

Detrás del humo:
**Una mirada a la industria tabacalera
en Chile, sus redes y los límites de la
regulación y la transparencia frente
a las Elecciones Presidenciales 2009**

Informe preparado por Fundación EPES

Diciembre 2009



EPES (Educación Popular en Salud) es una fundación sin fines de lucro que nació en 1982 para mejorar la salud y la calidad de vida de personas de bajos ingresos en Chile.

Para más información, contactar:
Sonia Covarrubias o Lezak Shallat
Fundación EPES
Santiago, Chile
epes@epes.cl
www.epes.cl

Executive Summary

This report, “Behind the Smoke: A Look at the Tobacco Industry in Chile, its Networks and the Limits to Regulation and Transparency in the Context of the 2009 Presidential Elections,” examines the power of the tobacco industry in Chile and, specifically, Chiletabacos, the British American Tobacco (BAT) affiliate that controls over 95% of the market.

While Chile has made important advances in tobacco control since it ratified the Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) and new legislation (Law 20.105) in 2006, it has not yet made a dent in smoking prevalence rates that are among the highest in Latin America. Chilean legislation falls short of several key FCTC commitments, including comprehensive smoke-free legislation and tax increases. Both of these positions are strongly opposed by the tobacco industry.

Chiletabaco’s Board of Directors comes from the highest ranks of Chile’s industrial, financial and political elite, including a former Minister of Economy and a former Constitutional Tribunal member who were both in office during the discussion of the 2006 law. Another director, a former Minister of Mining, is the board president of an NGO—partially financed by Chiletabacos—dedicated to monitoring government accountability and transparency. Chile’s new (2009) law for Transparency in Public Administration was enacted

without provisions to regulate lobbying and the revolving door between regulated industry and government regulator. The 2003 Electoral Spending Controls Law does not mandate full disclosure of corporate contributions to political campaigns, as recommended by Art. 5.3 guidelines adopted by the FCTC in 2008.

Where regulation does appear to be working, albeit slowly, is in regards to Chiletobacos’ monopoly practices. The country’s National Economic Regulator (FNE) has decreed its maximum fine (US\$17 million) against Chiletabacos for reiterated abuse of the free competition laws. Rival transnational Philip Morris International is seeking US\$137.5 million from Chiletabacos as indemnity for its lost share of the Chilean market.

This report was released in tandem with a survey, “Clearing the Air on Policies to Control Tobacco and the Tobacco industry,” of the proposals on these issues from candidates running for President in the 2009 elections. Both reports received support from the Framework Convention Alliance and are posted on the website (www.epes.cl) of EPES (Popular Education in Health) Foundation, a Santiago-based NGO that promotes the health and dignity of low-income sectors in Chile.

Detrás del humo: Una mirada a la industria tabacalera en Chile, sus redes y los límites de la regulación y la transparencia frente a las Elecciones Presidenciales 2009

Informe preparado por Fundación EPES

Diciembre 2009

Aunque hay avances importantes, Chile no ha ganado la batalla por frenar el tabaquismo y el poder de la industria tabacalera. Chiletabacos, la empresa transnacional que domina el mercado local, es un ejemplo sobresaliente de prácticas monopólicas y redes de influencia que ejercen un peso no dimensionado en la toma de decisiones públicas que apuntan a las políticas de salud.

En vísperas de las Elecciones Presidenciales 2009, Fundación EPES quiso conocer las propuestas de los candidatos presidenciales sobre el tema de control del tabaquismo y la regulación de la industria tabacalera. Para esto, llevó a cabo un sondeo () para conocer, y dar a conocer, las posturas de los equipos programáticos de salud de los comandos sobre estos temas.*

El presente informe pretende situar la discusión de estas propuestas en relación al actor que no nos ha respondido: la industria tabacalera. Además, revisa los nexos con el poder político y los límites de la regulación y la transparencia en el campo electoral que constituyen una cortina de humo que hay que despejar.



El sondeo “Despejar el aire sobre políticas de control de tabaco y la industria tabacalera” (*) y el informe “Detrás del humo: Una mirada a la industria tabacalera en Chile, sus redes y los límites de la regulación y la transparencia frente a las Elecciones Presidenciales 2009” se llevaron a cabo con el apoyo de la Alianza para el Convenio Marco (FCA).

DETRÁS DEL HUMO: UNA MIRADA A LA INDUSTRIA TABACALERA
EN CHILE, SUS REDES Y LOS LÍMITES DE LA REGULACIÓN Y LA
TRANSPARENCIA FRENTE A LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2009

CONTENIDO

1. ¿POR QUÉ UN INFORME SOBRE LA INDUSTRIA TABACALERA EN CHILE?	5
Tabaco y tabacaleras en Chile: Panorama general	
Chiletabacos: 100 años en el mercado	
El Directorio de Chiletabacos: Quién es quién	
2. LEYES NACIONALES E INCUMPLIMIENTO DEL CONVENIO MARCO	9
3. ART. 5.3 DEL CONVENIO MARCO: CÓMO REGULAR LA INDUSTRIA	11
4. MARCO REGULATORIO NACIONAL	12
Ley 19.884 sobre Gasto Electoral	
Ley 20.285 sobre Transparencia Pública y de Acceso a la Información	
Transparentar el lobby: Tarea pendiente	
5. PRÁCTICAS MONOPÓLICAS GATILLAN DISPUTA ENTRE GIGANTES	15
6. TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS	16
Chile Transparente y Chiletabacos	
Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Acciones y auspicios	
7. LA PRENSA NACIONAL: VOLVER A MIRAR	18
8. LO QUE VIENE: PRODUCTOS NUEVOS	19
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20

1. ¿POR QUÉ UN INFORME SOBRE LA INDUSTRIA TABACALERA EN CHILE?

Es de consenso mundial que, en las palabras del Convenio Marco para el Control del Tabaco¹ (ratificado por Chile en 2005), "existe un conflicto fundamental e irreconciliable entre los intereses de la industria tabacalera y los intereses de las políticas de salud pública".

En Chile, la "fortaleza económica y política de la industria del tabaco" es precisamente el obstáculo principal citado por el Ministerio de Salud (en su informe de mayo de 2008 a la Organización Mundial de la Salud (OMS)) para la aplicación de este tratado internacional que busca frenar el consumo de tabaco.²

Con miras a las elecciones presidenciales 2009, de cuyos resultados dependerán las futuras políticas de salud pública, Fundación EPES quiso entender cuáles son las actuales vinculaciones de la industria del tabaco con el mundo político y económico nacional.

Primero, solicitamos a los actuales candidatos a la Presidencia de la República dar a conocer sus posturas y propuestas para el control del tabaco a través de un cuestionario sobre políticas públicas y una Declaración de Intereses que explicitara cualquier vínculo de ellos, sus comandos o sus partidos con la industria tabacalera.

Este sondeo, denominado "Despejar el aire sobre políticas de control del tabaco y la industria tabacalera"³ se hizo a los cuatro equipos programáticos de salud de los candidatos presidenciales en el mes de octubre de 2009 y presenta las intenciones y voluntades de los candidatos, cuyos equipos pronto tomarán en sus manos las políticas que regulan el tabaco, producto legal cuyo uso ha llegado a niveles epidémicos y constituye uno de los grandes problemas de salud pública en Chile y el mundo.

También quisimos verificar si la actual normativa vigente es suficiente para impedir cualquier vinculación de la industria o sus directivos con el mundo político, evitar que financien campañas políticas y eliminar su influencia sobre la salud pública.

Quisimos explicitar los nexos empresariales y, a veces, personales en que se mueve la plana mayor de Chiletabacos, la empresa tabacalera más importante del país, para dimensionar las redes de poder que la sustentan.

Revisamos algunas de las actividades más recientes de Chiletabacos al alero de la llamada Responsabilidad Social Empresarial y los auspicios que aún reconoce después de las prohibiciones decretadas por la nueva ley nacional dictada en 2006 sobre el consumo, publicidad y comercio del tabaco.

Buscamos ponernos al día con la situación comercial de la industria en cuanto a las demandas interpuestas y multas solicitadas en el terreno de prácticas monopólicas y libre competencia, además de los nuevos productos que planean introducir al mercado. Y finalmente, quisimos señalar algunos de los temas regulatorios de especial interés para la industria que seguramente se ventilarán, a partir del 2010 bajo un nuevo Presidente y Congreso. ●

1. Convenio Marco para el Control del Tabaco, <http://www.who.int/fctc/en/>

2. Instrumento de Presentación de Informes, Ministerio de Salud, mayo de 2008

3. Sondeo a candidatos presidenciales "Despejar el aire sobre políticas de control del tabaco y la industria tabacalera" Fundación EPES www.epes.cl

TABACO Y TABACALERAS EN CHILE: PANORAMA GENERAL

Consumo

- Chile lidera la región en consumo de cigarrillos, con un gasto *per capita* de US\$91,4 al año.⁴
- Chile lidera la región en mujeres y jóvenes fumadores.⁵ En la población general, 45% hombres y 35% mujeres fuman.⁶
- El consumo es estimado en 8 cigarrillos promedio diario *per cápita* y el total de fumadores mayores de 18 años se estima en 4.500.000.⁷

Impacto

- Las muertes asociadas al tabaquismo en Chile superan las 16.000, al año, lo que se estima genera más de US\$1.100 millones en pérdidas anuales por atenciones médicas.^{8,9}

Marco regulatorio

- 1995; Ley 19.419 en Materias Relativas a la Publicidad y el Consumo del Tabaco
- 2003: Ley N° 19.884 sobre Transparencia, Límite y Control de Gasto Electoral
- 2005: Chile ratifica el Convenio Marco para el Control del Tabaco, primer tratado internacional de la OMS
- 2006: Ley del Tabaco 20.105 (modifica Ley 19.419)
- 2008: Directrices del Convenio Marco Art. 5.3.
- 2009: Ley 20.285 sobre Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información de la Administración del Estado

Impuestos

- Impuestos al tabaco es el contribuyente número uno al Estado en los últimos 10 años, con un promedio estimado de US\$800 millones anuales.¹⁰
- Los impuestos al tabaco históricamente proveen entre 4% y 5% del ingreso total a las arcas fiscales.¹¹

Industria

- Distribución del mercado:¹²
 - Chiletabacos 96%. Marcas: Kent, Lucky Strike, Viceroy, Pall Mall, Belmont y Derby en más de 40 versiones
 - Philip Morris: 1.5%. Marcas: Marlboro y L&M
 - Tanasa: 2%
 - otros: 0.5%

Libre competencia

Chiletabacos enfrenta una multa de US\$17 millones solicitada por la Fiscalía Nacional Económica (FNE) por atentados a la libre competencia, al incumplir un fallo del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) de 2005, por prácticas monopólicas. A su vez, Philip Morris ha presentado una demanda de US\$137,5 millones contra Chiletabacos por indemnización de perjuicio.¹³

4. Consumo de cigarros, Diario Estrategia, 26 octubre 2009, http://www.estrategia.cl/detalle_noticia.php?cod=24283

5. Mujeres y jóvenes fumadores, Estudio Carmela, enero 2009, InterAmerican Heart Foundation, <http://www.interamericanheart.org/?mod=carmela>

6. Población general, II Encuesta Nacional de Calidad de Vida y Salud, Chile, Ministerio de Salud, 2006.

7. Consumo de cigarrillos, http://www.chiletabacos.cl/OneWeb/sites/CHI_5CTJVBX.nsf/vwPagesWebLive/DO6HXPRT?opendocument&SID=&DTC=&TMP=1

8. Muertes asociadas al tabaquismo, Ministerio de Salud.

9. Pérdidas anuales por atenciones médicas, Universidad de Chile.

10. US\$800 anuales, Diario La Nación, http://www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/artic/20050419/pags/20050419194635.html

11. Ingreso total a las arcas fiscales "La industria tabacalera en Chile: Probables estrategias frente al proceso de ratificación del Convenio Marco para el Control del Tabaco", CIPRESS, 2004, en: www.epes.cl

12. Distribución del mercado Odepa, Abril 2009, <http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2175.pdf>

13. Multas y demandas, Diario El Mercurio, 24 julio 2009, <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={39acbde5-2975-4cac-9211-50c2e0a250c1}>

CHILETABACOS: 100 AÑOS EN EL MERCADO

- Fundada en 1909. En noviembre de 2009 cambió su nombre a British American Tobacco Chile, como parte de su estrategia de marketing y reposicionamiento.
- 96,53 % es propiedad de British American Tobacco (BAT)¹⁴
- Entre 2002 y 2007, Chiletabacos ha tributado aproximadamente US\$5 mil millones.¹⁵
- Utilidad después de impuestos en 2008: \$48 mil millones de pesos, lo que representa un crecimiento de la utilidad de 3,8% sobre 2007.¹⁶
- Exportaciones han crecido un 40% en los últimos cinco años, especialmente a Perú, Colombia, Centroamérica y Japón.¹⁷

La respuesta de Chiletabacos frente a la pregunta ¿cómo pueden dedicarse al negocio de vender un producto dañino para la salud de las personas?¹⁸

“Los cigarrillos son un producto de consumo legal y los disfrutan aproximadamente mil millones de adultos alrededor del mundo. Nuestro negocio es proveer marcas de alta calidad para nuestros consumidores.

“Creemos en el derecho individual que tienen las personas a elegir libremente y apoyamos el derecho que tienen los adultos, informados sobre los riesgos para la salud asociados al fumar, a optar por fumar o no. Creemos que la decisión de un adulto informado de disfrutar los placeres del fumar, equilibrando los placeres y los riesgos, no merece mayor crítica que otras muchas decisiones en cuanto a estilo de vida que todos tomamos.

“Comprendemos las preocupaciones con relación a los productos que fabricamos y estamos trabajando para llevar a cabo nuestro negocio en forma aún más responsable, dentro de una industria percibida por muchos como controversial.

Compartimos el deseo de la comunidad de reducir el impacto del fumar sobre la salud y estamos comprometidos a trabajar con gobiernos y organizaciones para lograrlo”.

14. Ver sitio web de Chiletabacos www.chiletabacos.cl

15. El Mercurio, Economía y Negocios, “Chiletabacos por dentro: su fórmula para crecer en tiempos difíciles”. Entrevista con Francisco Barreto, gerente general de Chiletabacos, 13 de abril de 2008, <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={4e19d399-9310-4781-9ece-96c4f22f9a44}>

16. Chiletabacos. “Datos Relevantes”, <http://www.chiletabacos.cl/>

17. El Mercurio, Economía y Negocios, “Chiletabacos por dentro: su fórmula para crecer en tiempos difíciles”. Entrevista con Francisco Barreto, gerente general de Chiletabacos, 13 de abril de 2008, <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={4e19d399-9310-4781-9ece-96c4f22f9a44}>

18. http://www.chiletabacos.com/OneWeb/sites/CHI_5CTJVX.nsf/vwPagesWebLive/DO53EBQX?opendocument&SID=&DTC=&TMP=1

EL DIRECTORIO DE CHILETABACOS: QUIÉN ES QUIÉN

El directorio de Chiletobacos está constituido por empresarios y ex autoridades gubernamentales de alto rango, tanto del gobierno militar, como de los gobiernos concercacionistas. Se trata de un elenco poderoso, transversal desde el punto de vista político y con capacidad de llegar con facilidad a diversos entes regulatorios, legislativos e incluso a La Moneda.

Sus miembros actuales son:

• **Carlos Cáceres**, presidente del directorio

Es ingeniero comercial con máster en la Universidad de Cornell y un posgrado en Harvard. Fue uno de los integrantes de los llamados “Chicago Boys”, el grupo de expertos que diseñó el modelo económico del gobierno de Augusto Pinochet donde se desempeñó como miembro del Consejo de Estado, además de ser presidente del Banco Central en 1982, Ministro de Hacienda en 1983-84 y Ministro del Interior entre 1988 y 1990. Actualmente preside el Instituto Libertad y Desarrollo, el principal centro de pensamiento y formación de expertos de la Unión Demócrata Independiente (UDI), y del cual han salido muchos integrantes de los equipos de trabajo del abanderado Sebastián Piñera. Además, es miembro del directorio de la Fundación Pinochet, entidad formada en recuerdo del ex dictador e integrada por ex militares y ex ministros.

• **Roberto Guerrero del Río**, vicepresidente

Es abogado de la Universidad de Chile y uno de los principales socios del bufete Guerrero, Olivos, Novoa, Errázuriz. Tuvo varios cargos durante el gobierno militar. Se desempeñó como fiscal del Banco Central entre 1975 y 1979. Fue asesor legal del Consejo Monetario y de los Ministros de Hacienda y de Economía, así como coordinador general de la reestructuración de la deuda externa chilena. También subrogó al Secretario Ejecutivo del Comité de Inversión Extranjera. Además de realizar docencia en diversas universidades, llegó al cargo de rector de la Universidad Finis Terrae, puesto que ocupó hasta el 1 de octubre de 2009.

Ha integrado los directorios de Automóvil Club de Chile, la Sociedad de Bibliófilos de Chile, la Cámara de Comercio Chileno Norteamericana (Amcham Chile) y de Icare, del Colegio de Abogados de Chile y de la International Bar Association (IBA).

• **Jorge Rodríguez Grossi**, director

Es un ingeniero demócratacristiano que ocupa, por un mes, el cargo de presidente interino de Codelco cuando estalla el escándalo de mercados a futuro al fin del Gobierno de Patricio Aylwin en febrero de 1994. También se ha desempeñado como Subsecretario de Hacienda y Subsecretario de Desarrollo Regional.

En el Gobierno de Ricardo Lagos, asume como ministro de Economía, Energía y Minería el año 2001. Ya en este puesto fue cuestionado por venir de un cargo privado que él debía regular: la gerencia general de la generadora eléctrica Guacolda.¹⁹

Durante su gestión como ministro, la ley de tabaco debió pasar por su cartera. Al terminar el período de Lagos, Rodríguez Grossi se integró al directorio de Chiletobacos, en el que se mantiene hasta hoy.

En octubre de 2007, la Presidenta Michelle Bachelet lo nombró presidente del directorio de la Empresa de los Ferrocarriles del Estado, para poner orden a la crisis por presuntos actos de corrupción. Aún ocupa ese cargo.

Además, es decano de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Alberto Hurtado.

• **Teodoro Ribera Neumann**, director

Abogado de la Universidad de Chile, tiene vinculación tanto con la derecha política, como contactos directos con el actual gobierno. Es militante de Renovación Nacional y actualmente es integrante de su tribunal supremo. Entre 1990 y 1994 y luego entre 1994 y 1998 fue diputado por Nueva Imperial y Puerto Saavedra. Siendo diputado, llegó a ser vicepresidente la Cámara de Diputados. Fue designado por el ex presidente Ricardo Lagos como miembro del directorio de TVN. Al finalizar el período de Lagos, era abogado integrante del Tribunal Constitucional, entidad que tuvo en ese tiempo como misión dar la última revisión jurídica a la Ley del Tabaco en 2005 - 2006. Poco tiempo después de esta revisión, pasó a integrar el directorio de la tabacalera.

En la actualidad, Ribera ostenta el cargo del Consejo Asesor del Ministerio de Relaciones Exteriores, en el que fue designado por la Presidenta Michelle Bachelet. A la vez, es el coordinador de la comisión de Relaciones Exteriores de los Grupos Tantauco, el equipo de expertos encargados de diseñar el programa de Gobierno del candidato presidencial Sebastián Piñera.

• **Karen Poniachik**, directora

Ex ministra de Minería, es el miembro más reciente del directorio, ya que se integró a la tabacalera en mayo de 2009. Tres meses después, asumió como presidenta del directorio de la ONG Chile Transparente, capítulo chileno de Transparencia Internacional. Poniachik es la representante especial del gobierno de Chile ante la OCDE a cargo de las negociaciones para el ingreso del país a dicha institución internacional. Integra los directorios de Terpel-Chile y se desempeña como consultora del World Economic Forum en materias relacionadas con la industria de la minería y los metales.

19. “Hombres clave de Frei, Piñera y el Gobierno relacionados a la empresa: Los vínculos de AES Gener con los comandos presidenciales”, El Mostrador, 28 de Julio de 2009, <http://www.elmostrador.cl/index.php?noticias/articulo/los-vinculos-de-aes-gener-con-los-comandos-presidenciales>

2. LEYES NACIONALES E INCUMPLIMIENTO DEL CONVENIO MARCO

En Chile, como en todo el mundo, la industria tabacalera ha tenido que adaptarse a una serie de nuevas restricciones que regulan la publicidad, venta y uso de su principal producto: los cigarrillos.

La primera respuesta legislativa al aumento de fumadores y los nuevos conocimientos sobre la certeza del daño a la salud se concretó en 1995, con la Ley 19.419. Esta normativa era débil, ya que enfrentaba a una poderosa industria tabacalera que era una gran avisadora en medios de comunicación e incluso realizaba acciones encubiertas para validar su producto (el Proyecto Latino, descubierto a comienzos de esta década).

Pasaron los años y los números de fumadores iban en aumento.

En 2003, fruto de la firma por parte de Chile del Convenio Marco para el Control del Tabaco -el tratado internacional promovido por la Organización Mundial de la Salud que propone un piso mínimo de acciones para frenar la epidemia global de tabaquismo- se establece la imperiosa necesidad de hacer modificaciones a dicha ley.

Es así como el tema vuelve al tapete y comienza con una pugna interna entre los ministerios de Economía y de Salud, ya que el compromiso asumido con el Convenio Marco propone cambios que establecerán precedentes importantes para otras industrias ligadas al consumo y la salud, no sólo para la industria tabacalera.

En tal sentido, fue clave el rol que jugaron algunos parlamentarios, quienes amenazaron con presentar una acusación constitucional para destrabar la tramitación y lograr que el tratado fuera presentado al Congreso para su ratificación. Esto se logró en 2005, producto de intensas gestiones del Ministerio de Salud, que astutamente aprovechó el impulso para presentar, a pocas semanas, el proyecto de ley que modificaría la ley de 1995 para ajustarla al Convenio Marco.

La ratificación del Convenio Marco constituye el primer éxito político después del fracasado intento en 1999 de demandar a las tabacaleras en EE.UU., iniciativa del ex diputado Jorge Schaulsohn (hoy vinculado a la campaña del abanderado de la derecha, Sebastián Piñera) y del entonces ministro de Salud, Alex Figueroa (hoy ligado al equipo programático de Salud de la candidatura del oficialista Eduardo Frei). La propuesta falló tras el potente cabildeo que desplegó en el Gobierno de Eduardo Frei el lobbyista Enrique Correa, dueño de la consultora Imaginación y ex ministro de Patricio Aylwin. La propuesta de demandar a la tabacalera se diluyó tras la elección del Presidente Ricardo Lagos.

La propuesta de proyecto de ley para nueva legislación nacional que se presentó en 2005 tuvo una tramitación relativamente rápida, a pesar del activo rol de la tabacalera Chiletabacos para frenar la iniciativa legislativa y debilitar sus contenidos. Chiletabacos debió admitir que hizo lobby con muchos parlamentarios -algunos de los cuales recogieron sus reclamos- y apoyó a grupos aliados, como Achiga, la Asociación Chilena de Gastronomía. Esta asociación gremial se opuso tenazmente a que se establecieran ambientes libres de humo en restaurantes y hoteles. Finalmente, y tras el éxito parcial de su estrategia, se acordó un híbrido de limitaciones parciales que confunde al público y dificulta la fiscalización (con segmentaciones en locales de más de 100 metros y autonomía de decisión para declararse para fumadores o no en locales de menos de 100 metros).

La ley 20.105 fue aprobada a fines de 2005 y promulgada en 2006 por la recién asumida Presidenta Michelle Bachelet.

Uno de los últimos conflictos ligados a esta norma se produjo a fines de 2008, cuando la Contraloría General de la República pidió precisar un decreto ministerial acerca de la fiscalización de los puntos de venta ubicados cerca de los colegios. Los suplementeros y Chiletabacos cuestionaban el instructivo ya que se establecía que se prohibía la venta a 100 metros de cualquier acceso de los colegios, y no sólo de la puerta principal, como planteaban ellos. La Contraloría dio la razón a la tabacalera y a los suplementeros.²⁰

En septiembre de 2009, el senador y presidente de la Comisión de Salud del Senado, Guido Girardi propuso hacer una serie de modificaciones a la actual normativa. Girardi planteó que se debe “endurecer la ley” con tres aspectos fundamentales: aumento del precio de los cigarrillos mediante incremento de los impuestos al tabaco; mayor fiscalización, aspecto que a su parecer ha decaído y prohibición de toda forma de publicidad o promoción que incite al consumo, incluyendo publicidad encubierta. La propuesta no ha contado con apoyo del Ejecutivo.

Otra idea que en algún momento se planteó sin éxito fue la de establecer que restaurantes y pubs tuvieran un horario diferenciado para permitir el consumo de tabaco, en vez de establecer ambientes 100% libres de humo. Una propuesta de aumentar el número de advertencias sobre los riesgos de fumar a seis por año (en vez de una) tampoco prosperó.

En mayo de 2009, dos nuevas iniciativas fueron presentadas a la Cámara de Diputados: agrandar la advertencia, y modificar el Código del Trabajo para proteger a las personas que trabajan en locales donde se consume tabaco.

De ser uno de los primeros países de la región en modernizar su legislación, Chile ya quedó atrás de países, como Uruguay, Panamá, Guatemala y Colombia, que se han declarado Países Libres de Humo de Tabaco.

El agosto de 2009, el Ministerio de Salud entregó a la prensa un panorama del impacto de la ley y de las políticas desde el año 2000.²¹ Según el Ministerio, el consumo en adolescentes se redujo de 42% a 35%, siendo éste el único grupo poblacional donde hubo avances. El resto no experimentó cambios. Los hombres mantienen el nivel de prevalencia del cigarrillo en 40% y las mujeres, pese a los desincentivos de la ley, aumentaron su consumo de 41% a 42% respecto de 2005, cuando aún no regía la norma, indicó el artículo periodístico. Tampoco ha caído la venta de cigarrillos, que se sitúa en 14 mil millones cada año.

Estos resultados apuntan a que Chile sigue sin cumplir con el Convenio Marco, y en especial con respecto a ambientes 100% libres de humo, políticas de prevención y acciones para regular las interferencias de la industria tabacalera. Además, sigue sin cumplir con sus propias metas de bajar las tasas de prevalencia, que están dentro de las más altas de la región. ●

20. Contraloría General, Diario La Nación, “Ministerio de Salud reformulará fiscalización de Ley del Tabaco”, 17 de diciembre 2008, http://www.lanacion.cl/prontus_noticias_v2/site/artic/20081216/pags/20081216212210.html

21. “Escaso impacto en fumadores y en venta de cigarrillos a tres años de la ley antitabaco”, El Mercurio, 31 de agosto de 2009, <http://blogs.elmercurio.com/cronica/2009/08/31/escaso-impacto-en-fumadores-y.asp>

3. ARTICULO 5.3 DEL CONVENIO MARCO: CÓMO REGULAR LA INDUSTRIA

El Artículo 5.3 del Convenio Marco obliga a los países ratificantes a proteger sus políticas de salud de las interferencias de la industria del tabaco. En noviembre de 2008, estos países adoptaron, de forma unánime, nuevas directrices con recomendaciones a los gobiernos. Principio 1 de las directrices señala el “conflicto fundamental e irreconciliable entre los intereses de la industria tabacalera y los intereses de las políticas de salud pública.”²²

Las directrices estipulan las siguientes medidas de transparencia, entre otras:

- Interacciones entre el Gobierno y la industria del tabaco deberían incluir audiencias públicas, anuncios públicos de las interacciones y divulgación de los registros.
- Divulgación de las actividades de la industria del tabaco, como: producción, fabricación, participación en el mercado, ingresos, gastos de publicidad, filantropía, con multas a la industria del tabaco en caso de proporcionar información falsa o engañosa.
- Divulgación o inscripción de entidades afiliadas a la industria del tabaco, incluyendo a los grupos de presión política.

- Para los postulantes a los cargos del Gobierno relacionados a las políticas de salud, declaración de todos los trabajos actuales o anteriores que hayan tenido en la industria del tabaco; y para los ex funcionarios públicos de la salud, divulgación de cualquier plan para trabajar en la industria del tabaco.

También estipulan las siguientes prohibiciones:

- No a las alianzas, convenios no vinculantes o de cumplimiento no obligado, entre la industria del tabaco y los Gobiernos.
- No a las contribuciones de la industria del tabaco a los Gobiernos.
- No a las leyes o políticas redactadas por la industria del tabaco, y no a los códigos voluntarios de la industria del tabaco para sustituir medidas con fuerza legal.
- No a la representación de la industria del tabaco en los organismos públicos que controlan el tabaco o en las delegaciones del Convenio Marco. ●

22. Directrices Artículo 5.3, http://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3/es/index.html

4. MARCO REGULATORIO NACIONAL

En los últimos años, Chile ha dictado nuevas normas para transparentar la administración pública y regular donaciones que podrían influir en los procesos electorales. No obstante, quedan pendientes importantes iniciativas legislativas en el campo del lobby y la práctica llamada “puerta giratoria”. Aunque últimamente se ha asociado este término con la facilidad con que salen delincuentes de la cárcel, también se aplica cuando un regulador estatal deja su cargo público para inmediatamente ser contratado por una de las empresas privadas que regulaba.²³

• **Financiamiento de campañas políticas: Ley 19.884 sobre Transparencia, Límite y Control de Gasto Electoral (2003)**

Uno de los principales aspectos que motivaron la discusión de una ley que estableciera normas sobre el gasto electoral es el riesgo de que los aportes que pudieran ser hechos por personas o empresas pudieran implicar que se fijen políticas públicas en función de quien aporta más, o que haya privilegios especiales para los que demuestren financiar una campaña.

De acuerdo con el documento “Financiamiento político en Chile” de Chile Transparente, capítulo chileno de Transparencia Internacional, la norma busca “generar igualdad de oportunidades en la contienda electoral; resguardar ciertos niveles de transparencia y rendición de cuentas con respecto al origen y a la asignación de fondos públicos y privados; prevenir el tráfico de influencias y cerrar los espacios a la corrupción política; prevenir el ingreso a la escena política de dinero proveniente del crimen organizado, en particular, del narcotráfico”.²⁴

No obstante, la normativa hace posible millonarios aportes de privados sin dejar huellas. Más que garantizar la transparencia de las donaciones, la normativa oculta al electorado y, en cierta medida, al propio candidato, el nombre de quien dona.

La decisión de aportar dinero a una elección no es exclusiva del dueño de una empresa. Las empresas también deciden aportar a una o varias campañas tras acuerdos de directorio. La figura más usada durante el período electoral es la del “recaudador” de campaña. Se trata de equipos que se reúnen con compañías y establecen acuerdos de palabra para un financiamiento. Otras empresas entregan sus donaciones proporcionalmente a los votos obtenidos en elecciones pasadas.

CHILETABACOS: BAT LO PERMITE, PERO NO LO HACEMOS

El documento “Política sobre Contribuciones Públicas” de Chiletabacos señala que a nivel mundial se han fijado Normas de Conducta de Negocios en que BAT “ha establecido estrictos controles, políticas de transparencia y definido las condiciones excepcionales sobre las cuales se podrían realizar contribuciones a partidos y organizaciones políticas, sus representantes, políticos elegidos y candidatos”.²⁵

El documento “Normas de Conducta de Negocios” establece que “las empresas del Grupo pueden hacer contribuciones a partidos y organizaciones políticas, sus representantes, políticos elegidos y candidatos, siempre que tales pagos: sean realizados solamente con el propósito de influir en el debate sobre temas que afectan a la empresa o Grupo, y no para lograr negocios impropios u otra ventaja (como para asegurar un contrato con el gobierno); no tengan la intención de beneficiar personalmente al receptor o su familia, amigos, asociados o conocidos; y sean permitidos bajo todas las leyes vigentes”.²⁶

Además, establece que las donaciones deben ser autorizadas por el directorio de la empresa del grupo y que deben ser documentadas e ingresadas a registro público, cuando la ley lo exige.

En Chile, sin embargo, la empresa anuncia una política divergente: “Sin embargo, en Chile ha sido parte de la política interna de nuestra empresa, permanentemente ratificada por el directorio, no realizar donaciones, ni contribuciones, ante ninguna circunstancia, a entidades y/o partidos políticos (*sic*) y/o sus representantes. Las normas sobre Conducta de Negocios de BAT respaldan nuestro compromiso con las grandes exigencias de conducta corporativa y están disponibles en www.chiletabacos.com, sección Noticias y Documentos”.²⁷

A sus funcionarios, Chiletabacos les advierte que no se deben involucrar en actividades políticas que puedan ser entendidas como decisiones de la empresa y que, en caso de participar, deben hacerlo en su tiempo libre y usando sus propios recursos.

¿Cómo comprobarlo?

Diversos mecanismos hacen muy difícil que en Chile sea de verdad transparente y rastreable el origen de los dineros que financian las campañas electorales. Los aportes se van a una cuenta que mantiene el Servicio Electoral (Servel). Una vez que se acredita el depósito, el Servel emitirá un certificado electrónico para el aportante, en el que sólo se consigna el monto, no la identidad. Luego, mediante un sistema de claves electrónicas, el donante podrá hacer una “distribución” de los fondos en uno o más candidatos si así lo estima pertinente.

En resumen, no queda huella ni registro alguno del aporte, lo que no implica que un privado pueda tomar contacto con un candidato o haber pactado antes la entrega de fondos.

Una mirada al financiamiento de anteriores campañas demuestra cómo funciona la ley. Reportajes publicados recientemente en el sitio web Ciper Chile²⁸ y en El Mercurio²⁹ contabilizan los casi \$1.556 millones de peso en “aportes reservados” (sumando primera y segunda vuelta) que recibió la actual Presidenta de la República, Michelle Bachelet, quien se transformó en la candidata que recibió más dinero en la anterior campaña presidencial de 2005. En total, hubo 237 distribuciones de fondos desde el Servel, pero los aportantes pudieran ser menos, ya que uno puede hacer varias distribuciones de ingresos.

A diferencia de Chile, en Estados Unidos se puede rastrear hasta el último detalle de las donaciones públicas. Basta con ver la página web *Open Secrets*.³⁰

QUÉ DICE LA LEY

La ley establece en su artículo 8 que será financiamiento privado de campaña electoral “toda contribución en dinero, o estimable en dinero, que se efectúe a un candidato o partido político, sea que se materialice bajo la forma de mutuo, donación, comodato o cualquier acto o contrato a título gratuito, destinado al financiamiento de gastos electorales”.³¹

El máximo establecido que una persona puede aportar está establecida por la ley según tipo de candidatura: 1000 UF (\$20.997.000 al 8 de noviembre) a un candidato a alcalde por elección; 1.250 UF (\$26.246.250) a candidatos a diputado o senador y 2.000 UF (\$41.994.000) en candidatos a la presidencia. Sin embargo, el tope máximo que una persona o institución puede destinar a distintos candidatos es de 10.000 UF (\$209.970.000)

No obstante, el artículo 16 del cuerpo legal agrega diversos mecanismos que hacen muy difícil que el origen de los dineros que financian campañas electorales sea de verdad transparente y rastreable.

Este artículo crea tres figuras distintas de donaciones: aportes “anónimos”, “reservados” y “públicos”.

- Los aportes “anónimos” serán todos aquellos que no superen las 20 UF (\$419.940). En este artículo se deja a discrecionalidad del donante hacer conocida su identidad y monto aportado. El artículo 17 señala que “cualquier aportante podrá solicitar se consigne su identidad y el monto de su contribución”. En todo caso, durante la campaña, los aportes anónimos no podrán sobrepasar el 20% del límite de gastos electorales definido por la ley.

- Los aportes “reservados” son aquellos que fluctúen entre las 20 UF y las 1500 UF (\$31.495.500), si van directamente al candidato, pero pueden llegar hasta las 3000 UF (\$62.991.000) si se destinan a un partido o a un con-

junto de candidatos. En el artículo 18 queda de manifiesto que cualquier empresa puede hacer millonarios aportes a los candidatos presidenciales sin que quede el más mínimo rastro de su aporte, ya que establece la discrecionalidad para el aportante de “solicitar que se consigne su identidad y monto de su contribución”.

- Los llamados “aportes públicos” son aquellos aportes mensuales que reciban los partidos políticos fuera del período electoral cuando éstos sean de un monto igual o superior a las 100 UF por cada aportante. No obstante, serán reservados, si el monto entregado es de 20 a menos de 100 UF. Los partidos políticos sólo están obligados a informar mensualmente las donaciones públicas.

Procedimiento en secreto

Los aportes se van a una cuenta que mantiene el Servicio Electoral (Servel). Una vez que se acredita el depósito, el Servel emitirá un certificado en el que sólo se consigna el monto, no la identidad. Luego, mediante un sistema de claves electrónicas, el donante podrá hacer una “distribución” de los fondos en uno o más candidatos si así lo estima pertinente.

Incluso, el aportante puede fijar un mandato especial en notaría para que sea otra persona la que haga el trámite de transferencia en el Servel, lo que lo hace aún más difícil conocer su identidad. En el caso de personas jurídicas, los aportes se hacen sólo con mandato especial.

El sistema electrónico que establezca el Servel deberá, además, “asegurar tanto la reserva de la identidad del donante, como garantizar que éste no obtendrá documento alguno que permita identificar su donación ante el donatario o terceros”.

De hecho, el nivel de transparencia es tan alto que se puede apreciar cómo la industria del tabaco apoyó con mayor energía al Partido Republicano de EE.UU., llegando a un total de US\$10 millones para financiar campañas en 1996, bajando hasta US\$4 millones en las elecciones de 2008. Incluso se puede llegar al detalle de qué empresas aportaron, qué montos entregaron, a qué partidos lo hicieron y si se trata de dineros de la empresa o de trabajadores.³²

• Ley 20.285: Transparencia Pública y Acceso a Información (2009)

Desde abril de 2009 comenzó a regir la Ley de Transparencia Pública y Acceso a la Información que obliga al Estado a poner a disposición ciudadana información sobre las remuneraciones de empleados fiscales, tipo de contratación, beneficios que recibe y los detalles de las compras públicas y contratación de bienes muebles y servicios que realice dicho organismo. Cada mes, las entidades estatales deben actualizar en sus respectivas páginas web su estructura orgánica, nóminas de sueldo, facultades y funciones.

Las reparticiones del Estado tienen un plazo de 20 días hábiles para responder a las inquietudes de las personas, los que se pueden prorrogar por otros veinte días hábiles en casos justificados.

La ley creó el Consejo para la Transparencia, entidad que debe velar por el cumplimiento de la ley.³³

Para solicitar información, se puede hacer a través de la página web de la institución o mediante una solicitud al organismo respectivo en alguna de sus oficinas. El Consejo actúa recibiendo reclamos cuando las reparticiones públicas no dan satisfacción a lo requerido por un ciudadano.

La Dirección del Consejo consta de cuatro consejeros designados por el Presidente de la República. A este Consejo Directivo le corresponde la dirección y administración superiores del Consejo para la Transparencia. Sus integrantes actuales son: Alejandro Ferreiro, Juan Pablo Olmedo, Raúl Urrutia y Roberto Guerrero Valenzuela. El último es socio del estudio de abogados Guerrero, Olivos, Novoa, Errázuriz, junto con Roberto Guerrero del Río, vicepresidente del directorio de Chiletabacos.³⁴

• Transparentar el lobby: Tarea pendiente

Un tema no contemplado en la Ley de Transparencia son las medidas destinadas a regular la actividad de cabildeo más conocida como lobby.

Un proyecto de ley que busca regular el lobby fue ingresado al Congreso el 5 de noviembre de 2003, en el Gobierno de Ricardo Lagos.

Luego de avanzar con lentitud hasta 2008, la Presidenta Bachelet lo puso en *standby* para que fuera tramitado una vez que la Ley de Acceso a la Información Pública saliera publicada en el Diario Oficial (lo que ocurrió a principios de

2009), ya que alude al nuevo organismo (el Consejo para la Transparencia) creado por dicha norma.

Las indicaciones establecen que el Consejo para la Transparencia llevará el registro de lobbyistas, y no el Ministerio de Justicia como señalaba la propuesta inicial.

Entre los que no pueden efectuar labores de lobby se incluye a los funcionarios de confianza del Presidente de la República. Entre las actividades que no considerarán como lobby figuran las declaraciones o informaciones proporcionadas ante comisiones del Congreso sobre algún tema en particular, las que sin embargo deberán quedar registradas.

En resumen, todavía no hay ley de lobby ni registro de lobbyistas. Del mismo modo, tampoco se han creado normas para regular el traspaso de funcionarios públicos de alto rango a empresas privadas que han regulado, y viceversa.

Lobbyistas que previamente ocupaban altos cargos gubernamentales han estado vinculados al mundo de las tabacaleras. El más conocido es Enrique Correa, dueño de la consultora de comunicaciones Imaginación y ex ministro de Patricio Aylwin, quien ha asesorado a Chiletabacos, los laboratorios farmacéuticos nacionales, el grupo Luksic y empresas mineras, entre otros.

Un ejemplo de la rapidez de la “puerta giratoria” entre gobierno e industria es el de Jorge Rodríguez Grossi, ex ministro de Economía en el gobierno de Ricardo Lagos (ministerio que debió opinar en el proceso de discusión de la ley cuando se tramitó la nueva ley de control del tabaco), quien pasó directamente de ese cargo ministerial al directorio de la tabacalera.●

23. Definición “puerta giratoria”, <http://www.transparenciacdh.uchile.cl/glosario/#6>

24. “Financiamiento político en Chile”, Documento de Trabajo N° 4, Mayo 2008, Chile Transparente, www.chiletransparente.cl

25. “Política sobre Contribuciones Públicas”, <http://www.chiletabacos.cl>

26. Documento “Normas de Conducta de Negocios”, página 11

27. “Política sobre Contribuciones Públicas”, <http://www.chiletabacos.cl>

28. Ciper Chile, 24 y 25 de septiembre de 2009, <http://ciperchile.cl/2009/09/24/gastos-e-ingresos-electorales-i-la-campana-presidencial-2005-peso-a-peso/>

29. “Partieron las donaciones de empresas a los candidatos”, El Mercurio, 1 de noviembre 2009, <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=68955>

30. Open Secrets, <http://www.opensecrets.org/industries/indus.php?ind=A02>

31. <http://www.servel.cl/servel/index.aspx?channel=175>

32. Open Secrets, <http://www.opensecrets.org/industries/contrib.php?ind=A02&cycle=2008>

33. Consejo para la Transparencia, www.consejotransparencia.cl

34. Abogados Guerrero, Olivos, Novoa, Errázuriz, http://temp.guerreroolivos.cl/?page_id=4

5. PRÁCTICAS MONOPÓLICAS GATILLAN DISPUTA ENTRE GIGANTES

Donde al parecer el marco regulatorio sí estaría funcionando bien, aunque tarde, es en lo referido a las prácticas monopólicas y la defensa de la libre competencia.

Durante casi 100 años, Chiletabacos ha dominado sin contrapesos el mercado nacional del tabaco. No obstante, el intento de ingreso de Philip Morris a comienzos de esta década ha derivado en una fuerte disputa que llegó incluso a la justicia y a los entes antimonopolio.

En noviembre de 2009, la Fiscalía Nacional Económica (FNE) de Chile pidió la multa máxima que permite la ley (unos US\$17 millones) a Chiletabacos por atentados a la libre competencia. La FNE acusa a la compañía de reincidencia por incumplir un fallo del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) de 2005, lo cual fue ratificado en 2006 por la Corte Suprema.

Además, en julio de 2009, Philip Morris demandó a Chiletabacos pidiendo una indemnización por unos US\$137,5 millones en el Décimo Juzgado Civil de Santiago.

Philip Morris reclama que Chiletabacos lo perjudicó en un monto similar al impedirle acceso al mercado. Chiletabacos respondió que su rival quiere enriquecerse de manera “oportunistamente”, alegando que la cuota de mercado de Philip Morris ha variado entre 1,4 y 3,3% entre 2002 y 2009, y no podría haber obtenido el 25% del mercado, como argumenta Philip Morris.³⁵

Durante años, Philip Morris ha intentado ingresar al mercado. No obstante, Chiletabacos ha tenido políticas muy restrictivas con los distribuidores minoristas, a quienes, según la demanda de Philip Morris, restringía el crédito o negaba abastecerlos de cigarrillos si vendían las marcas del competidor.³⁶

Según la resolución del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Chiletabacos llegó a retirar productos y material de marketing y merchandising de Philip Morris y lo cambió por el propio. También pagó incentivos en puntos de venta a cambio de no vender ni exhibir productos Philip Morris y estableció contratos de exclusividad de venta.³⁷

En enero de 2006, la Corte Suprema confirmó la sentencia dictada por el Tribunal de la Defensa de la Libre Competencia de fecha 5 de agosto de 2005, en el que acogió una denuncia de Philip Morris por conductas contrarias a la libre competencia, consistentes en la imposición de barreras a la entrada de un nuevo competidor.³⁸

La FNE dice que aunque la firma ha ido adoptando políticas comerciales que apuntan a cumplir con la sentencia del 2005, se siguen produciendo incumplimientos graves. La FNE entregó al TDLC, con carácter confidencial, dos declaraciones de testigos y 49 actas notariales en las que representantes de diversos puntos de venta manifiestan abiertamente tener exclusividad de venta y publicidad con Chiletabacos y recibir contraprestaciones monetarias por ello. También señalan que tienen prohibición de publicar o vender marcas de cigarrillos distintas a las de esa empresa.³⁹

35. “Chiletabacos acusa a Philip Morris de buscar ‘enriquecimiento ilegítimo’”, Diario Financiero, 5 agosto 2009, http://df.cl/portal2/content/df/ediciones/20090805/cont_118523.html

36. “Philip Morris demanda a Chiletabacos y exige US\$137,5 millones de indemnización”, <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={39acbde5-2975-4cac-9211-50c2e0a250c1}>

37. República de Chile, Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Sentencia N° 26/2005

38. En enero de 2006 ... competidor. [http://www.chiletabacos.cl/oneweb/sites/CHI_5CTJVVX.nsf/vwPagesWebLive/DO6V4KNZ/\\$FILE/medMD6V4KTJ.pdf?openelement](http://www.chiletabacos.cl/oneweb/sites/CHI_5CTJVVX.nsf/vwPagesWebLive/DO6V4KNZ/$FILE/medMD6V4KTJ.pdf?openelement)

39. “FNE pide multa máxima para Chiletabacos en demanda por abuso de posición dominante”, La Tercera, 24 Nov. 2009, http://latercera.com/contenido/743_200446_9.shtml

6. TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

“Las compañías son agentes sociales que enfrentan complejidades y que también cometen errores. A la sociedad le interesa que nosotros demos a conocer nuestros aportes, lo que debemos mejorar y comunicarlos abiertamente de modo que la sociedad establezca su juicio”. La explicación de cómo manejar la imagen pública de una empresa que vende un producto “controversial” la da Carlos López, gerente de asuntos corporativos de Chiletabacos.⁴⁰

Chile Transparente y Chiletabacos

No debe extrañar, entonces, que Chiletabacos es uno de los ocho Miembros Cooperadores que sostiene a Chile Transparente, con aportes que van desde 600 UF hasta 2.500 UF.⁴¹

Chile Transparente, ONG creada en 2003, es el capítulo chileno de Transparencia Internacional. Dice “combatir la corrupción desde una perspectiva integral, creando conciencia sobre los beneficios de la transparencia en las organizaciones públicas y privadas, y dando a conocer los costos económicos y sociales que implica la corrupción. Desarrolla proyectos que posicionan los valores de la transparencia y la probidad, y elabora herramientas y prácticas que permitan mejorar los niveles de integridad y acceso a la información de la ciudadanía”.⁴²

La presidenta del directorio de Chile Transparente desde agosto de 2009 es Karen Poniachik, ex Ministra de Minería y, desde mayo, integrante del directorio Chiletabacos.

Dos ex integrantes del directorio de Chiletabacos también figuran entre los socios de Chile Transparente: Alberto Etchegary (ex ministro de Vivienda en el Gobierno de Patricio Aylwin) y Carlos Hurtado Ruiz Tagle (ex ministro de Obras Públicas en ese mismo período). De hecho, Hurtado fue reemplazado en el directorio de la tabacalera por Poniachik.

El trabajo que realiza Chile Transparente “ha sido un gran referente para Chiletabacos”, explica López al anunciar la incorporación de la tabacalera como miembro cooperador. “Tiene que ver con el hecho de que nosotros manejamos un producto que es controversial, que tiene una serie de riesgos asociados. Por eso nuestra relación con la sociedad tiene que darse en un contexto de total transparencia, diálogo y apertura. Por lo tanto, la transparencia, es un eje central del accionar de nuestra compañía y de nuestro modelo de negocio”, concluye.

Responsabilidad Social Empresarial: Acciones y auspicios

Siguiendo las pautas dadas por su empresa matriz British American Tobacco, cuya política global de responsabilidad social ha sido ampliamente cuestionada, Chiletabacos ha perfeccionado su discurso de Responsabilidad Social Corporativa.⁴³ Se presenta a sí misma como una empresa ejemplar, comprometida con el medioambiente, sus empleados y la comunidad – y desasociada con el producto nocivo que vende. En el año 2007, recibió el premio de Acción RSE por su “Diálogo con Stakeholders” y su reporte de sustentabilidad. En septiembre de 2009, Chiletabacos fue uno de los auspiciadores “platinum” del Foro Responsabilidad Social Empresarial en las Américas, como parte del 9° Encuentro Internacional de Acción RSE, entidad de la cual es socio.

Muchas actividades de filantropía y auspicio de la empresa fueron eliminadas bajo la prohibición de publicidad, promoción y patrocinio contenida en la ley del 2006. Sin embargo, todavía hay organizaciones que gozan de esta relación.

En junio de 2009, Chiletabacos colaboró directamente con estudiantes de la Universidad Federico Santa María, quienes lanzaron la campaña “Tú manejas tu carrete”. La idea surgió de un grupo de estudiantes de Ingeniería Civil Industrial como una forma de contrarrestar los nefastos efectos de la dupla alcohol-volante. Consistía en que al conductor de un vehículo se le ponía una pulsera que le permitía entrar a bares con el compromiso de no beber alcohol. Resulta irónico que la tabacalera, cuyo producto matará a uno de cada dos consumidores, patrocine a una actividad en contra de otro producto, también nefasto para los jóvenes, debido a las altas tasas de mortalidad por accidentes de tránsito.⁴⁴

Otro ejemplo llamativo de la supuesta defensa de la salud de los mismos consumidores a quienes, por medio de su producto, están perjudicando, se dirige a otro blanco del mercado de cigarrillos: las mujeres. Con la misma astucia con que interpretó en sus campañas publicitarias, al anhelo de autonomía de la mujer moderna, Chiletabacos da auspicio al Programa Mentores de ComunidadMujer.⁴⁵

Mención especial en este sentido merece las actividades de Philip Morris, su menoscabado rival en el mercado chileno. En Costa Rica y la República Dominicana, donde la empresa tabacalera estadounidense también busca posicionarse en el mercado y evitar mayor regulación, Philip Morris apoya a casas de refugio para mujeres víctimas de violencia doméstica.⁴⁶

Un ejemplo más del uso estratégico de auspicios lo da el Foro Económico de la Asociación de Periodistas de Economía y Finanzas (AIPEF).⁴⁷ Chiletabacos es un *sponsor* de la Asociación, que celebró el pasado 16 de septiembre un foro anual con el auspicio de la tabacalera. El principal invitado fue el jefe de la División de Desarrollo de Mercados del Ministerio de Economía, quien disertó sobre “Regulación y transparencia: efectos sobre el libre mercado”.

El fin principal de estas acciones es posicionar la empresa como locutor válido para todo lo que concierne su producto. Su forma de tratar la controversia es traspasar toda la polémica al *producto* y dejar fuera de crítica a la *empresa* que lo produce y lo comercializa. Con considerable sutileza, se ha posicionado como un ciudadano corporativo responsable, abierto al diálogo y dispuesto a buscar soluciones a toda inquietud.

Una muestra clásica de esta estrategia viene de un informe sobre las reputaciones de las grandes empresas nacionales, publicado en la revista *Qué Pasa* en 2008. Llevado a cabo por la Reputation Institute y la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, el reportaje halaga a Chiletabacos por haber elevado su reputación después de la “posición castigada” en que se encontró en 2006, luego de la implementación de la Ley del Tabaco. Según William Pullen, director de Reputation Institute, Chiletabacos vio repuntar su reputación de manera singular en 2007 y 2008 ya que “la Ley de Tabaco y la conciencia pública que se instaló respecto al tema del cigarro produjo modificaciones en las percepciones y los hábitos de consumo” del tabaco. “La gente se adaptó y se ha producido una suerte de acomodo positivo entre los fumadores y los no fumadores. Es un *cambio de conducta propiciado por la empresa* [Nota del Editor: énfasis agregado] que ha armonizado la relación entre ambos”.⁴⁸ ●

40. <http://www.chiletransparente.cl/home/boletin.html>

41. Chile Transparente, www.chiletransparente.cl

42. www.chiletransparente.cl

43. “Tobacco industry and corporate responsibility... an inherent contradiction”, World Health Organization (2004), www.who.int/tobacco/media/en/tob-industry.pdf; “BAT’s Big Wheeze, Action on Smoking and Health”, (2004), www.ash.org.uk/ash_di70eely.htm

44. Campaña “Tú manejas tu carrete”, <http://www.guiaplaza.com/notas-de-prensa/notas.php?idnot=2742>

45. ComunidadMujer, <http://www.comunidadmujer.cl/>

46. Philip Morris International, <http://www.philipmorrisinternational.com/PMINTL/pages/eng/community/Community.asp>

47. Asociación de Periodistas de Economía y Finanzas, <http://www.aipef.cl/noticia.php?id=88>

48. “Las empresas con mejor reputación en Chile”, Revista Qué Pasa, 14 noviembre de 2008, posteo en <http://www.reputationinstitute.com/about/ri-press>

7. LA PRENSA NACIONAL: VOLVER A MIRAR

El rol de la prensa fue clave durante el proceso de discusión del Convenio Marco y la ley posterior. El primer análisis detallado acerca de las estrategias de Chiletabacos para enfrentar la amenaza de mayor regulación fue elaborado en 2004 a través del programa “Canalizando la Indignación” de la Organización Panamericana de la Salud.⁴⁹ El informe puso en evidencia aspectos desconocidos de los nexos influyentes de Chiletabacos con el mundo político-empresarial y sus abultadas donaciones a centros académicos, entidades culturales y actores estratégicos en los ámbitos de opinión y apoyo público.

Este material fue la base de un extenso reportaje televisivo (“Cortina de Humo” programa Contacto, Canal 13), que ayudó a destrabar la ratificación del Convenio Marco al denunciar el pago a científicos chilenos para que alteraran información acerca del impacto del humo del cigarrillo (el notorio Proyecto Latino, iniciativa regional de la industria). El segmento sobre el desempeño del actual candidato presidencial, Eduardo Frei, quien vetó el financiamiento de la reforma a la salud con impuestos al tabaco, le valió a la periodista una amenaza de acción judicial por parte de Frei, que no se materializó.

Los medios de comunicación también aportaron de manera muy significativa a la discusión de la nueva ley durante 2005 y 2006 con su cobertura de las acciones, los aliados y las campañas publicitarias de Chiletabacos para lograr minimizar restricciones que ya no se podía evitar con promesas de auto-regulación y cortesía voluntaria. El empeño periodístico fue decisivo para proveer a la opinión pública la información objetiva y necesaria para apoyar las restricciones contempladas en la ley. Pero esta labor también tuvo sus costos, en acusaciones no fundadas, amenazas veladas e incluso el despido de un connotado periodista.

Desde entonces, sin embargo, el interés sobre la industria y su impacto en la salud pública parece haber mermado. Los titulares noticiosos sobre las demandas entre las tabacaleras y las decisiones de las autoridades económicas no traspasan las páginas financieras. La cobertura de los avances, estancamientos e impactos de la nueva legislación no indaga razones. La participación de periodistas e investigadores nacionales en talleres nacionales e internacionales de capacitación sobre tabaquismo, cáncer, ambientes libres de humo, contrabando y la industria tabacalera promete fomentar mayor atención y cobertura objetiva de los temas. Este informe pretende aportar a esta labor. ●

49. “La industria tabacalera en Chile: Probables estrategias frente al proceso de ratificación del Convenio Marco para el Control del Tabaco”, CIPRESS, 2004, www.epes.cl

8. LO QUE VIENE: PRODUCTOS NUEVOS

Las nuevas alternativas al cigarro convencional –los cigarrillos electrónicos, los *snus* (tabaco no combustible), los chicles y pastillas (caramelos, sin tabaco pero con nicotina)– plantean desafíos a la efectividad de la legislación actual para proteger la salud de los y las consumidores. Son productos que no requieren combustión para generar la misma sensación que ocasiona la nicotina, droga altamente adictiva, en el organismo.

La introducción de estos productos parece caer en un área gris –si no totalmente afuera– de la normativa chilena. Ésta sólo regula productos hechos con tabaco, entendiendo como tales, “cualquier producto que contenga o sea preparado totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco”. Los productos que no contengan hojas de tabaco (pero sí nicotina) no sólo podrían ser objeto de publicidad masiva, sino que también podrán ponerse a disposición de menores de edad, como es el caso de los caramelos y pastillas con nicotina. A su vez, los productos de tabaco no combustibles no enfrentarían las restricciones relacionados al humo ambiental, aunque sí podrían presentar riesgos a la salud.

Los dos productos más promisorios para la industria tabacalera en el mercado local son: el cigarrillo electrónico y los *snus*.

• Cigarrillo electrónico

El cigarrillo electrónico llamado Free Smoke ya debutó en Chile. El 25 de septiembre se instaló con un local de Parque Arauco para ofrecer aspiradas y vender el kit de boquillas (a \$59.900) y cartuchos recargables. Se promociona como producto sin agentes considerados cancerígenos ni dañinos para la salud y el medio ambiente, aunque se comercializan con y sin nicotina. La empresa ya está preparando la apertura de franquicias en Viña, La Serena, Concepción y Calama.⁵⁰

• Snus

En un artículo publicado el 16 de noviembre, el CEO de British American Tobacco, de la empresa matriz de Chiletabacos, dio una entrevista en Inglaterra al diario El Mercurio donde reveló su gran apuesta para el futuro: los *snus*. Se trata de una pequeña bolsita con tabaco que se coloca debajo del labio superior. “Ya estamos haciendo pruebas de mercado en Canadá, Sudáfrica y también en Suecia, donde es un producto muy aceptado”, dijo Paul Adams, “aunque debo ser cuidadoso en este punto, porque al fin de cuentas, el tabaco es tabaco.” La empresa valora como oportunidad de negocio

nuevos cigarrillos “menos dañinos” y los productos no combustibles que podrán lograr la aprobación de las autoridades y de los consumidores.⁵¹

Aún no se puede comprar *snus* en Chile (salvo por Internet). Sin embargo, todo indica que no tardarán en llegar. En mayo, académicos y representantes del sector salud de diversas instituciones recibieron esta invitación para asistir a una reunión en las oficinas comerciales de la Embajada de Suecia:

“Eugenio Astete Guzmán, Decano de la Facultad de Gobierno de la Universidad del Desarrollo, y Carlos López Arancet, Gerente de Asuntos Corporativos de Chiletabacos, saludan atentamente a usted y tienen el agrado de invitarlo a un desayuno de análisis académico en el que dos importantes investigadores internacionales, Carl V. Phillips, MPP, PhD y Brad K. Rodu, DDS, expondrán los avances surgidos en materia de productos de tabaco no combustibles, con especial énfasis en la experiencia sueca en este ámbito. En esta reunión, de carácter privado, nuestro interés es compartir esta información con un selecto grupo de representantes nacionales de la comunidad médica, científica y de políticas públicas para realizar un análisis crítico y abierto de estos nuevos productos”.

¿Qué promueven estos “importantes investigadores internacionales”? Carl Phillips tiene una página web en la que señala textualmente que el daño por el tabaco no lo produce la nicotina, sino el humo del cigarrillo.⁵² Y el investigador Brad Rodu demuestra la disminución del consumo de tabaco en escolares suecos mediante el reemplazo por *snus*.⁵³ ●

50. Free Smoke, www.freesmoke.cl

51. “CEO de British American Tobacco analiza la crisis y da claves sobre el cigarrillo del futuro”, El Mercurio, 16 de noviembre de 2009, <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=69401>

52. Carl Phillips, <http://www.tobaccoharmreduction.org/index.htm>

53. Brad Rodu, <http://tobaccocontrol.bmj.com/cgi/content/abstract/14/6/405>

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El poco éxito logrado para reducir el consumo de tabaco en Chile, así como las debilidades de la ley actual y los obstáculos para respetar el Convenio Marco, prometen generar grandes debates en el 2010.

El sondeo “Despejar el aire sobre políticas de control de tabaco y la industria tabacalera”, llevado a cabo por Fundación EPES en noviembre de 2009 (ver: www.epes.cl) da cuenta de las propuestas de los candidatos a las elecciones presidenciales, de cuyos resultados dependerán las políticas futuras.

Es en el escenario de políticas sanitarias, legislativas y regulatorias donde se ejercerán las voluntades para lograr las reformas que la salud de Chile requiere. Tanto el nuevo Congreso como el nuevo Presidente y sus equipos ministeriales, tendrán que pronunciarse sobre las múltiples dimensiones de esta epidemia sanitaria y los intereses corporativos que la sustentan. Entre ellas:

Fiscalizar y perfeccionar la ley No. 20.105 y otras regulaciones relevantes:

- Ampliar la normativa que regula los ambientes públicos 100% libres de humo de tabaco para proteger a todos frente al humo de segunda mano con leyes que exijan lugares de trabajo y lugares públicos libres de humo.
- Aplicar prohibiciones totales sobre la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco.
- Aumentar el número de advertencias gráficas en las cajetillas e implementar otras medidas para advertir sobre los peligros del consumo, con campañas y programas de prevención focalizados en escolares y mujeres.
- Adecuar las normas relativas a los productos no combustibles de tabaco y la nicotina.
- Vigilar por el cumplimiento de las medidas anti-monopólicas en el mercado nacional dictadas por las autoridades económicas.

Implementar el Convenio Marco:

- Regular y transparentar las actividades de lobby de la industria tabacalera, y en especial las Directrices del Art. 5.3, para:
 - Transparentar las contribuciones a campañas, partidos o candidatos políticos por parte de la industria.
 - Establecer un registro de lobbyistas, organizaciones afiliadas y grupos de presión que representan o actúan a nombre de la industria.
 - Normar la llamada “puerta giratoria” entre empresas tabacaleras y altos puestos del gobierno, como forma de impedir que funcionarios del Estado lleguen a ocupar cargos en instituciones privadas sujetas a sus deberes fiscalizadores anteriores.
- Aumentar el precio de los productos de tabaco incrementando los impuestos al tabaco (Art. 6).
- Apoyar la elaboración del nuevo Protocolo de Comercio Ilícito de Productos de Tabaco del Convenio Marco (proyectado para 2010) para su eventual firma por Chile y ratificación legislativa (Art. 15).
- Ofrecer programas de cesación a todos los fumadores. (Art. 14)

Al promulgar la nueva ley de tabaco en 2006, la Presidenta Michelle Bachelet dijo: “Esta ley es mucho más que una lista de prohibiciones: busca promover el respeto entre todos nosotros”. La experiencia le ha dado razón, en cuanto al rol fundamental del respeto en la convivencia entre las personas, fumadores y no fumadores. Pero cuando se trata de una de las empresas más poderosas del país, representante de una de las industrias globales más desprestigiadas, ni el respeto ni las prohibiciones son suficientes. Para proteger el país de los estragos del tabaco y los intereses de las tabacaleras, se necesita mirar detrás del humo, ventilar los nexos que empañan la transparencia y poner límites eficaces y comprobables que protejan no sólo la salud de las personas sino también la salud de las políticas públicas.●