

2 de Abril de 2006

Universidad de Granada

Granada Digital



Año V, núm 1796 - Domingo, 02 de Abril de 2006
 Última Actualización: 12:00h



No se pierda...

[Especial Alto el fuego](#)

Titulares del día Previsi

Páginas Amarillas Páginas Blancas Callejero
 Visitas ayer: 26045



Noticias

- | Local
- | Provincia
- | Andalucía
- | Nacional
- | Internacional
- | Deportes
- | Universidad
- | Cultura
- | Economía
- | Sucesos
- | Sociedad
- | Reportajes

VALORACIÓN

Su opinión sobre este artículo :



Imprimir

Enviar

TABACO-ESTUDIO

Canales

- | Cine

Los bares libres de humos son tan rentables como los que dejan

2 de Abril de 2006

Universidad de Granada

Granada Digital

| Canal Cofrade
| GdJoven

fumar

Especiales

02/04/2006 - 11:56

Redacción GD



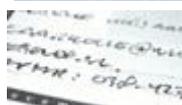
GD en...



esco



interurbe



digitales



cominteractiva



APDA

Servicios

- | Clasificados
- | Farmacias de guardia
- | Museos
- | Transportes
- | Televisión
- | Loterías
- | Teléfonos
- | El Tiempo
- | Ocio
- | Cartelera

Los bares que con la entrada en vigor de la Ley Antitabaco optaron por adaptarse a la normativa como locales libres de humos resultan ser tan rentables como los que sí permiten fumar, según un estudio del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la [Universidad de Granada](#).

Según el estudio, aunque muchos de los clientes habituales de un bar dejarían de ir si su dueño decidiera convertirlo en local libre de humos, esta pérdida de público se vería equilibrada por el aumento de clientes no fumadores.

La investigación, realizada por alumnos de la asignatura "Investigación de Mercados", impartida por el profesor José Alberto Castañeda, fue llevada a cabo a final de diciembre, poco antes de la entrada en vigor, el pasado 1 de enero, de la ley Antitabaco.

Los resultados obtenidos son fruto de una encuesta realizada entre un centenar de clientes mayores de 18 años de bares de Granada de menos de cien metros cuadrados, a los que la ley obligaba a decidir entre ser de fumadores o convertirse como locales libres de humos.

El objetivo de sus autores fue medir la rentabilidad de los bares de no fumadores en función de tres variables: la intención de los clientes (fumadores o no) de seguir yendo al bar, el tiempo de permanencia y el gasto realizado en el mismo.

Los datos que arroja el estudio apuntan a que el 61,1 por ciento de los fumadores dejaría de ir a un bar en el que no pudieran fumar, mientras que casi el 40 por ciento de los no fumadores acudiría con más frecuencia a estos locales.

Dado que el 67 por ciento de la población española no fuma, la balanza entre pérdida y aumento de clientela se ve, según los autores de la investigación, equilibrada.

El estudio sostiene además que el 52,8 por ciento de los fumadores acortaría su permanencia en un bar donde no se pudiera fumar, mientras que el 33,3 por ciento de los no fumadores afirma que pasaría más tiempo en este tipo de locales que en los que sí se permite realizar esta actividad.

En el momento de realizarse la investigación, el 80 por ciento de los no fumadores afirmaba que en un bar libre de humos gastaría lo mismo, mientras que el 20 por ciento pensaba que aumentaría el volumen de sus consumiciones.

Gra
le in

FL

Ha
para"C
u

G

Te
d
cl

2 de Abril de 2006

Universidad de Granada

Granada Digital

Los alumnos de la [Universidad de Granada](#) concluyen, a tenor de estos datos, que los propietarios de los bares de menos de cien metros cuadrados pueden elegir convertirlos en locales de no fumadores sin temor a repercusiones económicas.

Según un estudio de la Federación Española de Hostelería, entre el 85 y el 90 por ciento de los establecimientos de menos de cien metros cuadrados permite fumar a sus clientes debido, fundamentalmente, al miedo a perder clientela.

GRANADA DIGITAL, el diario ONLINE de Granada
- e-mail: redaccion@granadadigital.com,
publicidad@granadadigital.com

Granada Digital no secunda ni corrobora los artículos de opinión ni las manifestaciones expresadas en los foros de debate de este diario, y en consecuencia, no se hace responsable del contenido de los mismos.