

Industria tabacalera en Chile

Centenaria historia de dinero e influencias a costa de la salud de la gente

El tabaquismo es una epidemia y su vector de transmisión es la industria tabacalera. Caracterizada por ser una transnacional y en manos de pocas y multi-millonarias empresas, la industria que produce y comercializa el tabaco funciona en un mercado altamente concentrado en la mayor parte de los países donde existe.

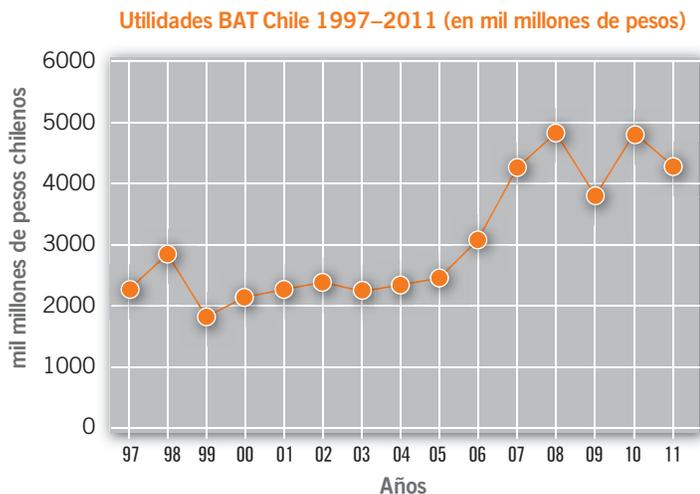
El negocio de tabaco en Chile es un ejemplo extremo de esto.

La empresa British American Tobacco Chile Operaciones S.A. (BAT Chile) – conocida hasta 2010 como Chiletabacos S.A. – existe desde hace más de 100 años en nuestro país. Propiedad en 98% de la corporación transnacional British American Tobacco, comercializa las marcas Kent, Lucky Strike, Viceroy, Pall Mall, Belmont, Hilton y Derby en más de 40 versiones. Es dueña casi absoluta del mercado nacional de cigarrillos, con un 93% de participación.¹

Millonarias utilidades

En el ranking de las empresas chilenas más rentables del 2011, BAT Chile figura en tercer lugar, con una tasa de retorno de 126%.² Según BAT Chile, sus utilidades después del pago de impuestos el año 2011 fue de \$ 43 mil millones de pesos.³

Las ganancias netas de BAT Chile – ex Chiletabacos – han ido creciendo sostenidamente a lo largo de los años. Sólo en el último quinquenio (2007-2011), las utilidades superan, en promedio, los \$100 millones de dólares cada año (aproximadamente \$44 mil millones de pesos chilenos).⁴ Con esa cifra, se podría financiar, anualmente, la matrícula de 14.300 estudiantes de educación superior.



A pesar de leves caídas que reflejan los episodios mundiales de crisis económica, las utilidades de BAT Chile mantienen su tendencia histórica al alza. Especialmente notable es que a partir de 2007 – fecha en que termina de implementarse la nueva ley de control de tabaco – las ganancias se elevan bruscamente de \$30 mil millones de pesos a más de \$40 mil millones. Detrás de esta alza está el aumento de precios de las cajetillas y la creciente actividad exportadora de BAT Chile a Colombia, Perú, Paraguay y otros países de América Latina. Entre 2005 y 2010, el aumento del volumen de estas exportaciones superó el 50%, promediando un 30% aproximado del total de su producción anual de cigarrillos.⁵



La baja de utilidades de un 11% entre 2010 y 2011 fue atribuida por BAT Chile al alza de precios relacionado al nuevo impuesto decretado por el gobierno en 2010 como parte de las medidas para financiar la reconstrucción post-terremoto. Este incremento impositivo (de 3% sobre el precio de venta más 50 pesos por cajetilla) habría llevado a los fumadores a cambiar su consumo hacia marcas de menor precio. La empresa enfrentó el nuevo impuesto subiendo los precios cuatro veces entre agosto 2010 y septiembre 2011, para “evitar un shock en el mercado.”⁶ La primera de esas alzas – de casi un 15% – se produjo dos meses antes de entrar en vigencia la medida, lo que le permitió a BAT Chile evitar el pago adicional de impuesto durante ese período.

Demandas y sanciones sin cumplir

Si hace 15 años las demandas judiciales de individuos a BAT Chile por daños a la salud causados por el consumo de tabaco eran casi inexistentes, para el 2008 había, a lo menos, seis.⁷ A cada una de ellas, la empresa ha respondido rechazando las razones de los demandantes, argumentando que la empresa está “altamente regulada en sus operaciones, manufacturas, venta y publicidad, cumpliendo estrictamente las disposiciones legales vigentes.”⁸

Entretanto, aún está pendiente la resolución final de la demanda interpuesta a BAT Chile por su principal competidor. Philip Morris Chile Comercializadora (distribuidora de la marca Marlboro) la acusó de entorpecer con conductas monopólicas y barreras anti-competitivas la exposición y venta de sus productos dentro del mercado nacional. En 2005, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) sancionó a Chiletabacos S.A. con una millonaria multa, sentencia posteriormente ratificada por la Corte Suprema de Justicia.

Esa misma demanda se reactivó en 2010 con una nueva acusación a BAT Chile por incumplimiento de las obligaciones impuestas por las sentencias del TDLC y la Corte Suprema. En noviembre de 2011, el reclamo fue acogido parcialmente por el Tribunal y aún está pendiente el pronunciamiento de la Corte Suprema. No obstante, BAT Chile sigue negando la veracidad de las acusaciones. En su balance anual de 2011, la empresa “constituye provisiones” (o sea, reserva parte del presupuesto) en atención al estado procesal de la acusación y/o el “improbable evento de obtener sentencia contraria en dichos juicios”.

Influencias políticas

Desde siempre, y en todos los países donde opera, la industria tabacalera busca influir en las más altas esferas políticas y de decisión. Una de sus estrategias principales es incluir en su cuerpo directivo a representantes de todas las tendencias políticas. Tan exitosa ha sido esta práctica que el directorio de BAT Chile reúne entre sus integrantes actuales y recientes a ministros del régimen militar, de los gobiernos de la Concertación, y del gabinete del Presidente Sebastián Piñera.

En el elenco actual del directorio BAT Chile figuran, entre otras, las siguientes personas:

Carlos Cáceres Contreras, el Presidente del Directorio de BAT Chile, es ex Ministro de Hacienda y del Interior del gobierno de Augusto Pinochet. Preside, además, el Consejo de Libertad y Desarrollo (centro de estudios ligado a la UDI, de donde provienen los principales cuadros técnicos y asesores políticos de la administración actual) y el Consejo Protector de la Fundación Presidente Pinochet.

Jorge Rodríguez Grossi, ex Ministro de Economía del gobierno del Presidente Ricardo Lagos. Ejercía este cargo durante la tramitación de la actual ley de tabaco. Inmediatamente después de salir del gabinete en 2006, Rodríguez Grossi se integró al directorio de Chiletabacos. En 2011, fue nombrado por el Presidente Sebastián Piñera como integrante de la Comisión Asesora Presidencial para la Defensa de la Libre Competencia, a pesar de la vigencia de la disputa por conductas anti-competitivas que Philip Morris aún mantiene en contra de BAT Chile.

Karen Poniachik Pollak, ex Ministra de Energía y Minería del gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet. Paralelo a integrarse al Directorio de BAT Chile en 2009, presidió Chile Transparente (filial nacional de Transparency International), que es ese entonces tenía como miembro cooperador a BAT Chile.



Directorio BAT Chile (junio 2011): Jorge Rodríguez Grossi, Karen Poniachik Pollak, Roberto Guerrero del Río, Carlos Cáceres Contreras, Benjamin Kemball (Gerente General) y Teodoro Ribera Neumann.

Teodoro Ribera Neumann, abogado integrante del Tribunal Constitucional durante la discusión de la actual ley del tabaco, dejó el directorio de BAT Chile en julio de 2011 para asumir como Ministro de Justicia del gobierno del Presidente Piñera.

Lobby y falta de transparencia

El lobby (término político derivado de la palabra inglés “pasillo”, el lugar no oficial donde las verdaderas negociaciones ocurren) es la acción de grupos influyentes para presionar en favor de determinados intereses.

La empresa ha declarado siempre que no recurre a estas prácticas, a pesar de reconocer explícitamente en su balance del año 2001 haber hecho “intensas acciones de lobby a fin de plantear ante las autoridades su punto de vista respecto de la iniciativa de la Organización Mundial de la Salud destinada a conseguir un acuerdo marco de los países para regular la industria del tabaco y desincentivar el consumo a nivel mundial”.

Sin embargo, BAT Chile tiene gran capacidad para llegar a ministros y parlamentarios por la vía del lobby. Prueba de ello fue el reconocimiento que el Ministro de Salud, Jaime Mañalich y varios parlamentarios hicieron en enero de 2012 sobre las presiones y el lobby que estaban recibiendo de la industria tabacalera para frenar la tramitación en el Congreso del nuevo proyecto de ley de control del tabaco.⁹

Chile no tiene legislación que regule adecuadamente estas acciones (registros de lobbistas y otros mecanismos para transparentar sus actividades frente a las autoridades y a la ciudadanía), a pesar de la insistencia de diversas autoridades y líderes del mundo público.¹⁰ Un tema central en este aspecto es la imposibilidad bajo la actual ley chilena de transparentar las contribuciones financieras corporativas a campañas electorales, acción corporativa permitida por British American Tobacco, aunque su filial nacional declara no hacerlo.¹¹

Evitar la fiscalización

Como toda sociedad anónima abierta en nuestro país, BAT Chile tiene que informar anualmente a la Superintendencia de Valores y Seguros sus estados financieros y operacionales, debidamente auditados por empresas externas. Esta es una de las pocas fuentes de información de la empresa a la que la ciudadanía puede acceder, a pesar de no incluir detalles de sus inversiones, como el gasto en marketing y publicidad o en actividades de “responsabilidad social”. Durante el año 2007, la empresa intentó convertirse en una sociedad anónima cerrada para no ser fiscalizada por la Superintendencia de Valores y Seguros. Sin embargo, la institución reguladora rechazó tajantemente esa solicitud.

Contrabando y comercio ilícito

Según la empresa, ha habido un incremento significativo de contrabando y comercio ilícito, lo que constituye “el principal factor de riesgo que esta industria enfrentará en el futuro”. Esto sería la “consecuencia directa” de alzas recientes en impuestos y argumento fundamental para oponerse a nuevos impuestos.¹² No obstante, incrementar el precio de cigarrillos es una de las políticas más eficaces a la que el gobierno puede recurrir para reducir el consumo.

“Responsabilidad social” empresarial

Esta conocida estrategia, que busca mejorar la imagen corporativa a través de acciones supuestamente altruistas para la comunidad, ha sido uno de los ejes principales de relaciones públicas implementadas por British American Tobacco no sólo en Chile sino en el mundo entero. Y no sólo para fines de marketing,

sino como componente central de sus intentos de promocionarse como una empresa moderna y beneficiosa para la sociedad, distanciada del producto nocivo que fabrica, principal causa de muerte evitable en el mundo.



“Abiertos a los nuevos tiempos”: Letrero a la entrada de la fábrica de BAT Chile en Casablanca

En Chile, la empresa vaticinó la creciente inquietud nacional de frenar la epidemia del tabaquismo a través de nueva legislación cuando, en 2001, presentó su primer Reporte Social. Este informe daba cuenta de las subvenciones económicas -- de más de \$2 mil millones de pesos -- entregadas por la empresa a entidades culturales y educacionales entre 1995 y 2000. Entre los beneficiados habían teatros, fundaciones de música, corporaciones culturales, museos estatales, universidades privadas, concursos literarios, tertulias culturales, escuelas de periodismo, asociaciones gremiales de la prensa, buses culturales y la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, de dependencia directa del Ministerio de Educación.

En el año 2004, mientras que el Estado chileno tramitaba su ratificación del Convenio Marco para el Control del Tabaco,¹³ Chiletabacos precisó su definición de la “buena conducta corporativa” que adoptó como uno de sus principios empresariales. Pilar central de esta política es su aseveración que “la industria del tabaco debe tener una voz en el diseño de las políticas gubernamentales que la afectan.”¹⁴ Dicha aseveración contradice no sólo el espíritu del Convenio Marco (“existe un conflicto fundamental e irreconciliable entre los intereses de la industria tabacalera y los intereses de las políticas de salud pública”) sino también el Artículo 5.3 del tratado.

La empresa también afirma que “creemos en el respeto a los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente”, aseveración que no fue obstáculo para haber contratado como Gerente de Seguridad al ex uniformado Alfredo Iturriaga Neumann, hoy involucrado en crímenes de derechos humanos cometidos contra opositores al gobierno militar.

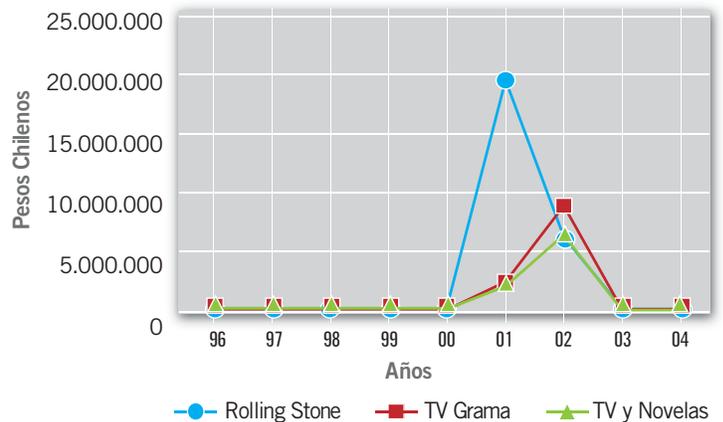
En el 2005, Chiletabacos obtiene el 4º lugar en el ranking de responsabilidad social empresarial entregado por la *Revista Capital* y la Fundación Pro Humana. En el 2007, su informe de responsabilidad social empresarial fue premiado como el mejor reporte de sustentabilidad en la categoría “mejor diálogo con stakeholders”. En el 2008, la revista *Qué Pasa* y The Reputation Institute la premiaron por estar entre los “líderes de mejora reputacional”, por su repunte después de haber visto abatida su imagen corporativa por su oposición frontal a la Ley de Tabaco de 2006.

Marketing a jóvenes y publicidad indirecta

Desde el año 2001, la empresa tabacalera ha hecho alarde público de su supuesta preocupación por la venta de cigarrillos a menores de edad, declarando: “Chiletabacos continuará trabajando para alcanzar acuerdos con las autoridades de educación del país que permitan implementar programas conjuntos que eduquen a los menores acerca de los riesgos de fumar”.

Sin embargo, el 2001 fue el año de mayor inversión publicitaria de Chiletabacos en revistas dirigidas a jóvenes.

Inversión publicitaria de Chiletabacos en revistas para jóvenes de 12 años y más



Fuente: Valenzuela M.T.; Rodríguez, J. Ruiz, C. *Inversión Publicitaria de la industria del tabaco en revistas femeninas y juveniles de Chile 1996-2004*. 2010. *Revista Española de Drogodependencias*, Vol. 35, N° 4.

Si bien la publicidad de productos del tabaco ha desaparecido desde la implementación de la ley de 2006 – excepto en los puntos de venta – la propaganda institucional de la empresa BAT Chile continúa. Su campaña “Negocio Responsable” es un ejemplo del sofisticado manejo del resquicio legal que le permite seguir llegando a su público objetivo con publicidad indirecta disfrazada de información pública. Lanzada a partir del año 2008, la campaña promueve la venta de cigarrillos a mayores de edad, advirtiendo sobre la prohibición legal de venderlos a menores. “Mirarme no es suficiente: pide mi carnet” rezan los llamativos avisos colocados en 28.000 negocios a lo largo del país. Además, en miles de estos puntos de venta, los letreros que promueven la venta de cigarrillos a mayores de edad han desplazado las advertencias sanitarias anti-tabaco del Ministerio de Salud que deben, por ley, ocupar el 50% del espacio publicitario.



Campaña “Negocio Responsable” de BAT Chile y la Cámara Nacional de Comercio

Apoyo directo a la industria gastronómica

Con la entrada en vigencia de la Ley de Tabaco de 2006 y la implementación de espacios mixtos (fumadores y no fumadores) en restaurantes y bares, Chiletabacos señaló haber apoyado a sus clientes del rubro gastronómico y nocturno en el cumplimiento con “la entrega de señalética adecuada y asesoría técnica en la separación de ambientes”. Pero su apoyo fue mucho más allá: a pesar de que algunos empresarios del rubro

gastronómico dicen haber invertido miles de dólares en la adecuación de sus locales, otros administradores y dueños admiten que la tabacalera pagó hasta el 50% del costo de estos arreglos.¹⁵ El punto es importante porque los principales opositores a la ley de ambientes 100% libres de humo en espacios cerrados de acceso público actualmente bajo discusión en el Congreso son los voceros de estas asociaciones gremiales.

Convenio Marco: Directrices del Art. 5.3

Las Directrices del Artículo 5.3 del Convenio Marco abordan la protección de las políticas de salud pública de los esfuerzos de la industria tabacalera por entrometerse en dichas políticas. Las Directrices establecen compromisos que Chile ha adquirido al ratificar el tratado en 2005. Algunos de estos compromisos son:

- Rehusar tratar a las corporaciones tabacaleras como “partes interesadas” cuando de políticas de salud pública se trate.
- Rehusar invertir en la industria tabacalera.
- Rehusar aliarse con las corporaciones tabacaleras para promover la salud pública o cualquier otro tema.
- Rehusar aceptar los así llamados “esquemas de responsabilidad social empresarial” de la industria tabacalera que no son otra cosa que mercadotecnia disfrazada.

Limita, además, ciertas actividades y relaciones de los Estados ratificantes con la industria tabacalera:

- Las alianzas entre la industria tabacalera y los gobiernos, así como cualquier acuerdo que no sea vinculante o de obligado cumplimiento.
- Las aportaciones voluntarias de la industria tabacalera a los gobiernos.
- Aceptar legislación o política o cualquier código voluntario redactado por la industria tabacalera que sustituye medidas de obligado cumplimiento.
- La inversión pública (o de funcionarios públicos) en la industria tabacalera.

- La representación de la industria tabacalera en órganos públicos relativos al control del tabaco o en las delegaciones que asistan a las reuniones del Convenio Marco.

Se incluyen también ciertas medidas para la transparencia:

- Transparencia en la interacción de los gobiernos con la industria tabacalera mediante audiencias públicas, dar cuenta pública de las interacciones y hacer públicos los registros.
- Hacer públicas las actividades de la industria tabacalera incluyendo: producción, fabricación, ingresos, participación en el mercado, gastos en mercadotecnia, acciones filantrópicas; con penalización por entregar información falsa o engañosa.
- Hacer públicas o registrar las entidades afiliadas a la industria tabacalera, incluyendo quienes realizan actividades de cabildeo.
- Hacer pública información respecto al empleo actual o previo que hayan tenido en la industria tabacalera quienes solicitan un puesto público relacionado con políticas de salud, así como de los planes que ex funcionarios públicos tengan para laborar en la industria tabacalera.



“Fin a la interferencia de la industria tabacalera. Denunciar y resistir las tácticas de industria tabacalera para socavar el control del tabaco.” Así dice el afiche de la OMS para el Día Mundial Sin Tabaco 2012.

Fuentes

- ¹ Memoria Anual BAT Chile S.A. 2010
- ² www.Cooperativa.cl, 16 abril 2012
- ³ Memoria Anual BAT Chile S.A. 2011
- ⁴ Memorias Anuales Chiletabacos S.A. 1996-2011
- ⁵ Memorias Anuales Chiletabacos S.A. 2005-2010
- ⁶ Memoria Anual BAT Chile S.A. 2011
- ⁷ Memorias Anual Chiletabacos S.A. 1996-2008
- ⁸ Memoria Anual Chiletabacos S.A. 2008
- ⁹ EMOL, 31 enero 2012

- ¹⁰ *El Mercurio*, 5 mayo 2012, Víctor Pérez, Rector de la Universidad de Chile; www.dineroypolitica.cl
- ¹¹ www.batchile.com
- ¹² Memoria Anual BAT Chile S.A. 2011
- ¹³ El Convenio Marco para el Control del Tabaco es un tratado internacional de la Organización Mundial de la Salud, ratificado por Chile en 2005. Es un tratado vinculante, que obliga a los países firmantes a llevar adelante las medidas allí recomendadas.
- ¹⁴ Memoria Anual Chiletabacos S.A. 2004
- ¹⁵ *El Mercurio*, 27 junio 2011, página B4

Informe preparado por María Teresa Valenzuela Schmidt
Mayo 2012

CHILE LIBRE DE TABACO es una iniciativa ciudadana, impulsada por Fundación EPES (Educación Popular de Salud), que promueve ambientes 100% libres de humo de tabaco, prevención del tabaquismo y apoyo para las personas que quieren dejar de fumar.

Chile
Libre de tabaco

Más información en: www.chilelibredetabaco.cl

Correo: info@chilelibredetabaco.cl

Twitter: @chilesintabaco

Facebook: “Red Chile Libre de Tabaco” y
“Panoramas sin Humo de Tabaco”

Teléfonos: 5486021 / 5487617 (Fundación EPES, Santiago)

EPES
Fundación
Educación Popular en Salud