

# ¿Quién se opone a la prevención? Un mapa de los actores pro tabaco en España

Lluís Granero<sup>a,b</sup> / Joan Ramón Villalbí<sup>a,c</sup> / Raquel Gallego<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo. <sup>b</sup>Universitat Pompeu Fabra. <sup>c</sup>Agència de Salut Pública de Barcelona. Barcelona. <sup>d</sup>Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona. España.

*Correspondencia:* Joan R. Villalbí. Agència de Salut Pública de Barcelona. Pl. Lesseps, 1. 08023 Barcelona. España.  
Correo electrónico: jrwillal@aspb.es

*Recibido:* 30 de enero de 2004.  
*Aceptado:* 21 de junio de 2004.

(Who is against prevention? A map of policy actors favoring smoking in Spain)

## Resumen

**Objetivos:** Para poder realizar un abordaje integral de las políticas referidas al tabaquismo hay que conocer el mapa de los actores relacionados con el tabaco y sus vínculos políticos. En este trabajo se pretende presentar una primera aproximación en España.

**Métodos:** Análisis de la prensa, publicaciones de la industria y entrevistas con personas clave. Se identifican los actores pro tabaco activos en España, que se han podido clasificar según su naturaleza, la esfera en que se mueven y su ámbito territorial preferente.

**Resultados:** Se identifican las empresas tabaqueras, entre las que destacan Altadis y Philip Morris por su dominio del mercado, las organizaciones del comercio minorista (estanceros), las organizaciones «pantalla» creadas por la industria (Club de Fumadores por la Tolerancia), las de cultivadores y las empresas de transformación. La distribución está dominada por Logista, filial de Altadis. Hay que tener en cuenta también las empresas de *vending* y de productos complementarios (mecheros, fósforos y papel). Se identifican los vínculos de estos actores con la Administración pública, donde destaca el papel que desempeña el Comisionado para el Mercado de Tabacos, así como los Ministerios de Agricultura, Hacienda y Economía. Se identifican también las relaciones con la patronal, algunos partidos políticos y sindicatos, así como con otros sectores empresariales con gran influencia social, como los medios de comunicación y la publicidad.

**Conclusiones:** El mapa de los actores pro tabaco en España es complejo y supera los límites de la estricta industria tabaquera. La comprensión de este entramado es fundamental para poder plantear políticas integrales de prevención.

**Palabras clave:** Tabaco. Prevención. Política. Administración.

## Abstract

**Objectives:** For a comprehensive approach to policies on smoking, the map of actors related to tobacco and their political ties needs to be identified. The present article constitutes the first attempt at this task in Spain.

**Methodology:** Analysis of the press, industry publications, and interviews with key people. Active actors favoring smoking in Spain were identified and classified according to their characteristics, the sphere in which they act, and their preferred territorial arena.

**Results:** We identified tobacco companies (Altadis and Philip Morris dominate the market), tobacco trade organizations (tobacconists), front-line organizations created by the tobacco industry (The Smokers for Tolerance Club), organizations of tobacco growers, and processing companies. Distribution to retailers is dominated by Logista, owned by Altadis. Other sectors to take into account are vending companies and those manufacturing related products (cigarette paper, matches or lighters). The contacts of these actors with the public administration are reviewed, notable among which are the role of the Commissioner for the Tobacco Market, the Ministry of Agriculture, the Ministry of Finance and the Ministry of the Economy. Ties were also found with employers' organizations, some political parties, and unions, as well as with other sectors with social influence such as the media and advertising sectors.

**Conclusions:** The map of actors favoring smoking in Spain is complex and goes beyond the confines of the tobacco industry. Understanding this web is crucial to promoting comprehensive prevention policies.

**Key words:** Smoking. Prevention. Policy. Administration.

## Introducción

La prevención del tabaquismo exige acciones intersectoriales que superan el marco del sector sanitario. En su desarrollo, las opciones de las autoridades y las políticas públicas desempeñan un papel fundamental<sup>1</sup>. Para poder fomentar las políticas relacionadas con la prevención y el control del tabaquismo, hay que conocer bien el mapa de los actores relacionados con el tabaco y sus vínculos políticos<sup>2</sup>. En este trabajo se pretende presentar una primera aproximación al mapa de los actores favorables al tabaco en España. Creemos que contribuye a ampliar la visión del movimiento de prevención más allá de las empresas tabaqueras y, por tanto, permite mejorar su planificación estratégica.

## Material y métodos

Se ha realizado un análisis de la prensa, las publicaciones de la industria y entrevistas con personas clave. Se han identificado los actores pro tabaco activos en España, que se han podido clasificar según su naturaleza, la esfera en que se mueven y su ámbito territorial preferente.

Se han analizado publicaciones de la industria tabaquera y las noticias de prensa en el período de febrero-julio de 2002. Además, se han realizado entrevistas con personas clave del movimiento de prevención, que permiten identificar a los actores y clasificarlos en diversos ámbitos. Los actores se clasifican entre empresas tabaqueras, vendedores, asociaciones «pantalla», cultivadores, empresas transformadoras, distribuidores, empresas de *vending* y empresas de productos complementarios. Se han caracterizado los actores desde la esfera económica, social e institucional. En cada esfera se valoran también las personas clave identificadas, así como las publicaciones y webs de apoyo. En diciembre de 2003 se comprueba y actualiza la situación de las personas y organizaciones al redactar este manuscrito.

## Resultados

En el ámbito de las empresas tabaqueras se identifican 8 firmas principales en cuanto a ventas, recogidas en la tabla 1. Las principales son la francoespañola Altadis (fruto de la fusión de la antigua Tabacalera con la francesa SEITA) y Philip Morris (empresa americana del grupo Altria). Se agrupan en la Asociación Empresarial del Tabaco, organización miembro de la

CEOE, y en el ámbito europeo en la Confederación Europea de Fabricantes de Cigarrillos (CECCM) y en la Asociación Europea de Cigarros Manufacturados (ECMA). Sus relaciones con la Administración española se producen mediante el Comisionado para el Mercado de Tabaco, aunque hay normas sanitarias desde diferentes ámbitos territoriales. Como personajes clave podemos encontrar a Javier Areitio, presidente de asuntos corporativos de Philip Morris España, que ha estado muy vinculado a la patronal española CEOE y ha sido eurodiputado del Partido Popular, Pablo Isla, copresidente de Altadis que a su vez es la compañía tabaquera más importante de España, y Juan Barreiro, presidente de la Asociación Empresarial del Tabaco (AET) y portavoz habitual de las empresas tabaqueras. También hay que mencionar al economista Francisco-Javier Braña, que durante una década ha trabajado para Philip Morris como director de asuntos corporativos, al tiempo que ejercía como profesor universitario, y suscitaba estudios económicos aparentemente académicos pero siempre favorables a los intereses de las tabaqueras, en los que consiguió implicar a diversos profesores, entre ellos algunos con cierto prestigio<sup>3</sup>. En este sector destacamos 2 publicaciones: *Aromas*, revista del Club de Accionistas de Tabacalera-Altadis, y *Hojas de Actualidad Tabaquera*. Asimismo, cabe resaltar las webs de Altadis (<http://www.altadis.com/>) y Philip Morris ([http://www.philipmorrisinternational.com/pages/spa\\_ES](http://www.philipmorrisinternational.com/pages/spa_ES)).

En lo que se refiere a los vendedores minoristas, actividad muy regulada en España y cuyo eje son los estancos (salvo en Canarias por su régimen fiscal), éstos se agrupan en asociaciones o gremios de estancieros. En el ámbito nacional se agrupan mayoritariamente en la Asociación Nacional de Expendedores de Tabaco y Timbre (ANETT), en la Unión de Asociaciones de Estancieros de España y en la Organización Nacional de Asociaciones de Estancieros (ONAE). En el ámbito europeo participan en la Confederación Europea de Detallistas de Tabaco (CEDT), junto con los representantes de Francia, Italia, San Marino, Grecia y Suiza. Se relacionan principalmente con la Administración central a través del Comisionado para el Mercado de Tabacos, que controla el cumplimiento de la regularización de venta y distribución de los productos, como también las concesiones de nuevas expendedorías. La persona más destacada en este ámbito es Manuel-Juan Fernández Vicario, que simultanea la presidencia de la Unión de Estancieros con la presidencia de la CEDT. La publicación más destacada es *Mundo Estanco*, que reciben todos los estancieros, y las webs de la Unión de Estancieros ([www.union-estancieros.com](http://www.union-estancieros.com)), la Asociación Nacional de Expendedores de Tabaco y Timbre ([www.anett.es](http://www.anett.es)) y la Organización Nacional de Asociaciones de Estancieros (<http://www.serviestanco.es/bin/ona.html>).

**Tabla 1. Principales actores pro tabaco en España (hasta diciembre de 2003)<sup>a</sup>**

Ámbito	Esfera económica	Esfera social	Esfera institucional
Tabaquerías	Altadis (francoespañola); British American Tobacco (angloamericana); R.J. Reynolds-Japan Tobacco International (japonesa); CITA, Tabacos de Canarias, S.L. (española); H.F. & Ph.F. Reemtsma Gmb H. (alemana); Imperial Tobacco (británica); Philip Morris (americana); Gallaher (británica)	Asociación Empresarial del Tabaco; Confederación Europea de Fabricantes de Cigarrillos de la CE (CECCM); Asociación Europea de Cigarros Manufacturados (ECMA)	Ministerio de Economía; Comisionado para el Mercado de Tabacos; Unión Europea
Vendedores minoristas	Asociaciones y Gremios Provinciales de Estanqueros de toda de España	Asociación Nacional de Expendedores de Tabaco y Timbre (ANETT); Unión de Asociaciones de Estanqueros de España; Organización Nacional de Asociaciones de Estanqueros (ONAE); Confederación Europea de Detallistas de Tabaco (CEDT)	Ministerio de Economía; Comisionado para el Mercado de Tabacos
Asociaciones por la «tolerancia»		Club de Fumadores por la Tolerancia; Smokepeace Europe; National Smokers Alliance (Estados Unidos)	Vínculos gubernamentales
Cultivadores	<i>Agrupaciones de productores:</i> SAT Agrupadas Tab, SAT Tabacos de Granada Asociación, SAT Tabacos El Bierzo, SAT Tabachavana/Ibertabaco (Acorex, Coolosar, Tabacoex), COUAGA-Vegas Granada/Acotab (Cotabaco, Tabaco de Cáceres)/Tabares (Grutaba, SAT Tabacos Talayuela)	Federación Nacional de Cultivadores de Tabaco (FNCT), formada por: Asociaciones Provinciales de Cultivadores de Tabaco de Cáceres, Toledo y Badajoz, Asociación Profesional de Cultivadores de Tabaco de Granada, Asociación de Cultivadores de Tabaco de Ávila, Sector del Tabaco de la UAG de Navarra; Cooperativa de Cultivadores de Tabaco de El Bierzo/Organizaciones Profesionales Agrarias: Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCA), Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Unión de Pequeños Agricultores-Unión de Campesinos Extremeños (UPA-UCE)/Organización Interprofesional del Tabaco (OITAB); Mesa para la Defensa del Sector Tabaquero de Cáceres; Mesa del Tabaco de Granada; Comité de Organizaciones Profesionales Agrícolas de la UE (COPA); Comité de Cooperación Agrícola de la UE (COGECA); Unión Internacional de Cultivadores de Tabaco (UNITAB)	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Unión Europea
Empresas transformadoras	Agroexpansión, S.A.; Cía. Española de Tabaco en Rama, S.A. (CETARSA) –transforma el 60% del tabaco producido en España–; TAES, S.A.; World Wide España, S.A.; Mercocanarias	Asociación Nacional de Empresas Transformadoras de Tabaco (ANETAB); Organización Interprofesional del Tabaco (OITAB); Mesa para la Defensa del Sector Tabaquero de Cáceres; Mesa del Tabaco de Granada; Federación Europea de Transformadores de Tabaco (FETRATAB).	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (Ministerio de Hacienda); Unión Europea
Distribuidoras	Logista; McLane España, S.A.		Ministerio de Economía; Comisionado para el Mercado de Tabacos
Empresas de vending	Automatic, S.A.; Azkoyen Comercial, S.A.; G.M. Vending, S.A.; Jofemar, S.A.; Saeco-Ibérica, S.A.	Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA)	Ministerio de Economía; Comisionado para el Mercado de Tabacos
Productos complementarios	BIC Iberia, S.A.; Flamagás, S.A.; Miquel y Costas & Miquel, S.A.; Swedish Match Fósforos España, S.A.; Unión Tabaquera de Servicios, S.A. (UTS)		Ministerio de Economía; Comisionado para el Mercado de Tabacos

<sup>a</sup>Esta tabla no incluye los actores relacionados indirectamente con éstos, como los sectores de publicidad, medios de comunicación, o de restauración y hostelería.

Dada su falta de credibilidad social, la industria tabaquera crea en diversos países organizaciones pantalla para expresar sus posiciones ante los medios de comunicación, con frecuencia bajo la forma de «asociaciones de fumadores por la tolerancia». En España, organizaron el Club de Fumadores por la Tolerancia a

principios de los años noventa, y a escala internacional podemos citar las organizaciones Smokepeace en Europa y la National Smokers Alliance en Estados Unidos. Poseen fuertes vínculos con el gobierno: han sido recibidos en la Moncloa (con reflejo en la prensa), y Mariano Rajoy, secretario general del Partido Popular y vi-

cepresidente del Gobierno en ese momento (diciembre de 2003), recibió su premio anual. Entre sus miembros destacan el humorista Antonio Mingote (presidente) y el escritor recientemente fallecido Fernando Vizcaino Casas (vicepresidente) en el plano representativo, mientras que en el plano funcional actúa su director, Álvaro Garrido. Esta organización recibe el apoyo incondicional y directo de Philip Morris, cuya intención de crear el club estaba incluida en un documento de estrategia interno desvelado a partir de los juicios en Estados Unidos, reproducido en la prensa<sup>4</sup>. Su órgano de difusión es la revista *El Fumador*, editada por el propio club, y tienen también un portal en Internet (<http://www.clubfumadores.org/>).

Los cultivadores se agrupan principalmente en la esfera económica en cooperativas del tipo sociedades agrarias de transformación (SAT) o asociaciones de productores (APAS) de ámbito local. Las principales se reflejan en la tabla 1. En la esfera social, están agrupadas, principalmente, en la Federación Nacional de Cultivadores de Tabaco (FNCT) –formada por asociaciones provinciales de cultivadores de tabaco y miembro de la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA)–, pero también en organizaciones profesionales agrarias, como la Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAEE), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y la Unión de Pequeños Agricultores-Unión de Campesinos Extremeños (UPA-UCE). Junto con las empresas transformadoras se encuentran asociadas en la Organización Interprofesional del Tabaco (OITAB). También cabe nombrar la constitución de 2 mesas interprofesionales en Cáceres y Granada, las 2 provincias donde el cultivo de tabaco tiene mayor peso. En Cáceres, provincia donde se cultiva el grueso del tabaco, se constituyó una mesa para defender el mantenimiento de las subvenciones de la Política Agraria Común (PAC) europea. En Granada se constituyó por el proyecto de privatización de la empresa transformadora CETARSA. En estas mesas se encuentran representados los municipios de la comarcas afectadas (por medio de sus alcaldes), entidades financieras (que trabajan con agricultores), sindicatos, asociaciones de productores, organizaciones profesionales agrarias, empresas transformadoras y otras administraciones públicas. En el marco europeo, los cultivadores participan en el Comité de Organizaciones Profesionales Agrícolas de la UE (COPA), el Comité General de Cooperación Agrícola de la UE (COGECA), y a escala internacional en la Unión Internacional de Cultivadores de Tabaco (UNITAB). El principal interlocutor gubernamental es el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, aunque tienen mucha importancia las instituciones europeas debido a la PAC y las Organizaciones Comunes de Mercado. Como personajes más destacados se pueden nombrar a Juan Hernández Roldán (director gerente de la Fe-

deración Nacional de Cultivadores de Tabaco), e Higinio Burcio (presidente del Consejo Sectorial del tabaco de la CCAE y portavoz de la Mesa para la Defensa del Sector Tabaquero de Cáceres). Como publicaciones destacan *Mundo Tabaquero*, *Tabaco y Noticias*, así como la página web de la Federación Nacional de Tabaco ([www.cultivadoresdetabaco.org](http://www.cultivadoresdetabaco.org)).

En el ámbito de las empresas transformadoras, las más importantes son Agroexpansión, S.A., la Compañía Española de Tabaco en Rama, S.A. (CETARSA), TAES, S.A., World Wide España, S.A., y Mercocanaria. Estas empresas (menos la última) son las integrantes de la Asociación Nacional de Empresas Transformadoras de Tabaco (ANETAB), y participan en la Organización Interprofesional del Tabaco (OITAB), junto con los cultivadores. También participan en las mesas sectoriales de Cáceres y Granada. En el ámbito europeo participan en la Federación Europea de Transformadores de Tabaco (FETRATAB), junto a los representantes de Italia, Francia, Alemania y Portugal. Su principal interlocutor gubernamental es el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, así como la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), que a finales de 2002 poseía el 79,2% de CETARSA (en proceso de privatización), por la que pasaba el 60% del tabaco producido en España. El nivel de territorialización de sus normativas es el mismo que el de los cultivadores, como también las publicaciones de apoyo. Como personajes públicos destaca Isidoro Hernández-Sito –presidente de CETARSA, de ANETAB, y vicepresidente de FETRATAB– y el ya citado Higinio Burcio. Como medio de difusión destaca la web de CETARSA ([www.cetarsa.es](http://www.cetarsa.es)).

En el ámbito de las distribuidoras destaca Logista, que distribuye más del 95% del tabaco en España, es filial de Altadis, pero tiene vínculos con el Grupo Planeta-Agostini, de gran peso editorial y mediático. Su interlocutor gubernamental es el Comisionado para el Mercado de Tabacos. Se rige por las mismas normas que los vendedores minoristas, por lo que la territorialización es nacional. Como personajes más destacados podemos citar al copresidente de Altadis, Pablo Isla, que es asimismo el presidente de Logista. También cabe mencionar la multinacional americana McLane, que distribuye un porcentaje pequeño pero emergente de tabaco, muy enfrentada con Logista. Como medios de difusión destaca el portal de Logista ([www.logista.es](http://www.logista.es)).

Respecto a las empresas de *vending*, las principales son Automatic, S.A., Azkoyen Comercial, S.A., GM Vending, S.A., Jofermar, S.A., y Saeco-Iberica, S.A. Salvo Saeco y GM Vending, las demás son españolas, y están ubicadas principalmente en Navarra. Las mismas empresas fabrican también máquinas expendedoras de otros productos, como bollería, dulces, refrescos o café. Todas son empresas con proyección internacional, y están representadas en la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos

**Tabla 2. Principal legislación reguladora de los actores pro tabaco en España (hasta diciembre de 2002)**

Año	Regulación	Resumen
1988	Real Decreto 192/1988, de 4 de marzo, sobre limitaciones en la venta y el uso del tabaco para la protección de la salud de la población	Se establece el derecho a la salud de los no fumadores; la obligatoriedad de insertar los contenidos de nicotina y alquitrán; la regulación de la venta en determinados lugares y mediante máquinas expendedoras; la prohibición de la venta a menores de 16 años; la regulación en medios de transporte; las limitaciones en lugares de trabajo y centros públicos, y la señalización de espacios para fumadores
1992	Reglamento 2075/92 del Consejo, de 30 de junio, por el que se establece la OCM en el sector del tabaco crudo	Este reglamento establece régimen de primas, de control de la producción, medidas de orientación de la producción, un régimen de intercambios con terceros países y medidas de control. Ha sido modificado posteriormente por los reglamentos (CE) 1636/1998 de 20 de julio, y el 546/2002 de 25 de marzo, en cual se fijan por variedades y por Estados miembros, primas y umbrales de garantía del tabaco
1992	Real Decreto 510/1992, de 14 de mayo, por el que se regula el etiquetado de los productos del tabaco y se establecen limitaciones en aeronaves comerciales	Regula los contenidos de alquitrán y nicotina, y su medición según las normas ISO/4387 e ISO/3400, además del etiquetado y las advertencias. También establece limitaciones en lo que se refiere a aeronaves comerciales
1994	Real Decreto 1185/1994, de 3 de junio, sobre el etiquetado de productos del tabaco distintos de los cigarrillos y por el que se prohíben determinados tabacos de uso oral y se actualiza el régimen sancionador en materia de tabaco	Regula el etiquetado y las advertencias de los productos de tabaco diferentes de los cigarrillos; prohíbe los tabacos de uso oral, con excepción de los productos para fumar o mascar; y hace una actualización del régimen sancionador
1998	Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria	Regula la liberalización del monopolio de fabricación, la importación, la comercialización y la distribución al por mayor de labores de tabaco manufacturado no comunitario; el régimen jurídico de la fabricación de labores de tabaco; el comercio al por menor mediante la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre; la creación, el funcionamiento y las funciones del Organismo Autónomo Comisionado para el Mercado de Tabacos, y la actividad promocional y publicitaria de los operadores del mercado
1998	Real Decreto 2668/1998, de 11 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Organismo Autónomo Comisionado para el Mercado de Tabacos	Desarrolla sus funciones principales de índole regulador, de vigilancia y de interlocución entre los operadores, y las demás asignadas por la anterior ley, así como su régimen jurídico, órganos de dirección y normas de funcionamiento
1999	Real Decreto 604/1999, de 16 de abril, por el que se establecen las normas de regulación del sector del tabaco crudo para las cosechas del trienio 1999-2001	Este RD tenía por objeto el establecimiento de una normativa básica aplicable al sector del tabaco en lo que respecta al régimen de cuotas, primas y ayuda específica que se concede a las agrupaciones de productores. Se definen, asimismo, las condiciones que deben reunir las agrupaciones y las empresas de primera transformación para ser autorizadas
1999	Real Decreto 1199/99 de 9 de julio, por el que se desarrolla la ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria y se regula el Estatuto Concesional de la Red de Expendeduría de Tabaco y Timbre	Se regulan las obligaciones que incumben, respectivamente, a fabricantes, importadores y mayoristas, en especial las condiciones generales para ser operador en el Mercado de Tabacos. Junto a esto, se hace mención al contenido de las actividades publicitarias y promocionales para garantizar el principio de neutralidad en la red minorista e igualdad de los expendedores. También contiene el régimen jurídico del comercio al por menor de labores de tabaco, junto al Estatuto Concesional de los expendedores (derechos, obligaciones, normas básicas para obtener la concesión administrativa, y clasificación de las expendedurías, etc.), así como los requisitos de los puntos de venta con recargo
1999	Real Decreto 1293/1999, de 23 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 192/1988, de 4 de marzo, sobre limitaciones en la venta y el uso del tabaco para protección de la salud de la población	Con esta norma se amplía el Real Decreto 192/1988, en lo que se refiere a fumar en los medios de transporte
2000	Real Decreto 6/2000, de 23 de junio, de medidas urgentes de intensificación de la competencia en mercados de bienes y servicios	Regula una serie de medidas liberalizadoras en la Hacienda española, y entre ellas las relativas a aumentar el grado de competencia del mercado de tabacos y, en particular, flexibilizar los requisitos exigidos a los distribuidores mayoristas (título IV, capítulo IV, artículo 42, donde se modifica la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria)
2002	Real Decreto 684/2002, de 12 de julio, sobre regulación del sector del tabaco crudo	Se establece la normativa básica aplicable en el sector del tabaco en lo que respecta al régimen de cuotas de producción, primas y ayuda específica que se concede a las agrupaciones de productores. Junto a esto, se definen las condiciones que deben reunir las agrupaciones y las empresas de primera transformación para ser autorizadas. Este decreto, al contrario que el Real Decreto 604/1999, se pretende que tenga un carácter indefinido
2002	Real Decreto 1079/2002, de 18 de octubre, por el que se regulan los contenidos máximos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono de los cigarrillos, el etiquetado de los productos del tabaco, así como las medidas relativas a los ingredientes y las denominaciones de los productos del tabaco (transposición de la Directiva 2001/37/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de junio de 2001)	Se regula los contenidos máximos de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono, así como su medición; el etiquetado, especificando los contenidos en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono, y las advertencias; se prohíbe el tabaco de uso oral, a excepción de los productos de fumar y mascar; así como los nombres, las marcas y las imágenes u otros signos que den la impresión que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otros

(ANEDA). Están reguladas por las mismas normas que los estancieros y distribuidores, pero también por normativa sanitaria respecto a las limitaciones en su ubicación. Por tanto, su territorialización política será nacional y europea. Como personaje principal cabe nombrar a Cayo Noé Quintanilla (presidente de ANEDA).

Las empresas que venden artículos relacionados con el tabaco se podrían clasificar en el ámbito de productos complementarios. Las principales son BIC Iberia, S.A. y Flamagas, S.A. (encendedores), Miquel y Costas & Miquel, S.A. (papel de fumar), Swedish Match Fósforos España (cerillas), y como empresa distribuidora la más destacada es la Unión Tabaquera de Servicios, S.A. (UTS), vinculada a Altadis. Estas empresas no comparten ninguna asociación, ya que suministran productos y servicios diferentes. Están reguladas por la misma normativa que los vendedores minoristas.

---

## Discusión

Este mapa muestra el abanico de actores pro tabaco, que es muy amplio e intersectorial y no se limita a las tabaquerías, aunque éstas ocupan un papel preponderante por su potencia económica y por los contactos fluidos que mantienen con los otros actores. Además, las tabaquerías crean nuevos actores (como el Club de Fumadores por la Tolerancia) para apoyarse en ellos.

Otros actores que pueden tener gran peso político no están incluidos en este mapa, al no tener vínculos directos con el sector. Entre ellos destacan las empresas publicitarias o determinados medios de comunicación, con los que mantienen relaciones económicas mediante la publicidad<sup>5</sup>. Hay que recordar los frustrados intentos de regulación de la publicidad a principios de los noventa, cuando estos actores desempeñaron un importante papel. También debemos tener en cuenta a los gremios de restauración y hostelería, ya que estos establecimientos suelen ser puntos de venta, y que se movilizaron recientemente contra la aprobación del Plan

Foral de Tabaco en Navarra<sup>6</sup>. Recordemos que ante un intento de regulación desde el gobierno a principios de los noventa, las tabaquerías desencadenaron una ofensiva mediática en la que se implicaron grandes grupos mediáticos y la patronal de las agencias de publicidad, así como nuevos agentes en las ventas (gasolineras, quioscos...), que después les apoyan políticamente. Los diversos ámbitos tienen multitud de asociaciones que los cohesionan para una mejor defensa de sus intereses específicos, lo que indica su alto grado de organización. Esto contrasta con la menor cohesión del movimiento de prevención, muy centrado en España en el sector sanitario.

Es evidente que los recursos que pueden utilizar son principalmente económicos, no sólo por su cifra de facturación sino también por su mano de obra. Éste es uno de los factores que esgrimen al oponerse a medidas de regulación, invocando los puestos de trabajo que se pueden perder y frenando la acción preventiva de la Administración pública por la lógica de los rendimientos políticos a corto plazo. Es importante resaltar que las 2 vías principales de relación con la Administración pública son el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Ministerio de Economía (mediante el Comisionado para el Mercado del Tabaco). Hay que comprender que éstos tienden a defender los intereses de los ámbitos que lo demanden por criterios económicos y políticos. Ya que la política sobre el tabaco es muy intersectorial (tabla 2), la salud pública puede contraponerse con otros intereses, tanto en la Comisión de Subsecretarios como en el mismo Consejo de Ministros.

Por último, es importante señalar la actuación contradictoria de los gobiernos, que canalizan las ayudas al cultivo del tabaco por medio de la PAC y defienden su mantenimiento a través del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en contraposición con la legislación restrictiva del consumo de tabaco. Y no debemos olvidar que por medio de la SEPI el Estado posee el 1,59% de Altadis y es accionista mayoritario de CETARSA (en proceso de reestructuración para su privatización).

---

## Bibliografía

1. Villalbí JR, López V. La prevención del tabaquismo como problema político. *Gac Sanit* 2001;15:265-72.
2. Subirats J. El análisis de las políticas públicas. *Gac Sanit* 2001;15:259-64.
3. Braña FJ, coordinador. Análisis económico de los estilos de vida: externalidades y coste social. Madrid: Civitas; 1997.

4. Escolà C. Philip Morris creó un lobby en España. *El País*, domingo 23 de enero de 2000. p. 30-1.
5. Mosella MC. La publicidad del tabaco y los adolescentes. En: Villalbí JR, Ariza C, editores. *El tabaquismo en España: situación actual y perspectivas para el movimiento de prevención*. Barcelona: SESPAS y CNPT; 2000. p. 91-133.
6. Departamento de Salud. Plan foral de acción sobre el tabaco. Pamplona: Publicaciones del Gobierno de Navarra; 2001.