sin humo en el sector hostelero publicados antes del 31 de agosto de 2002. Se localizaron un total de 97 estudios. Los autores concluían: «De los 35 estudios publicados sobre este tema que llegaban a la conclusión de un impacto negativo, ninguno lo había financiado una fuente claramente independiente de la industria tabaquera, en ninguno se había utilizado una medida objetiva y ninguno había sido revisado por personas expertas. De hecho, el 80% de estos estudios no pasaba ninguna de estas pruebas básicas de calidad. Como la totalidad de los 21 estudios bien diseñados hallaron que las leyes de espacios sin humo aplicadas en restaurantes y bares no tenían un impacto negativo sobre las ventas y los puestos de trabajo, las personas responsables de elaborar estas políticas pueden actuar para proteger a la población trabajadora y los clientes de las toxinas del humo ambiental del tabaco con la confianza de poder rechazar las predicciones de efectos económicos adversos».<sup>1</sup>

La *Smoke-Free Air Act* prohibía fumar en todos los centros de trabajo de la ciudad de Nueva York, incluido el sector hostelero. Según el informe publicado por la ciudad de Nueva York, los datos están claros un año después. Desde la entrada en vigor de la ley, las ventas de los restaurantes y bares han aumentado un 8,7%, el empleo ha crecido con 10.600 nuevos puestos de trabajo, prácticamente todos los establecimientos están cumpliendo la ley, y el número de nuevas licencias de venta de alcohol ha aumentado, poniendo de manifiesto que los bares y restaurantes de Nueva York están prosperando.

La industria tabaquera ha utilizado el argumento de que «el beber y el fumar van juntos» para hacer campaña contra las prohibiciones de fumar en California<sup>29</sup>. Este argumento también indica un posible impacto negativo sobre el negocio: las personas fumadoras evitarán los bares sin humo, lo que perjudicará a las ventas. Es cierto que en un país con un alto consumo de alcohol, las consecuencias económicas de la prohibición de fumar serían considerables. Irlanda, por ejemplo, tenía uno de los consumos de alcohol per capita más altos del mundo en 2002. Irlanda es también el país con la cuota de mercado más alta de cerveza de barril en relación con las ventas totales de cerveza: un 78%. En otras palabras, cuando la población irlandesa bebe cerveza, lo hace sobre todo en el sector hostelero, como por ejemplo en los pubs. La ley irlandesa que prohíbe fumar en el lugar de trabajo (incluidos bares y restaurantes) entró en vigor el 29 de marzo de 2004. Aunque aún es demasiado pronto para evaluar el impacto económico total de la

prohibición, las cifras publicadas por la *Central Statistics Office* (Oficina Central de Estadística) de Irlanda desmentían las afirmaciones del sector hostelero, que estimaban las pérdidas en los pubs entre un 15% y un 25% desde la aplicación de la prohibición. Las cifras oficiales muestran que el valor de las ventas de los bares en Irlanda era de 106,6 en el periodo posterior a la prohibición (desde abril de 2004 hasta marzo de 2005) en comparación con la cifra de 110,2 en el periodo equivalente un año antes (desde abril de 2003 hasta marzo de 2004). El descenso del 3,3% en el valor de las ventas está en línea con el descenso en el volumen de ventas en los bares de Irlanda que había comenzado ya en 2002. El volumen de ventas en los bares de Irlanda aumentó hasta 2001, pero descendió un 2,8% en 2002, un 4,2% en 2003 y un 4,4% en 2004. Antes de la prohibición, los hábitos de consumo de alcohol en Irlanda ya habían cambiado. Como en Columbia Británica, el descenso en el volumen de ventas de los establecimientos de bebidas alcohólicas en Irlanda se produjo antes de la promulgación de la prohibición de fumar.

Los hábitos de consumo de alcohol están cambiando en Europa, ya que el consumo de alcohol per capita está disminuyendo y la gente bebe cada vez más en casa. Muchos factores pueden influir en las ventas del sector de la hostelería. Por ejemplo, el número de establecimientos de bebidas alcohólicas está disminuyendo en varios países europeos. El descenso de bares ha estado asociado al cambio en los hábitos de consumo de alcohol (menos ingesta de alcohol y más costumbre de beber en casa), al precio de las bebidas, al cierre de bares y cafés en los pueblos pequeños y al cambio de los establecimientos de bebidas alcohólicas por aquellos en los que también sirven comida.

Los estudios que miden el impacto económico de la prohibición de fumar en el sector hostelero deben cumplir unos requisitos mínimos, como los criterios de Siegel<sup>2</sup>, para que se pueda juzgar la calidad del estudio:

1. Uso de datos objetivos (por ejemplo, ventas sujetas a impuestos o estadísticas sobre empleo).
2. Inclusión de todos los datos de después de la implantación de la ley y de varios años antes de la misma.
3. Uso de la regresión u otros métodos estadísticos que controlan las tendencias seculares y la fluctuación aleatoria de los datos.
4. Control apropiado de las tendencias económicas globales.

## Referencias

- <sup>1</sup> Scollo M, Lal A, Hyland A, Glantz S. Review of the quality of studies on the economic effects of smoke free policies on the hospitality industry. *Tob Control* 2003; 12: 13–20.
- <sup>2</sup> Siegel M. Economic impact of 100% smoke-free restaurant ordinances. In: Smoking and restaurants: a guide for policy makers. Berkeley, UC Berkeley/ UCSF Preventative Medicine Residency Program; American Heart Association, California Affiliate; Alameda County Health Care Services Agency, Tobacco Control Program; 1992; 26–30.
- <sup>3</sup> Ministry of Management Services, Tourism Sector Monitor, July 2004, BC Stats, August 4 2004, issue: 04-07. <http://www.bcstats.gov.bc.ca/pubs/tour/tsm0407.pdf>.
- <sup>4</sup> New York City. The State of Smoke-Free New York City. A One-Year review. NY, March 2004.
- <sup>5</sup> Licensed Vintners Association. Independent research shows impact of smoking ban among Dublin Publicans. Press Release 9 July 2004. <http://www.lva.ie/easyedit/files/09July04.doc>. Accessed: February 2005.
- <sup>6</sup> Tobacco Manufacturers Association, Briefing, September 2004, Focus point. [www.the-tma.org.uk](http://www.the-tma.org.uk). Accessed: January 2005.
- <sup>7</sup> Soumois F. Chasser la cigarette des restos? [Drive the cigarette out the restaurants?] *Le Soir*, 22 septembre 2004.
- <sup>8</sup> De Smedt E. Knack pro & contra, Moet roken verboden worden in de horeca? [Pro and contra, should smoking be banned in the Horeca (hotels, restaurants and bars)?] *knack*, 29 september 2004; *CM Le cas irlandais, La Libre Belgique*, 26 janvier 2005.
- <sup>9</sup> Central Statistics of Ireland: Retail sales index (Monthly) RSCM0130 Bars Value. Base 2000=100. [www.eirestat.cso.ie/diska/RSCM0130.html](http://www.eirestat.cso.ie/diska/RSCM0130.html). Accessed: May 2005.
- <sup>10</sup> Office of Tobacco Control. Smoke free workplaces in Ireland. A one-year review. Co. Kildare, March 2005.
- <sup>11</sup> MAGAZINE. Drinks Industry Ireland. July/August 2004. Volume 4 Issue 9, page 7.
- <sup>12</sup> World Health Organization. Global status report: alcohol policy. Geneva, 2004. [www.who.int/substance\\_abuse/publications/alcohol/en/](http://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol/en/). Accessed: February 2005.

- <sup>13</sup> Irish Brewers Association. Brewing Industry - Fast Facts. Dublin, 2004. [www.finfacts.com/biz10/Irishdrinkfacts2004.pdf](http://www.finfacts.com/biz10/Irishdrinkfacts2004.pdf). Accessed: January 2005.
- <sup>14</sup> Central Statistics Office. Consumer Prices: Average Price Analysis - Dublin and Outside Dublin, Dublin, November 2004. [www.cso.ie](http://www.cso.ie). Accessed: February 2005.
- <sup>15</sup> Central Statistics Office, Travel and Tourism available at: [www.cso.ie/releasespublications/pr\\_tourism.htm](http://www.cso.ie/releasespublications/pr_tourism.htm).
- <sup>16</sup> Lund M. Smoke-free bars and restaurants in Norway. SIRUS, National Institute for Alcohol and Drug Research, Oslo, Norway, June 2005. [www.sirus.no/cwobjekter/SmokefreebarsandrestaurantsinNorway.pdf](http://www.sirus.no/cwobjekter/SmokefreebarsandrestaurantsinNorway.pdf). Accessed: January 2006.
- <sup>17</sup> Asthma and Respiratory Foundation of New Zealand. Aotearoa New Zealand Smokefree Workplaces: A 12-month report. Wellington, Asthma and Respiratory Foundation of New Zealand, December 2005. [www.asthmanz.co.nz/files/PDF-files/Aotearoa\\_NZ\\_Smokefree\\_Workplaces\\_12\\_month\\_report.pdf](http://www.asthmanz.co.nz/files/PDF-files/Aotearoa_NZ_Smokefree_Workplaces_12_month_report.pdf). Accessed: January 2006.
- <sup>18</sup> European Commission. The Health status of the European Union. Narrowing the health gap. Health and consumer protection. Luxembourg, 2003.
- <sup>19</sup> Personal communication, B. Baumberg, Policy and Research Officer, Institute of alcohol studies, London, UK, 24 February 2005.
- <sup>20</sup> OECD Health Data 2004, 3rd edition. <http://www.oecd.org/dataoecd/13/29/31963581.xls>. Accessed: May 2005.
- <sup>21</sup> The Brewers of Europe, Beer facts 2003. [www.brewersofeurope.org/uk/publications\\_doc/beerfacts2003.pdf](http://www.brewersofeurope.org/uk/publications_doc/beerfacts2003.pdf). Accessed: February 2005.
- <sup>22</sup> European Commission. European business. 2004 Edition. Facts and figures. Data 1998-2002, Eurostat, Brussels, 2004.
- <sup>23</sup> Horeca Vlaanderen, Statistieken [Horeca Flanders, statistics]. [www.fedhorecavlaanderen.be](http://www.fedhorecavlaanderen.be). Accessed: January 2005.
- <sup>24</sup> Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, Chiffres Clé [Union of the professions and industries in the hospitality sector, key statistics]. [www.umih.fr/chiffres/cafebar.php](http://www.umih.fr/chiffres/cafebar.php). Accessed: December 2004.
- <sup>25</sup> Bedrijfschap horeca en catering, drinken in de Nederlandse Horeca 2004 [Society Horeca and catering, drinking in the Dutch Horeca 2004]. [www.bhenc.nl](http://www.bhenc.nl). Accessed: January 2005.

- <sup>26</sup> National Statistics Online – home of official UK statistics. [www.statistics.gov.uk/](http://www.statistics.gov.uk/). Accessed: January 2005.
- <sup>27</sup> European Commission. Eurostat. [www.europa.eu.int/eurostat](http://www.europa.eu.int/eurostat). Accessed: January 2005.
- <sup>28</sup> Anderson P, Baumberg B. Alcohol in Europe. London, Institute of Alcohol Studies, 2006.
- <sup>29</sup> Magzamen S, Charlesworth A, Glantz S. Print media coverage of California's smoke free bar law. *Tob Control* 1992; 10; 154–160.