

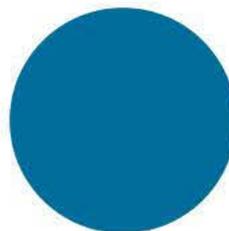
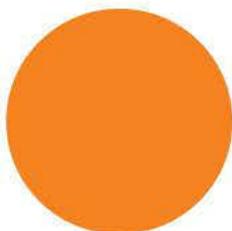
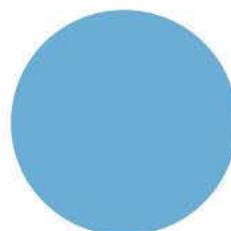


LA SALUD NO SE NEGOCIA

/ 2da. edición

La sociedad civil frente a las estrategias
de la industria tabacalera en América Latina

-
CASOS DE ESTUDIO 2014



Alderete, Mariela

La salud no se negocia : la sociedad civil frente a las estrategias de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2014 / Mariela Alderete y Patricia Gutkowski. - 2a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Fundación Interamericana del Corazón Argentina, 2014. 88 p. ; 27x21 cm.

ISBN 978-987-28899-3-7

1. Políticas Públicas. 2. Salud Pública. 3. Estudio de Casos. I. Gutkowski, Patricia II. Título CDD 320.6

Fecha de catalogación: 11/06/2014

“LA SALUD NO SE NEGOCIA. 2da edición. La sociedad civil frente a las estrategias de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2014” es un material elaborado en conjunto por la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), la Fundación InterAmericana del Corazón México (FIC México), Corporate Accountability International Colombia (CAI Colombia), la Aliança de Controle do Tabagismo (ACT Brasil), Chile Libre de Tabaco (CHLT) / Educación Popular en Salud (EPES), la Comisión Nacional Permanente de Lucha Antitabáquica (COLAT Perú) y el Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo (CIET Uruguay).

Editado y publicado por la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina) con el apoyo de The Campaign for Tobacco Free Kids.

LA SALUD NO SE NEGOCIA

2da. Edición

La sociedad civil frente a las estrategias
de la industria tabacalera en América Latina.

CASOS DE ESTUDIO 2014

Coordinación de la iniciativa regional “La Salud no se negocia” para monitorear y contrarrestar a la industria tabacalera

Mariela Alderete (FIC Argentina)

Líderes de la Iniciativa regional “La Salud no se negocia” para monitorear y contrarrestar a la industria tabacalera

Mariela Alderete (FIC Argentina)

Yul Francisco Dorado (CAI Colombia)

Erick Antonio Ochoa (FIC México)

Mônica Andreis (ACT Brasil)

Desarrollo y coordinación editorial

Patricia Gutkowski (FIC Argentina)

Edición

Patricia Gutkowski y Mariela Alderete (FIC Argentina)

Autores de los reportes de investigación por país

Argentina

Cinthia Shammah

Verónica Schoj

Marita Pizarro

(FIC Argentina)

Brasil

Ana Luiza Curi Hallal

Anna Monteiro

Mônica Andreis

(ACT Brasil)

Chile

Sonia Covarrubias Kindermann

Isabel Díaz Medina

(CHLT/EPES)

Colombia

Yul Francisco Dorado

Jaime Hernán Arcila Sierra

(CAI Colombia)

México

Eric Antonio Ochoa

Yahaira Ochoa Ortiz

(FIC México)

Perú

Carlos Farías

Arturo Garro Miroquesada

Juan Pablo Sánchez

Kari Farias Vásquez

(COLAT)

Uruguay

Miguel Asqueta

Laura Roballo

Florencia Maldonado

(CIET)

Diseño gráfico y diagramación

Julieta Racket

–

La información vertida en cada capítulo es responsabilidad exclusiva de los autores de dicho capítulo. Las imágenes publicadas en este reporte son gentileza de las organizaciones participantes.

Agradecimientos

A Beatriz Champagne y a la InterAmerican Heart Foundation (IAHF), por el apoyo técnico y administrativo brindado a la iniciativa regional.

A Patricia Sosa y al equipo de The Campaign for Tobacco Free Kids (CTFK), por su apoyo y asesoramiento.

A Verónica Schoj, Directora ejecutiva de FIC Argentina, por su apoyo, consejería continua y sus aportes para el mejoramiento de la iniciativa regional.

Queremos expresar nuestro afectuoso agradecimiento a referentes y organizaciones de la región de América Latina y el Caribe comprometidos con la iniciativa regional “La salud no se negocia”: Gustavo Sónora, de la Unión Internacional Contra la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias; Teresita Arrieta, de la Red Nacional Antitabaco de Costa Rica (RENATA); Natalia Celauro, de Libres de Tabaco (Paraguay); Odessa Henríquez, de la Alianza Hondureña Antitabaco; Marielba Cordido de la Fundación Venezolana del Corazón, y Dennis Rada, consultor de la InterAmerican Heart Foundation (IAHF) en Bolivia.

CONTENIDOS

●	Introducción	7
01	Brasil	11
02	Argentina	21
03	México	31
04	Colombia	41
05	Chile	51
06	Perú	61
07	Uruguay	71
●	Palabras de cierre	81

INTRODUCCIÓN

La mortalidad atribuible al tabaquismo y la carga que ello impone a las familias y a los sistemas nacionales de salud es un problema creciente, principalmente en los países en desarrollo. Los países de América Latina han logrado avances significativos en materia de políticas para el control del tabaco en los últimos años. La mayoría ha ratificado el Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT) y existe un escenario de gran colaboración en la región para promover, aplicar y defender las políticas del tratado. No obstante, todavía se observa la necesidad de avanzar en la adopción de algunas medidas, como el aumento de los impuestos al tabaco y la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco, y fortalecer la implementación de las ya adoptadas.

El artículo 5.3 del CMCT compromete a los Estados parte del tratado a proteger sus políticas de salud pública de los intereses comerciales y otros intereses de la industria tabacalera, ya que es un deber de los Estados garantizar la salud como un derecho humano por encima de cualquier interés particular. A pesar de ello, en la mayoría de los países de la región la industria tabacalera lleva adelante acciones que obstaculizan la sanción e implementación de legislación, estableciendo vínculos con decisores políticos y otros actores clave, explotando al máximo las excepciones y “vacíos” legales, litigando contra los gobiernos que buscan proteger la salud y debilitando la transparencia de las acciones públicas.

Aunque se presente como una industria lícita socialmente responsable, la tabacalera fabrica y comercializa un producto altamente adictivo que

es causa probada de numerosas enfermedades, muchas de ellas mortales. Pero si bien la información acerca de los daños que provoca el tabaco es abundante y accesible, la población no suele conocer las maniobras solapadas que emplea la industria para paralizar el avance de las políticas de salud que atenten contra sus intereses económicos ni las estrategias de marketing que utiliza para promover el inicio del consumo en los jóvenes.

En este contexto, algunas organizaciones de la sociedad civil comprometidas con la defensa y promoción del derecho a la salud comenzaron a trabajar en 2010 en un proyecto regional para monitorear y contrarrestar las acciones de la industria en cuatro países de América Latina: Argentina, Brasil, Colombia y México. Esta iniciativa se gestó en función de la necesidad de aunar esfuerzos para responder a las acciones de las tabacaleras que se replican de manera similar en la mayoría de los países. Al mismo tiempo, fue la base sobre la que se diseñaron y divulgaron herramientas para monitorear las acciones de las corporaciones del tabaco y estrategias de respuesta para denunciar y detener su avance.

Como producto de la primera etapa de trabajo conjunto, fue presentada la publicación *La salud no se negocia. La sociedad civil frente a las estrategias de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2010 – 2012*, cuyo objetivo fue dar cuenta de los procesos complejos que implican la discusión e implementación de políticas de control de tabaco en los cuatro países mencionados. Los casos relatados buscaron exponer las estrategias concretas utilizadas por la industria tabacalera para detener el avance de las políticas de control

del tabaco y los esfuerzos realizados por las organizaciones de la sociedad civil de la región para contrarrestarlas y proteger el derecho a la salud.

Dado el interés y compromiso crecientes de numerosas organizaciones, en abril de 2013 se celebró una reunión en la Ciudad de Buenos Aires para analizar y compartir información sobre el accionar de la industria tabacalera en la región. Como resultado de dicho encuentro, organizaciones de doce países firmaron una declaración conjunta en la que se comprometieron a trabajar en colaboración y solicitaron a los gobiernos que adopten las medidas necesarias para asegurar la exclusión de la industria tabacalera en la definición y tratamien-

to de las políticas de salud y rechacen acuerdos de cualquier tipo con estas corporaciones.

La presente publicación es un nuevo fruto del trabajo conjunto emprendido en 2010 y de la estrecha cooperación entre las organizaciones de los países de la región. Su objetivo es demostrar la incompatibilidad entre las políticas efectivas de salud pública y los intereses comerciales de las tabacaleras, poniendo en evidencia las acciones realizadas por las empresas transnacionales para socavar las medidas de control del tabaco. En tal sentido, el reporte da continuidad a los procesos de Brasil, México, Argentina y Colombia e incorpora los ricos e interesantes relatos de Uruguay, Chile y Perú.



Organizaciones de doce países de América Latina reunidas en Buenos Aires con el objetivo de acordar acciones para defender las políticas de salud de los intereses de las tabacaleras. 23/04/13

¿Qué es la interferencia de la industria tabacalera?

Es el conjunto de acciones que realiza la industria tabacalera con el objetivo de obstaculizar el diseño o la implementación de las políticas de control del tabaco o de generar un posicionamiento positivo y presionar a diferentes actores sociales para que actúen en favor de sus intereses comerciales.





ASSIM COMO A
FUMAÇA,
A INDÚSTRIA DO
CIGARRO
NÃO RESPEITA
LIMITES

01

BRASIL

Población

190.732.694¹

Prevalencia del consumo de tabaco

12,1% de la población adulta²

Año de ratificación del CMCT

2005

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley Federal N° 12.546 de 2011 (art. 49):

- ▶ Prohibición de publicidad de productos de tabaco en el punto de venta.
- ▶ Ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público y lugares de trabajo.
- ▶ Advertencias sanitarias con pictogramas en el 100% de una de las caras. A partir de 2016 se agregará el 30% de la otra cara.
- ▶ Aumento de los impuestos a los cigarrillos y establecimiento de un precio mínimo de venta del producto. Con esto el precio del cigarrillo se incrementó 20% en 2012, alcanzando 55% en 2015.

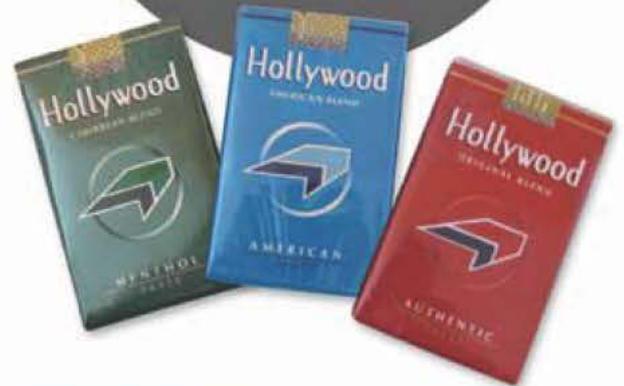
Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

- Souza Cruz, subsidiaria de British American Tobacco: 77.2% del mercado³
- Philip Morris International: 16% del mercado⁴

En el año 2010, la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA)⁵ sometió a consulta pública dos propuestas para implementar nuevas medidas de control de tabaco:

- ▶ La Consulta Pública 112, que proponía la prohibición de los aditivos como mentol, clavo de olor, frutas y otros aromatizantes y saborizantes en los cigarrillos.
- ▶ La Consulta Pública 117, que buscaba prohibir la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, incluida la exhibición de los paquetes en los establecimientos comerciales, y agrandar el tamaño de las advertencias sanitarias.

Los saborizantes y aromatizantes como el mentol, el clavo de olor, el chocolate y las frutas son ampliamente utilizados en los cigarrillos y productos de tabaco en numerosos países para hacerlos más apetecibles y atractivos, especialmente para los jóvenes.



La prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco y la prohibición del uso de aditivos, como saborizantes y aromatizantes, en los cigarrillos son políticas efectivas para reducir el consumo de tabaco. Estas medidas han sido consensuadas por la comunidad internacional en el Convenio Marco para el Control del Tabaco y sus directrices.

La propuesta de prohibición de publicidad fue incorporada en parte en la ley federal N°12.546, aprobada en diciembre de 2011, que entre otras medidas también incluye la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los lugares cerrados de acceso público y el aumento de impuestos. Por su parte, la prohibición de los aditivos, contemplada en la Consulta Pública 112, no fue incluida en la ley y quedó a cargo de la ANVISA.

Después de un largo proceso de discusión pública y de una agresiva campaña de la industria tabacalera y sus aliados en contra de la propuesta en los medios de comunicación y en diferentes instancias del gobierno federal⁶, la ANVISA finalmente publicó en marzo de 2012 la resolución 14 (RCD 14/2012), que prohíbe el uso de los aditivos en los cigarrillos⁷ con exclusión solo del azúcar, aunque con el único fin de recomponer el contenido originalmente presente en la hoja de tabaco antes del proceso de secado.



FUENTE:
1 - O Estado de S.Paulo, Caderno Vida, 14/03/12
2 y 3 - Folha de S.Paulo, 14/03/12

1 ANVISA prohíbe la producción y el comercio de cigarrillos con sabor artificial.

2 Vigilancia Sanitaria prohíbe la venta de cigarrillos con sabor.

3 El Gobierno prohíbe la venta de cigarrillos con sabor en el país.

¿Por qué se debe prohibir el uso de aditivos en los cigarrillos?

Los aditivos aumentan el atractivo y la palatabilidad de los productos del tabaco, por lo que facilitan el inicio del tabaquismo. Los cigarrillos con sabor son los favoritos de los jóvenes. El objetivo es reducir la iniciación de los niños y adolescentes al consumo de un producto que es adictivo, considerando que el 90% de los fumadores comienzan antes de los 19 años.



La industria tabacalera busca frenar la prohibición de aditivos

La resolución que prohíbe el uso de aditivos tales como mentol y clavo de olor en los cigarrillos vendidos en Brasil (RDC14/2012) tuvo gran visibilidad ya que dicho país fue el primero en todo el mundo en prohibir el uso del mentol en los cigarrillos. Fue concedido un plazo de 18 meses a partir de la publicación de la norma para que los fabricantes retirasen del mercado nacional todos los cigarrillos con sabor. Para los otros productos derivados del tabaco, el plazo fue de 24 meses.

La reacción de la industria tabacalera y sus aliados fue fuerte. La industria tabacalera movilizó diferentes actores para que se manifestasen en contra de la medida, instalando la idea de que generaría una repercusión negativa en la economía brasileña ya que implicaría grandes pérdidas económicas para los agricultores y estimularía el contrabando.

En el Poder Ejecutivo, la Abifumo, representante de la industria, presentó una solicitud a la ANVISA para la liberación de 180 sustancias utilizadas

como aditivos en los productos del tabaco. A pesar de la opinión contraria a la flexibilidad de la norma que expresó el área técnica del organismo, la Junta Directiva de la ANVISA optó por satisfacer parte de la apelación presentada por la industria del tabaco, aunque la decisión no fue unánime. Como consecuencia, el uso de 121 aditivos fue permitido por un año más. Se mantuvo el veto al mentol, al clavo de olor y a otros ingredientes que le dan sabores característicos a los cigarrillos, así como el plazo original para la entrada en vigor de la norma.



Anvisa libera sustancias añadidas a los cigarrillos



Si los productos de tabaco son más atractivos, mayor será el número de consumidores y mayor el impacto negativo en la salud pública. Por este motivo, las directrices a los artículos 9 y 10^o del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) recomiendan "prohibir o restringir los ingredientes que se pueden usar para mejorar el sabor de los productos de tabaco".

Al mismo tiempo, un legislador aliado a la industria tabacalera presentó un proyecto de ley para suspender la resolución de ANVISA sobre los aditivos, aunque a junio de 2014 aún no fue votado.

Paralelamente, la industria tabacalera implementó una estrategia legal para frenar la prohibición de aditivos. A través de sus grupos aliados presentó al menos cuatro demandas judiciales para invalidar la resolución publicada por ANVISA que prohíbe el uso de aditivos. Una de estas demandas ha sido promovida por la Confederación Nacional de la Industria (CNI), cuestionando la constitucionalidad de la medida (Ação Direta de Constitucionalidade - ADIN).

Respuesta de la sociedad civil

Frente a esta situación, la sociedad civil llevó adelante diversas estrategias para defender la resolución que prohíbe el uso de aditivos.

Por un lado, la Alianza para el Control del Tabaquismo (ACT) fue admitida como Amicus Curiae⁹ en el caso que debe resolver la Suprema Corte de Justicia para determinar si la resolución de la ANVISA es o no constitucional.

Además, la ACT presentó tres opiniones legales en defensa de la resolución de la ANVISA, elaboradas por reconocidos juristas nacionales¹⁰.

Al mismo tiempo, la sociedad civil desarrolló diversas acciones para contrarrestar la interferencia de la industria, entre las que se destacan encuestas, campañas de medios y difusión de información sobre el tema.



FUENTE:
Rede Brasil atual, 22/09/13

1 Así como el humo, la industria del cigarrillo no respeta límites.

2 La industria del tabaco necesita límite.



Campanhas de ACT Brasil

Estrategias de la sociedad civil para promover las medidas de control de tabaco

Cartas de movilización de organizaciones nacionales e internacionales, en respuesta a los argumentos de la industria resaltando el poderoso atractivo de los cigarrillos con sabores, especialmente para los jóvenes.

Campaña en los medios y redes sociales, para mostrar el riesgo de los cigarrillos con sabores y las estrategias utilizadas por la industria tabacalera para atraer nuevos consumidores.

Encuestas de opinión.

Advocacy con legisladores y tomadores de decisión.

Divulgación de información sobre la política de prohibición de aditivos a través de comunicados de prensa, notas y artículos de opinión.

Campana de ACT Brasil para promover la prohibición de aditivos.

"Colocamos este cigarro aquí para llamar su atención. La industria tabacalera hace lo mismo con los niños y los jóvenes. Empaquetado colorido, sabores, aromas y exposición cercana a los dulces. Están a la vista de niños y jóvenes. Ponga los ojos en ellos".



Prohibición de aditivos, aún en suspenso

La prohibición del uso de los aditivos, una medida de prevención del tabaquismo y promoción de la salud pública, a junio de 2014 no ha sido implementada en Brasil.

Además de toda la discusión realizada por lo menos durante los últimos 3 años y la resolución normativa publicada por la ANVISA en 2012, la industria tabacalera logró frenar la aplicación de la resolución por medio de una medida cautelar que le otorgó la Corte Suprema pocos días antes de la fecha de entrada en vigencia de la norma, en sep-

tiembre de 2013. En este sentido, la interferencia de la industria tabacalera, realizada de diferentes maneras, incluyendo demandas judiciales, impidió hasta el momento la adopción de esta política de control de tabaco.

La decisión final, que debe determinar si la medida puede o no ser implementada, es aguardada con expectativa por toda la sociedad civil, que espera que prevalezca la protección a la salud en la decisión de la Suprema Corte en Brasil.



FUENTE:
TribunaHoje, 08/09/2013



FUENTE:
DW, 25/09/13

1 Ministra de la Corte Suprema libera la venta de cigarrillos saborizados.

2 Prohibición de cigarrillos saborizados lleva a una disputa legal en Brasil.



De acuerdo con un estudio publicado en 2012¹¹, con datos de la encuesta realizada entre 2005-2009 a estudiantes de 13 a 15 años de 13 capitales brasileñas, los adolescentes comienzan a fumar con los cigarrillos saborizados. El 58,2% de los varones y el 52,9% de las chicas que dijeron que ya probaron cigarrillos mencionaron que preferían el cigarrillo con sabor. Entre los cigarrillos aromatizados, se prefiere el mentol. Los jóvenes afirmaron que el sabor es lo que les atrae.

NOTAS

1 - Fuente: IBGE, Censo Demográfico 2010.

2 - Fuente: Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção de Saúde. Vigitel Brasil 2012 : vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília: Ministério da Saúde, 2013.

3 - Fuente: Reporte de la empresa Empiricus Research para la Souza Cruz, maio 2013. Disponible en: <http://www.empiricus.com.br/wp-content/uploads/2013/05/Souza-Cruz-Adwords.pdf> (Acceso junio 2014).

4 - Fuente: http://www.revistavoto.com.br/site/noticias_interna.php?id=4121&t=Philip_Morris_inaugura_fabrica_e_integra_acoes_em_Santa_Cruz_do_Sul (Acceso junio 2014).

5 - La ANVISA es un organismo público autónomo responsable del control de los productos sujetos a vigilancia sanitaria, tales como los medicamentos y alimentos, que tiene la facultad de establecer normativas para la producción, comercialización y distribución de dichos productos en el marco de la legislación vigente. Para más información: <http://www.anvisa.gov.br> (Acceso junio 2014).

6 - **La salud no se negocia. La sociedad civil frente a la interferencia de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2010-2012**; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colombia, Fundación Interamericana del Corazón México, Alianza de Controle do Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponible en: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acceso junio 2014).

7 - RESOLUÇÃO - RDC Nº 14, DE 15 DE MARÇO DE 2012, publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 16/03/2012, Nº53, pág. 176; Disponible en: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/d50d8f804d44b146bcecf4031a95fac/Resolucao_RDC_14_Teores_e_Aditivos_16Mar12.pdf?MOD=AJPERES (Acceso junio 2014).

8 - Directrices parciales para la aplicación de los artículos 9 y 10 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Disponible en: http://www.who.int/ftco/guidelines/guidelines_art9_10_dec10_es.pdf (Acceso junio 2014).

9 - Un Amicus Curiae o "amigo del tribunal" es un instituto mediante el cual terceros ajenos al proceso, generalmente personas físicas o jurídicas expertas en la materia del litigio, se presentan ante el tribunal con el objeto de aportar información que puede ser relevante al juez al momento de fallar.

10 - Ver: http://actbr.org.br/uploads/conteudo/859_ParecerVirgilio.pdf - http://actbr.org.br/uploads/conteudo/860_ParecerJoseDelgado.pdf http://actbr.org.br/uploads/conteudo/861_ParecerVedovato.pdf (Acceso junio 2014).

11 - USE OF FLAVORED CIGARETTES AMONG BRAZILIAN ADOLESCENTS: A STEP TOWARD NICOTINE ADDICTION? Figueiredo, V; da Costa e Silva, V; et al. Best Poster Award at the 15th World Conference on Tobacco or Health, Singapore, March 20-24th 2012. Disponible en: http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/812_pesquisa_aditivos.pdf (Acceso junio 2014).



02

ARGENTINA

Población

40.091.359¹

Prevalencia del consumo de tabaco

22,1% de la población adulta²

Año de ratificación del CMCT

Se firmó en 2003, no se ratificó.

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley Nacional N°26.687 de 2011:

- ▶ Advertencias sanitarias con pictograma.
- ▶ Ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público y lugares de trabajo.
- ▶ Prohibición amplia de publicidad, promoción y patrocinio (excluye punto de venta y publicidad directa dirigida a mayores de 18 años).

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

- Massalin Particulares, subsidiaria de Philips Morris International: 70% del mercado.
- Nobleza Picardo, subsidiaria de British American Tobacco: 26% del mercado.³

En junio de 2011 se sancionó la Ley Nacional de Control de Tabaco N°26.687 que generó un cambio en las políticas públicas de control de tabaco en Argentina. Casi dos años después, en mayo de 2013, se reglamentó con un texto adecuado que garantiza los estándares internacionales.

Fue un proceso arduo, obstaculizado por intereses económicos contrarios al control del tabaco, que fueron sorteados gracias al compromiso de algunos sectores de gobierno y el trabajo de monitoreo y promoción llevado adelante por la sociedad civil.

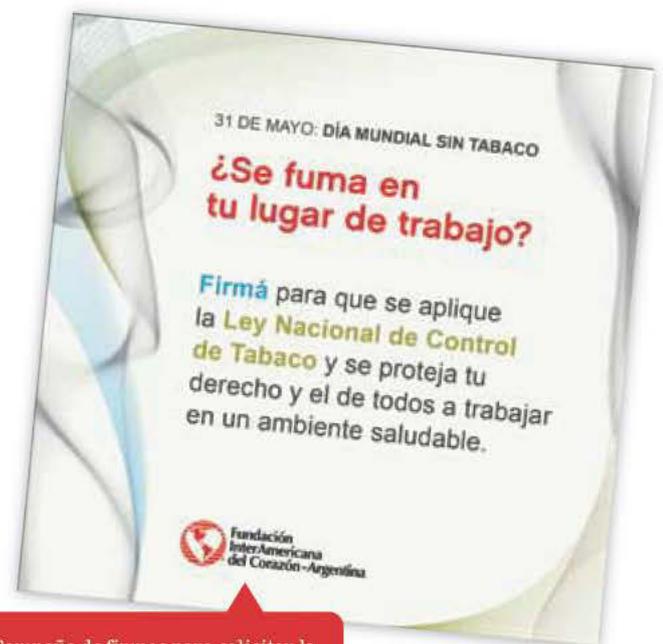
El principal obstáculo para la aprobación de un reglamento respetuoso del espíritu de la ley fue la oposición de las salas de juego a la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco.

Lotería Nacional (ente que regula los juegos de azar) solicitó formalmente que se introdujeran excepciones a la ley y se permitiera la habilitación de áreas para fumar en las salas de juego. Si bien esta solicitud no fue presentada directamente por la industria tabacalera, es llamativo el hecho de que el informe del ente regulador de los bingos y casinos planteó los mismos argumentos utilizados por las tabacaleras en su programa "Convivencia en Armonía"⁴. Según el dictamen, los ambientes 100% libres de humo de tabaco provocarían pérdidas económicas y limitarían las libertades individuales, por lo que se proponía la habilitación de sectores para fumar y el uso de aparatos de ventilación.

La sociedad civil llevó adelante diversas acciones para monitorear el proceso de elaboración del reglamento, promover su aprobación y fortalecer la política pública. Entre 2012 y 2013 la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina) realizó nueve pedidos de acceso a la información pública para acceder al expediente del reglamento: tres al Ministerio de Salud, tres a Presidencia, dos al Ministerio de Economía y uno a la cartera de Educación. A partir de este recurso se pudo constatar la existencia de un proyecto de reglamento respetuoso de los estándares de

protección de la salud y se detectó el dictamen de Lotería Nacional mencionado.

Como estrategia de fortalecimiento de la política pública, FIC Argentina ofreció apoyo técnico al Ministerio de Salud. Al mismo tiempo, presentó un dictamen para dar respuesta a los falsos argumentos esgrimidos por Lotería Nacional que se incorporó al expediente del reglamento. Además, para promover su aprobación y dar visibilidad al proceso se desarrollaron dos campañas públicas de firmas y se enviaron numerosos comunicados de prensa que hicieron mención a la necesidad de reglamentación de la ley nacional.



Campana de firmas para solicitar la reglamentación de la ley nacional de control del tabaco



Afortunadamente, la posición de Lotería Nacional fue desestimada⁵ y la ley fue reglamentada en mayo de 2013.

Las principales medidas contenidas en el reglamento⁶, herramienta fundamental para la plena implementación de la ley aprobada en 2011, son:

- ▶ La creación de la Comisión Nacional de Coordinación para el Control del Tabaco que integran numerosos ministerios, otros organismos del Estado y organizaciones de la sociedad civil.
- ▶ La adopción de medidas para la fiscalización y el control.
- ▶ El establecimiento de mecanismos para efectuar denuncias y reclamos.
- ▶ Una fuerte limitación a las acciones publicitarias que la industria puede utilizar en el punto de venta.

Si bien la ley establece una prohibición amplia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, exceptúa el punto de venta. No obstante, el reglamento circunscribe las acciones publicitarias de manera significativa ya que permite solo dos avisos por empresa (uno con el listado de marcas y precios y otro de promoción, ambos de no más de 30 cm por 30 cm, estáticos, de dos dimensiones y sin luz ni pantallas), establece que los anuncios no podrán ser vistos desde el exterior del punto de venta e indica que la publicidad deberá incluir advertencias sanitarias de no menos del 20% del tamaño del anuncio.



FUENTE:
Diario Página 12,
30/05/13

FUENTE:
Tiempo Argentino,
30/05/13

Obstáculos de la industria tabacalera para la implementación de la ley y su reglamento

Una vez aprobado el reglamento, la industria tabacalera difundió en los medios de comunicación su opinión contraria a las restricciones a la publicidad en el punto de venta. Massalin Particulares (filial argentina de Philip Morris) expresó que la compañía “*creo que las regulaciones pueden lograr el equilibrio correcto entre limitar efectivamente la publicidad de los productos de tabaco y preservar el derecho de los fumadores adultos para estar informados. Asimismo, es importante tener en consideración que las políticas regulatorias arbitrarias pueden impactar negativamente en las economías regionales donde se produce el tabaco, como así también en la recaudación fiscal por parte del Estado*”.⁷

El argumento de que la publicidad es un vehículo para “informar a los fumadores adultos” ha sido utilizado por la industria en numerosos países para obstaculizar las restricciones. No obstante, existe evidencia científica que confirma que la publicidad y las actividades de promoción del tabaco incrementan la iniciación en el consumo de tabaco^{8,9,10} y que las tabacaleras apuntan a los no fumadores y a los jóvenes, especialmente de los países en vías de desarrollo en los que las normas sobre publicidad y promoción son débiles y el tabaco está más aceptado socialmente.^{11,12}

Como parte de su estrategia para debilitar la implementación de las restricciones a la publicidad, además de la diseminación de argumentos para debilitar la política, la industria tabacalera solicitó una prórroga para adaptarse a la normativa en los puntos de venta.¹³ Si bien el Ministerio de Salud rechazó el pedido, la industria continuó realizando acciones publicitarias violatorias, como el uso de anuncios grandes y luminosos, visibles desde el exterior del punto de venta (prohibidos por el reglamento). La falta de un mecanismo para sancionar y multar las infracciones provocó que casi un año después de la entrada en vigencia del reglamento la industria tabacalera continuara violando la disposición, llevando adelante una agresiva estrategia publicitaria en los puntos de venta.



Publicidad de tabaco en puntos de venta de Argentina, violatoria de la reglamentación.

La sociedad civil monitorea a las tabacaleras para fortalecer la implementación de la ley

Para evaluar el cumplimiento de la ley en materia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco y detectar las estrategias de marketing de la industria tabacalera, FIC Argentina, en colaboración con referentes provinciales de la Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina (ALIAR), llevó adelante un protocolo observacional. Dicha investigación evaluó más de 800 comercios de jurisdicciones que aplican las restricciones a la publicidad en el punto de venta establecidas en el reglamento de la ley nacional, como la Ciudad de Buenos Aires, el Gran Buenos Aires, La Plata, Mendoza y Córdoba.¹⁴ A través de este protocolo, que se realizó entre octubre de 2013 y marzo de 2014, se pudo constatar que la industria tabacalera no cumple con la normativa y que, además, ha comenzado a desplegar una estrategia similar a la utilizada en otros países que consiste en la utilización de grandes y atractivos exhibidores de productos de tabaco.

El protocolo permitió observar la importancia estratégica del punto de venta para la industria tabacalera. Los resultados indicaron que las tabacaleras no adecuaron su publicidad para dar cumplimiento al marco regulatorio y continuaron utilizando avisos que duplican y hasta triplican el límite de 30cm x 30cm. Al mismo tiempo, dichos anuncios exceden ampliamente la cantidad prevista de dos por empresa y suelen ser luminosos y visibles desde el exterior de los locales. Como resultado, en el 73% de los puntos de venta visitados se detectaron violaciones al reglamento de la ley.

Otra cuestión destacable es que la falta de una prohibición completa ha dado lugar a la aparición de nuevas estrategias que, si bien no constituyen violaciones al marco regulatorio actual, aprove-

chan el vacío legal en materia de exhibición de producto. En este sentido, como ha sucedido en otros países, se ha detectado el uso de grandes y atractivos exhibidores de producto y de paquetes de cigarrillos como elementos decorativos.

Para contrarrestar las nuevas estrategias de las tabacaleras, la información obtenida por FIC Argentina fue presentada ante las autoridades del Ministerio de Salud de la Nación y se solicitó la pronta puesta en funcionamiento de los mecanismos de control previstos en el reglamento para fiscalizar el cumplimiento de la ley en materia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.

El compromiso de las autoridades de la cartera de salud para fortalecer la implementación de la ley llevó a que en marzo de 2014 se aprobara la resolución 425/2014 que establece fiscalización y sanciones por exhibir publicidad de tabaco, de manera directa o indirecta, en vía pública y en espacios de uso público, dado que está prohibido por la ley.



Atractivos exhibidores de productos de tabaco utilizados por la industria tabacalera en Argentina.



Una de las medidas adoptadas a partir de la ley de control del tabaco fue la creación de la Comisión Nacional de Coordinación para el Control del Tabaco. Esta comisión, que tiene como principal objetivo operativizar la implementación de la Ley Nacional N° 26.687, está integrada por numerosos organismos públicos y representantes de la sociedad civil, como la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), la Unión Antitabáquica Argentina (UATA), la Asociación Argentina de Tabacología (AsAT) y la Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina (ALIAR), entre otros. La formación de esta comisión intersectorial es un paso de gran importancia para formalizar la participación de la sociedad civil en la implementación de las políticas de control del tabaco. En este sentido, ha sido un espacio a través del cual FIC Argentina propuso firmar una resolución sobre conflicto de interés con la industria tabacalera y limitar formalmente la relación con el sector, de acuerdo al artículo 5.3 del Convenio Marco para el Control del Tabaco.

Nuevos desafíos para el control del tabaco en Argentina

El proceso de implementación de la política de control del tabaco en Argentina ha avanzado sustancialmente en los últimos años. La sociedad civil ha participado activamente en este avance, exigiendo la transparencia de las acciones y monitoreando el cumplimiento de la legislación. En este sentido, la participación de las organizaciones ha sido clave para fortalecer la implementación de la ley y su reglamento. Esta participación se ha plasmado en múltiples acciones, como las denuncias públicas en medios de comunicación y redes sociales, los pedidos de acceso a la información

pública que apuntan a fortalecer los mecanismos de transparencia estatal, el desarrollo de investigaciones que proveen evidencia sobre las acciones que despliega la industria tabacalera y la articulación permanente y el trabajo conjunto con el Programa Nacional de Control de Tabaco del Ministerio de Salud de la Nación.

Aunque los progresos registrados han sido muchos, se presentan nuevos desafíos que requieren de una estrategia integral para profundizar las medidas de control del tabaco. Por un lado, dados

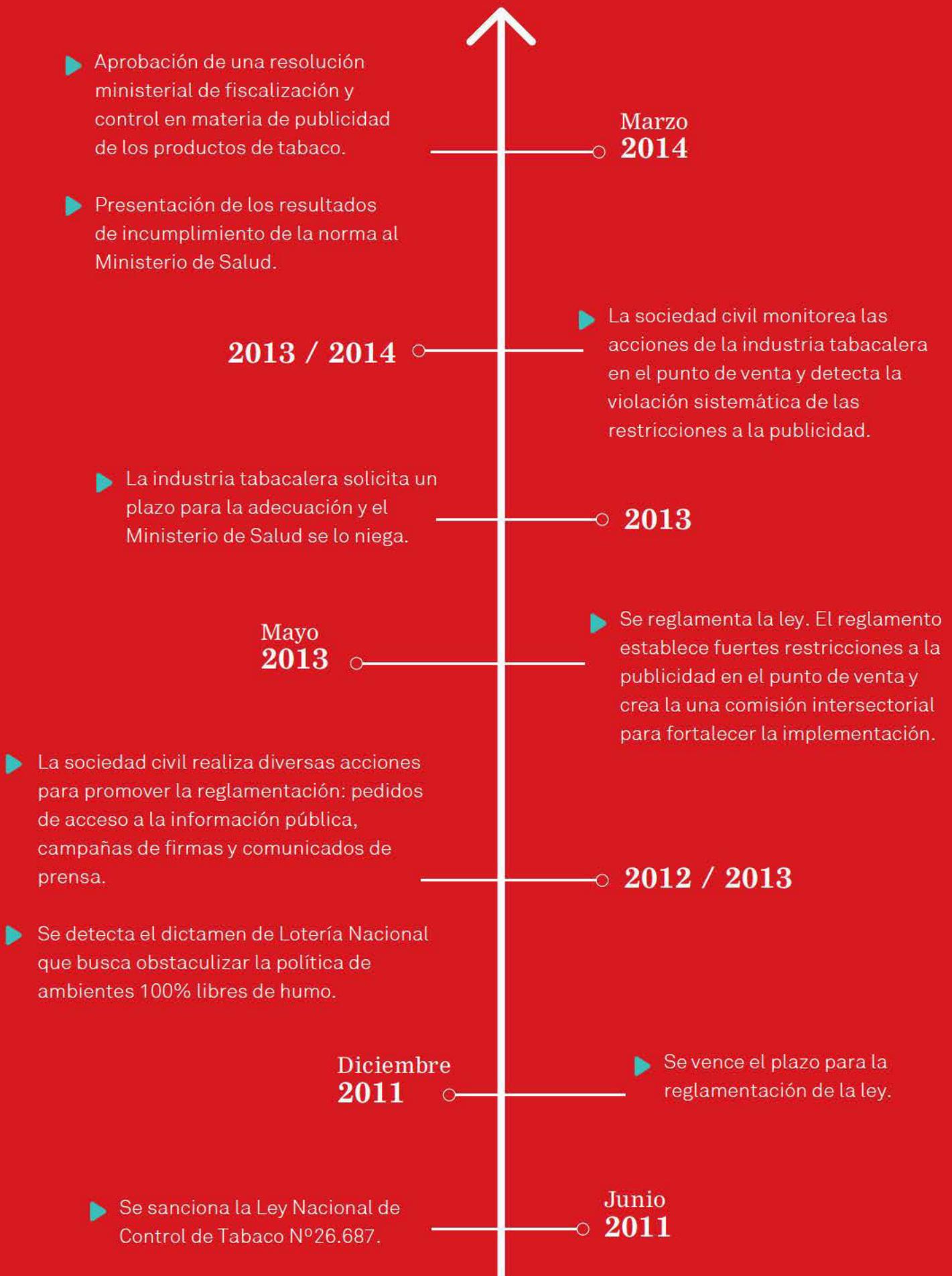
los numerosos casos de violación detectados se hace evidente que es necesario fortalecer los mecanismos de control y sanción para el cumplimiento de la ley. Pero además, ante el avance regulatorio, la industria comienza a desplegar nuevas estrategias de marketing para no perder mercado que aprovechan los vacíos legales, como la cada vez más llamativa exhibición de sus productos y la diversificación de los puntos de venta en comercios de distinto tipo, como restaurantes y discotecas.

Dada esta situación, el próximo paso para el control del tabaco en Argentina será generar las condiciones para promover una prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio en todo el territorio, sin excepciones, ya que es la manera más efectiva de limitar las acciones de marketing de la industria tabacalera, tal como recomiendan el Convenio Marco para el Control del Tabaco y sus directrices. Debe destacarse que algunas provincias ya han avanzado en este sentido estable-

ciendo en sus jurisdicciones un estándar más alto que el de la ley nacional al prohibir toda forma de publicidad. Esta vía abre ciertamente una oportunidad para demostrar la efectividad de la medida y promoverla, tanto en el nivel subnacional como en el nacional.

Paralelamente, se hace imperioso promover la adopción de otras políticas efectivas de control del tabaco, como el incremento de los impuestos, y fortalecer las políticas sanitarias promoviendo la transparencia de las acciones de gobierno y generando mecanismos formales que limiten la relación de la industria tabacalera con decisores políticos y organismos de gobierno.





NOTAS

- 1 - Fuente: Censo Nacional 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Disponible en: <http://www.censo2010.indec.gob.ar/> (Acceso junio 2014).
 - 2 - Fuente: Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos (GATS), Ministerio de Salud de la Nación e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013. Disponible en: http://www.msal.gov.ar/ent/images/stories/vigilancia/pdf/GATS_FactSheetARG_FINAL.pdf (Acceso junio 2014).
 - 3 - Fuente: Alliance Convenio Marco Boletín 93 (3/7/2009) Disponible en: http://www.fctc.org/publications/bulletins/doc_view/383-bulletin-issue-93-friday (Acceso junio 2014).
 - 4 - Ver <http://www.vadat.com/convivencia/> (Acceso junio 2014).
 - 5 - Para más información ver **La salud no se negocia. La sociedad civil frente a la interferencia de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2010-2012**; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colombia, Fundación Interamericana del Corazón México, Alianza de Control de Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponible en: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acceso junio 2014).
 - 6 - El reglamento es una herramienta fundamental para hacer operativa la implementación de la ley así como también es esencial para circunscribir las excepciones contempladas en el texto legal (tanto en materia de publicidad como en ambientes libres de humo) y determinar órganos de aplicación y control y circuitos operativos de denuncia y sanciones ante las eventuales violaciones del cumplimiento.
 - 7 - Fuente: Diario Tiempo Argentino, 30/05/2013. Disponible en: <http://tiempo.infonews.com/2013/05/30/sociedad-102825-el-ejecutivo-reglamento-la-ley-que-restringe-publicidades-de-tabaco.php> (Acceso junio 2014).
 - 8 - Lovato C, Linn G, Stead LF, Best A. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviors. *Cochrane Database Syst Rev.* 2003; (4): CD003439.
 - 9 - Moodie C, MacKintosh AM, Brown A, Hastings G. Tobacco marketing awareness on youth smoking susceptibility and perceived prevalence before and after an advertising ban. *European Journal of Public Health.* 2008 Mar 24 [Epub ahead ofprint].
 - 10 - Lopez Mi, Herrero P, Comas A, et al. Impact of cigarette advertising on smoking behaviour in Spanish adolescents as measured using recognition of billboard advertising. *Eur J Public Health.* 2004;14:428-432.
 - 11 - Targeting the Poor: Casualties in Cambodia, Indonesia and Laos. Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA). Marzo 2008.
 - 12 - BAT's African Footprint. Action on Smoking and Health. 2008.
 - 13 - La existencia de un pedido de prórroga solicitado por la industria tabacalera para adecuarse a la reglamentación fue informado por referentes del Ministerio de Salud de la Nación durante la primera reunión que mantuvo la Comisión Nacional de Coordinación para el Control del Tabaco el 2 de julio de 2013.
 - 14 - En función del sistema federal que rige en Argentina, las provincias deben adherir a la ley nacional para aplicarla en sus territorios o pueden sancionar sus propias leyes de control del tabaco. En este marco, si bien gran parte de las jurisdicciones ha adherido o ha sancionado legislación con los estándares nacionales, a mayo de 2014 cuatro provincias han adoptado una prohibición completa de la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, superior a la establecida por la ley nacional.
-



03

MÉXICO

Población

112.336.538¹

Consumo de tabaco

23.60%²

Año de ratificación del CMCT

2004

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ambientes 100% libres de humo de tabaco a nivel subnacional:
▶ México D.F. (2008), Tabasco (2008), Morelos (2011), Veracruz (2012), Zacatecas (2012), Estado de México, Nuevo León, Baja California (2013) y Baja California Sur (2014).

Ley General para el Control del Tabaco de 2008:
▶ Advertencias sanitarias con pictogramas

Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, reforma a su artículo 2o., fracción I, inciso C) (en vigor desde el 1 de enero de 2011):
▶ Impuestos significativos al tabaco.

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

- Philip Morris México, subsidiaria de Philip Morris International: 73.5%³
- British American Tobacco México: 26.5%

En octubre de 2010 el parlamento mexicano aprobó un incremento de impuestos al tabaco de \$6,20 pesos mexicanos (0,50 centavos de dólar) en el paquete de 20 unidades y de \$4,20 pesos (0,34 centavos de dólar) en el de 14 unidades. La medida, lograda luego de una intensa campaña de las organizaciones de la sociedad civil y del gran compromiso de algunos legisladores, significó un aumento del 25% en el precio final de las cajetillas de cigarros.

Después del incremento de impuestos a productos de tabaco en 2010, no ha habido otro avance en lo que se refiere a este tema, lo que ha provocado que cada año la política fiscal pierda efectividad, pues no existe un ajuste automático del impuesto que compense el efecto de la inflación.

La industria tabacalera busca frenar el incremento de impuestos al tabaco apelando al argumento del contrabando

Luego de que se implementaran los impuestos a los cigarrillos en México, la industria tabacalera se esforzó por instalar la idea de que la medida incentivaba el aumento del contrabando de los productos de tabaco. Para ello, desplegó una estrategia de difusión que incluyó campañas mediáticas y en la vía pública, acciones de lobby con decisores políticos y alianzas con grupos afines a sus intereses.

Para dar visibilidad a sus argumentos, durante el mes de julio de 2011 distintas organizaciones de comerciantes con el apoyo de BAT y PMI constituyeron la "Alianza contra Productos Ilegales" la cual, desde entonces, se ha encargado de defender los intereses de la industria tabacalera con un discurso simple y falaz: el aumento de impuestos elevó significativamente el comercio ilegal de cigarrillos.

Durante el mes de febrero de 2013, la Alianza contra Productos Ilegales lanzó una campaña mediática para denunciar el comercio ilegal de cigarrillos. Su mensaje fue desplegado en medios de comunicación masiva, esto con la finalidad de evitar incrementos en el impuesto a productos de tabaco

durante 2013. La campaña contó con decenas de espectaculares o gigantografías en avenidas principales de la Ciudad de México, publicidad en transportes de pasajeros, posters en tiendas, mensajes en redes sociales y una página web.



Campana mediática realizada en febrero de 2013 por la Alianza contra Productos Ilegales

La sociedad civil responde a las estrategias de la industria tabacalera

La campaña de la Alianza contra Productos Ilegales, cuyo supuesto objetivo era luchar contra el contrabando de productos de tabaco, obtuvo gran visibilidad. No obstante, el eslogan utilizado por la campaña (“Si quieres basura, compra cigarros ilegales”) contenía un mensaje engañoso para promover el consumo de tabaco y generaba la falsa expectativa de que los cigarros lícitos no causan un grave daño a la salud. Así lo entendió la Fundación InterAmericana del Corazón México (FIC México), razón por la cual en marzo de 2013 presentó una denuncia ante la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) por violaciones a la Ley General para el Control del Tabaco y a su Reglamento por parte de la campaña publicitaria de la Alianza contra Productos Ilegales. La denuncia se basó en que la publicidad de productos de tabaco está prohibida en la vía pública y la campaña mencionada contenía un mensaje parcialmente encubierto al resaltar la frase “si quieres, compra cigarros”.

La denuncia de la sociedad civil ante la COFEPRIS logró su cometido. El organismo atendió la imputación realizada por FIC México y retiró la campaña de la Alianza contra Productos Ilegales de las calles de la Ciudad de México por considerarla violatoria de las restricciones a la publicidad de tabaco establecidas por la Ley Federal para el Control del Tabaco. No obstante, aunque la campaña fue quitada, la industria tabacalera y sus grupos aliados continuaron haciendo declaraciones públicas sobre el supuesto aumento del comercio ilegal provocado por el incremento de impuestos a productos de tabaco, hecho que obstaculizó en gran medida la actualización de las políticas impositivas.

“Desde hace por lo menos tres semanas se realiza una campaña ilícita y engañosa de publicidad, a cargo de la industria tabacalera, con espectaculares en las calles y posters en estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro. La Fundación Interamericana del Corazón denunció que dichos carteles incluyen mensajes que promueven el consumo de cigarros. Aunque el supuesto objetivo es combatir la venta de tabaco ilegal, la campaña promueve que existen ‘cigarros lícitos y de calidad’, con lo que se crea la expectativa de que estos no causan un grave daño a la salud, explicó Erick Antonio Ochoa, integrante de la organización civil.”

FUENTE: “Acusan a tabacaleras de realizar campaña engañosa en el Metro”.
La Jornada. México, 14/03/2013.



ACCIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL PARA IMPULSAR LA ACTUALIZACIÓN DE LOS IMPUESTOS AL TABACO



01

Denuncia de acciones de la IT

Conferencia de prensa de las organizaciones de la sociedad civil para denunciar las campañas engañosas de la IT

02

Colaboración con legisladores para presentar proyectos para incrementar impuestos al tabaco



Legisladores y referentes de la sociedad civil presentan en conferencia de prensa un proyecto



03

Foro Internacional sobre Políticas Públicas de Control del Tabaco

“Foro Internacional sobre Políticas Públicas de Control del Tabaco” en donde legisladores, autoridades, líderes de opinión, investigadores de la sociedad civil debatieron sobre el impacto del consumo del tabaco en la salud; así como la construcción e implementación de políticas para reducir y prevenir el uso del tabaco.

04

Campaña para el incremento de impuestos.



Afiche de la campaña en vía pública

Desafíos para el control del tabaco en México

Las organizaciones de la sociedad civil realizaron múltiples acciones para promover un nuevo incremento de los impuestos al tabaco: ofrecieron apoyo técnico a legisladores y otras autoridades de gobierno, presentaron datos e información acerca de los beneficios de la medida para la salud de los mexicanos y fomentaron el debate público en foros de discusión y medios de comunicación. Al mismo tiempo, la Fundación InterAmericana del Corazón México, la Alianza Contra el Tabaco, el Consejo Mexicano contra el Tabaquismo, la Alianza Nacional para el Control del Tabaco, la Red México sin Tabaco y Comunicación Diálogo y Conciencia (CODICE), con el apoyo de The Campaign for Tobacco Free Kids, lanzaron la campaña “El impuesto al tabaco sí funciona” la cual tenía por objetivo exigir a legisladores y funcionarios del Poder Ejecutivo, que apoyaran el incremento y la indexación del impuesto especial a productos de tabaco.

No obstante, a pesar de los amplios esfuerzos de algunos legisladores y de la sociedad civil por mejorar las políticas de control del tabaco en México, las propuestas para incrementar el impuesto no tuvieron éxito. El 31 de octubre de 2013 la Cámara de Senadores ratificó la decisión de no incluir un aumento al gravamen a los productos de tabaco y exceptuar del impuesto específico a los puros y

tabacos labrados hechos enteramente a mano. La única medida a favor del control de tabaco contenida en la reforma fiscal fue la obligación de incluir un código de seguridad en las cajetillas y empaques de productos de tabaco a efectos de monitorear su producción, distribución y venta final.

Desde la aprobación del incremento de impuestos a productos de tabaco en 2010, la industria tabacalera aceleró su actuación y comenzó a implementar estrategias de interferencia para debilitar la medida. Año tras año, las barreras interpuestas por las tabacaleras han sido cada vez más difíciles de enfrentar. A pesar de los esfuerzos de las organizaciones de la sociedad civil por defender el derecho a la salud de los mexicanos, la industria tabacalera ha mostrado estrategias cada vez más agresivas para lograr sus objetivos. En este escenario, el desafío será seguir trabajando para promover y fortalecer las políticas para luchar contra el tabaquismo, así como también denunciar las acciones de las tabacaleras para obstaculizarlas.





**Noviembre
2013**

- ▶ Se discuten proyectos de reforma de Ley General de Control de Tabaco pero la industria tabacalera frena las iniciativas.
- ▶ El Congreso de la Unión aprueba una reforma en la que se decide eliminar el impuesto de 35 centavos a puros y otros tabacos labrados hechos enteramente a mano.

**Septiembre
2013**

- ▶ Organizaciones de la sociedad civil presentan la campaña "El impuesto al tabaco ¡sí funciona!"

**Mayo
2013**

- ▶ La Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFERPRIS) atiende la denuncia. Se retira la campaña contra productos ilegales de las calles de la Ciudad de México.

**Marzo
2013**

- ▶ La FIC México denuncia formalmente que la campaña publicitaria de la Alianza contra Productos Ilegales viola la ley de control del tabaco por contener mensajes publicitarios encubiertos para promover su consumo.

**Diciembre
2012**

- ▶ Se discuten proyectos de reforma de la Ley General de Control del Tabaco pero la industria tabacalera frena las iniciativas.

**Marzo
2011**

- ▶ Empresas tabacaleras lanzan campaña para desacreditar el incremento de los impuestos, alegando un crecimiento del contrabando.

NOTAS

1 - Fuente: Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), Censo de Población y Vivienda 2010. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx> (Acceso junio 2014).

2 - Fuente: Encuesta Nacional de Adicciones 2011, reporte de tabaco. Disponible en: <http://www.conadic.salud.gob.mx> (Acceso junio 2014).

3 - Fuente: PMI International, 2012 Anual Report, Marzo 2013, p. 40 (la información se considera confidencial por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público). Disponible en: <http://investors.pmi.com/phoenix.zhtml?c=146476&p=irol-reportsannual> (Acceso junio 2014).

04

COLOMBIA

Población

47.464.523¹

Prevalencia del consumo de tabaco

17% de la población de 12 a 65 años²

Año de ratificación del CMCT

2008

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley N°1335 de 2009:

- ▶ Ambientes 100% libres de humo de tabaco
- ▶ Advertencias sanitarias con pictograma del 30% del paquete
- ▶ Prohibición total de publicidad promoción y patrocinio
- ▶ Prohibición de venta al menudeo y de paquetes de menos de 10 unidades

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

- COLTABACO, subsidiaria de Philip Morris International: 48,70%
- PROTABACO, subsidiaria de British American Tobacco: 47,70%³



En 2009 Colombia aprobó la Ley N°1335 o ley de control del tabaco, que incorporó importantes políticas del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT). Entre las principales medidas que Colombia incorporó a su marco legal se destacan la adopción de ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público, la inclusión de advertencias sanitarias con pictograma en los paquetes de cigarrillos, la prohibición de la venta de cigarrillos por unidad, la obligación para fabricantes e importadores de suministrar información sobre los contenidos y

la creación de programas educativos para evitar el consumo de tabaco y procurar el abandono del tabaquismo.

Además de estas medidas, la ley colombiana fue pionera en la región al incluir la prohibición total de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, en línea con el artículo 13 del CMCT y sus directrices. Esta medida entró en vigor en julio de 2011 y generó grandes expectativas dado que muy pocos países contaban hasta ese momento con una política de estas características.

La nueva estrategia de la industria tabacalera para interferir con la prohibición de publicidad: los juegos promocionales

A pesar de la existencia de una prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco y de que la Corte Constitucional de Colombia⁴ ratificara dicha medida en los términos del CMCT⁵, la industria tabacalera continuó promocionando sus productos a través

de nuevas estrategias⁶. Una de estas estrategias fue el desarrollo y difusión de juegos promocionales dirigidos a administradores y propietarios de puntos de venta para estrechar sus relaciones con ellos y con sus consumidores con el fin de incrementar sus ventas.





Material publicitario del juego promocional “Mi tienda de Película” emprendido por Philip Morris International – COLTABACO (PMI) como parte de la campaña publicitaria de introducción de la marca L&M en Colombia. El folleto indica al comerciante tener visible el producto como condición para ganar en una visita sorpresa.



¿Qué son los juegos promocionales?

Los juegos promocionales son formas de publicidad y promoción. A través de ellos, las empresas ofrecen premios a los tenderos (comerciantes minoristas) con el fin de impulsar sus ventas. Para acceder a los premios, se solicitan determinadas acciones por parte de los propietarios o administradores de los puntos de venta: que tengan visibles determinadas marcas, que superen cierto volumen de ventas de un producto específico o que promocionen una marca entre sus clientes, entre otras actividades.

Al igual que las loterías, rifas y sorteos, los juegos promocionales en Colombia son vigilados por el Estado y están regulados por la ley. En el caso de los juegos promocionales promovidos por la industria tabacalera, estos fueron autorizados por las entidades del Estado que regulan los juegos de azar (aunque son contrarios a la prohibición completa vigente de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco) y además gozan de beneficios tributarios –no pagan impuestos- dado que la principal actividad comercial de las tabacaleras no es la realización de rifas o sorteos.

Para contextualizar la importancia de los juegos promocionales como estrategia de fidelización del comerciante, es necesario referirse también al punto de venta. Es muy amplia la evidencia sobre la importancia del punto de venta dentro de las estrategias de publicidad y mercadeo de los cigarrillos.⁷ La gama de estrategias para el canal

minorista reúne elementos fundamentales de promoción que van desde la exhibición del producto, pasando por estrategias de activación o renovación de marca, descuentos o precios especiales, hasta la alianza con comerciantes para impulsar las ventas por medio de recomendaciones activas.

En este sentido, los juegos promocionales que realiza la industria tabacalera están enfocados a incentivar sus ventas bajo esta modalidad de publicidad y promoción, prohibida por la ley, exonerándose además del pago de impuestos.



Material de comunicación del juego promocional "Los Propios" de COLTABACO (PMI), donde se imparten instrucciones de promoción de marca y de participación para los comerciantes.

Para llevar adelante estas acciones contrarias a la ley colombiana de control del tabaco, la industria tabacalera acudió al recurso de lograr que entidades estatales como COLJUEGOS⁸ y las Loterías Departamentales autoricen los juegos promocionales de excepción ("de excepción" refiere al hecho de que no pagan impuestos), dentro de la competencia que les asigna la ley para vigilar y autorizar la realización de juegos de azar. Dichas entidades reguladoras autorizaron los juegos promocionales de la industria tabacalera, pese a que estas autorizaciones para implementar juegos que estimulen la venta de productos de tabaco (de forma directa o indirecta) son contrarias a

la política de prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio. De este modo, los juegos promocionales se expandieron por las diferentes ciudades de Colombia y la industria tabacalera encontró en esta estrategia una modalidad en apariencia (aunque solo en apariencia) legal para seguir publicitando sus productos.



Acciones de la sociedad civil para frenar las estrategias de la industria tabacalera

Organizaciones de la sociedad civil comprometidas con el control del tabaco, como Corporate Accountability International Colombia (CAI), comenzaron a monitorear las acciones promocionales de la industria tabacalera para denunciarlas a las autoridades y solicitar que se les dé fin.

De este modo, entre 2012 y 2013 se detectaron numerosos sorteos y/o concursos promocionales aprobados por las autoridades en la materia:

algunos emprendidos por COLTABACO (PMI), como “El dueño del aviso”, “L&M EVO reta lo común”, “Mi tienda de película”, “Mi chaza de película”, “La súper chaza reta lo común”, “Festival internacional L&M EVO” (dos veces aprobado), “Tu marca mundial L&M EVO” y “La jugada L&M EVO”; y otros emprendidos por PROTABACO (BAT), como “El incógnito”, “Compra, Rota y Gana”, “La semana que te premia”, “Copa unidos” y “Vive la Navidad”.



FUENTE:
El Espectador, 04/06/13

Ante esta situación, desde la sociedad civil se desarrollaron numerosas acciones con el objetivo de que fuera reconocida la ilegalidad de los juegos promocionales y se detuvieran las actividades de la industria tabacalera en este sentido.

En primer lugar, se realizó una comunicación dirigida a COLJUEGOS en la que se planteó la

ilegalidad de los Juegos Promocionales de Excepción por violación a la Ley N° 1335 de 2009, ya que ésta dictamina en su artículo 16: “Prohíbase toda forma de promoción de productos de tabaco y sus derivados”. Además, se solicitó información actualizada sobre qué juegos se habían aprobado a la industria tabacalera y en qué condiciones.

A partir de esta solicitud, COLJUEGOS remitió los documentos o actos administrativos de aprobación de los Juegos Promocionales de Excepción, por lo que se pudo acceder a una información completa sobre las aprobaciones a la industria tabacalera.

A continuación se dispuso el envío de un documento jurídico de apoyo a los argumentos presentados ante COLJUEGOS para fortalecer la petición de que la entidad deje de autorizar los juegos promocionales de la industria tabacalera. Los argumentos presentados apuntan a lo siguiente: (a) que los juegos promocionales están enfocados a incentivar las ventas; y (b) que estas prácticas tienen como finalidad la publicidad y la promoción de las referencias de marca, incumpliendo el artículo 16 de la Ley N°1335.

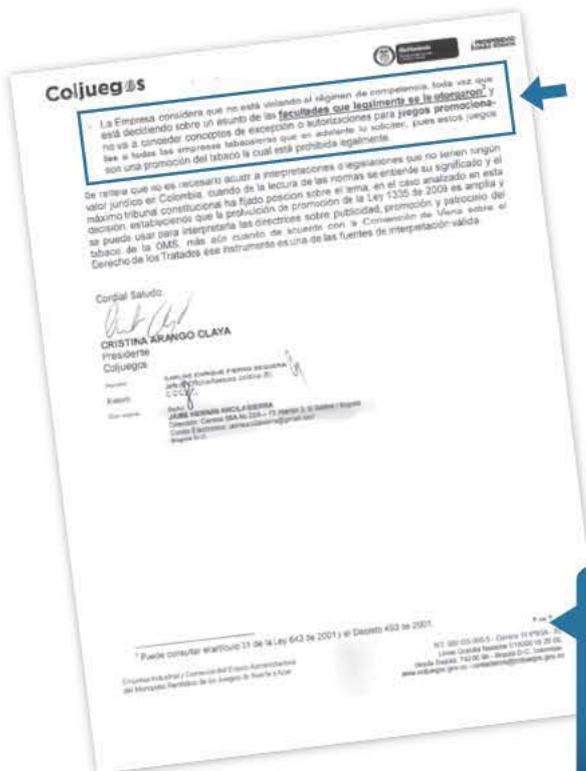


Material publicitario del juego promocional de la marca Mustang de BAT. Se le indica al comerciante exhibir y vender el producto para obtener un premio. (Imagen tomada en el primer semestre de 2012)

El 10 de octubre de 2013, COLJUEGOS respondió enviando una comunicación en la que declaró comprender los argumentos presentados y manifestó que “COLJUEGOS debería aplicar la

prohibición establecida en la ley 1335 de 2009 y no autorizar ni exceptuar a las empresas tabacaleras cuando los mismos (juegos) tengan como propósito incrementar las ventas de tabaco y sus derivados. Esto aplicaría también cuando se realiza entre sus tenderos por cuanto ello deriva en una promoción del tabaco, y en lograr que sea más vendido a través de una promoción indirecta”.

Como resultado de la gestión de denuncia de la sociedad civil, el 12 de febrero de 2014 COLJUEGOS notificó a las empresas tabacaleras BAT y PMI que “se abstendrá de continuar emitiendo conceptos de excepción o autorizaciones para la realización de juegos promocionales en sus canales de distribución (léase puntos de venta), los cuales tienen por objeto el incremento de venta de tabaco, en aplicación expresa en la prohibición establecida en el artículo 16 de la ley 1335 de 2009”.



Notificación enviada por COLJUEGOS a las empresas tabacaleras BAT y PMI para anunciarles que en adelante se abstendrá de autorizar los juegos promocionales ya que son una forma de promoción del consumo de tabaco, prohibida por la Ley N°1335

Esta decisión de COLJUEGOS es de gran trascendencia en el camino de lograr la aplicación de la Ley N°1335 ya que se obtuvo una decisión en favor de la política pública de control del tabaco en Colombia que, con argumentos técnicos y jurídicos, reconoce que los juegos promocionales son formas de publicidad que directa o indirectamente se encuentran relacionadas con el incentivo al consumo del tabaco.

Además de las peticiones presentadas ante COLJUEGOS, la sociedad civil también presentó solicitudes para que se ponga fin a las autorizaciones de los juegos promocionales ante otras entidades distritales reguladoras de los juegos de azar. Tal es el caso de la Lotería de Bogotá, empresa industrial y comercial del Distrito Capital de Bogotá (con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio), encargada de autorizar los juegos que se realizan en la capital colombiana.

La solicitud, apoyada en la misma argumentación jurídica presentada a COLJUEGOS, recibió una respuesta negativa. En efecto, la Lotería de Bogotá no admitió los argumentos del control del tabaco y más bien asumió las explicaciones de la industria tabacalera, insistiendo en aspectos como que el negocio tabacalero es lícito, que los juegos promocionales están destinados exclusivamente a los canales de comercialización y que éstos no impactarían en el consumidor final.

No obstante, dado el carácter nacional de la jurisdicción de COLJUEGOS y a partir de la decisión tomada recientemente por dicha entidad, la sociedad civil continúa solicitando la suspensión de las aprobaciones a los juegos promocionales a las autoridades locales.

Lecciones aprendidas

Los juegos promocionales, mediados por la presunción de legalidad que otorgaron con sus autorizaciones COLJUEGOS y la Lotería de Bogotá, constituyen una modalidad de interferencia de la industria tabacalera que naturaliza una práctica comercial que es violatoria de la ley colombiana. Además, neutraliza los esfuerzos para disminuir el consumo y la exposición al humo de los productos de tabaco.

Las tabacaleras, con gran habilidad, se apoyaron en la presunción de legalidad de las autorizaciones otorgadas a los juegos promocionales. No obstante, los esfuerzos destinados a detener la estrategia de la industria del tabaco lograron su cometido. Pero lo más destacable del caso es que la decisión de la entidad reguladora de los juegos de azar reconoció que la prohibición total de publicidad incluye a los juegos promocionales en los canales de distribución o punto de venta, misma interpretación que ya había dado el máximo tribunal constitucional unos años antes, cuando

consideró que la prohibición total de la publicidad, promoción y patrocinio de la ley N°1335 de 2009 es una cláusula amplia que incluye como forma de publicidad y promoción a la exhibición del producto, arreglos con distribuidores, concursos y juegos promocionales, pago por volúmenes de venta y planes de incentivos, entre otras acciones.

Es claro que con las restricciones parciales de publicidad no se logra la efectiva reducción del consumo de tabaco y la protección de la salud, ya que las excepciones son aprovechadas por la industria tabacalera para reorientar sus gastos de marketing y desarrollar estrategias novedosas para seguir publicitando sus productos y ganar nuevos consumidores. Por este motivo, el caso de Colombia da cuenta de la importancia de contar con un marco legal que establezca una prohibición completa de publicidad, en línea con el artículo 13 del CMCT y sus directrices.

► COLJUEGOS notifica a la industria tabacalera (BAT y PMI) que se abstendrá de continuar autorizando los juegos promocionales.

Febrero
2014

► Se recibe respuesta preliminar de COLJUEGOS, donde se reconoce que el organismo debería no autorizar los juegos promocionales; pero también se expresa que la entidad debe aplicar un concepto legal de confianza legítima y consultar los argumentos de la industria tabacalera antes de dar una respuesta definitiva al proceso.

Noviembre
2013

► La sociedad civil interpone derechos de petición ante COLJUEGOS y Lotería de Bogotá, indicando la violación a la ley y requiriendo el cese de aprobaciones a los juegos promocionales de la industria tabacalera.

Agosto
2013

► En el día mundial sin tabaco, la sociedad civil denuncia ante la prensa la existencia de juegos promocionales de la industria tabacalera dirigidos a comerciantes minoristas.

Mayo
2013

► La sociedad civil comienza a monitorear las acciones de la industria en materia de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.

Julio
2012

► Entra en vigor la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco.

Junio
2011

► Se aprueba en el Congreso de la República la Ley de Control de Tabaco N°1335.

Mayo
2009

NOTAS

- 1 - Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/> (Acceso junio 2014).
 - 2 - Fuente: Informe sobre Control del Tabaco para la Región de las Américas 2013 de la OPS, p.34. Disponible en: www.paho.org
Ver <http://goo.gl/wp83sH> (Acceso junio 2014).
 - 3 - Superintendencia de Industria y Comercio. Documentos de Trabajo 11. Efecto de las políticas públicas de vigilancia, control y regulación en el mercado del tabaco en Colombia, 2013. Gráfica 4. Participación de mercado por volumen de cigarrillos vendidos en el Año 2011. Página 17.
 - 4 - Ver Sentencia de exequibidad C-830 de 2010. Disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/c-830-10.htm> (Acceso junio 2014).
 - 5 - De acuerdo al CMCT, "por publicidad y promoción del tabaco se entiende toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco" Convenio Marco para el Control del Tabaco, Organización Mundial de la Salud 2003.
 - 6 - Para más información ver **La salud no se negocia. La sociedad civil frente a la interferencia de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2010-2012**; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colombia, Fundación Interamericana del Corazón México, Alianza de Control de Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponible en:
http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acceso junio 2014).
 - 7 - Wakefield M, Germain D, and Henriksen L. The effect of retail cigarette displays on impulse purchase. *Addiction*. Feb 2008;103(2):322-8
 - 8 - COLJUEGOS es la empresa industrial y comercial del Estado administradora del monopolio rentístico de los juegos de suerte y azar. COLJUEGOS es la autoridad que a nivel nacional regenta los juegos y apuestas. A nivel departamental y municipal son explotados y autorizados por una figura denominada Sociedad de Capital Público Departamental (SCPD), y por delegación las loterías.
-



05

CHILE

Población

15.116.435¹

Prevalencia del consumo de tabaco

40,6% de la población adulta²

Año de ratificación del CMCT

2005

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley N°20.660 de 2013 (modificatoria de la Ley N°19.419):

- ▶ Ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público
- ▶ Prohibición completa de la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco
- ▶ Exigencia a las tabacaleras de informar sus gastos en cabildeo y en Responsabilidad Social Empresarial y sus alianzas con otras empresas u organizaciones
- ▶ Mayor número y rotación de las advertencias sanitarias con pictogramas

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado³

- British American Tobacco: 96 % del mercado
- Philip Morris International: 2 % del mercado

En septiembre de 2011, el proyecto para modificar la Ley de Control del Tabaco N°19.419 fue ingresado al Congreso Nacional chileno por el Poder Ejecutivo para su discusión en la Cámara de Diputados. Este proyecto proponía la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco como el eje central y espíritu de la norma.

Durante el proceso de discusión de la ley, la sociedad civil, encabezada por la iniciativa Chile Libre de Tabaco (CHLT), realizó numerosas acciones para apoyar la adopción de ambientes 100%

libres de humo y proponer otras medidas recomendadas en el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT), como la prohibición completa de publicidad y un mayor número y rotación de las advertencias sanitarias, entre otras.

Al mismo tiempo, la industria tabacalera realizó denodados esfuerzos para frenar la sanción de la ley y lograr una norma a su medida con el fin de proteger sus intereses comerciales a costa de la salud del pueblo chileno.

El lobby de BAT Chile durante la discusión de la ley de control del tabaco

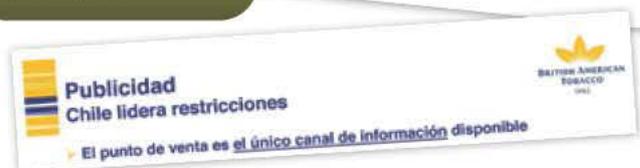
En la medida en que el proyecto de ley avanzó en su trámite legislativo y al ingresar a discusión en el Senado, se presentaron varias modificaciones que aumentaban las restricciones con el fin de disminuir el consumo de tabaco y proteger la salud de la población. Una de ellas fue la incorporación de la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio.

Contrariamente a las recomendaciones del artículo 5.3 del CMCT⁴, el Congreso autorizó a BAT Chile a participar en la discusión en las Comisiones de Salud de la Cámara de Diputados y el Senado para exponer sus puntos de vista. La tabacalera expresó su opinión sobre varios aspectos del proyecto de ley y, en especial, se opuso a las restricciones en materia de publicidad.

En su primera presentación a la Comisión de Salud del Senado, los representantes de BAT Chile apelaron a los mismos argumentos utilizados en la mayoría de los países. En este sentido, señala-

ron que la prohibición total de publicidad vulneraría la igualdad ante la ley, el derecho a desarrollar cualquier actividad económica, el derecho a la no discriminación del Estado y el derecho a la propiedad. Además, los representantes de la industria tabacalera argumentaron que las restricciones vigentes a la publicidad ya afectaban la libre competencia y que la Constitución chilena autorizaba al legislador a regular garantías constitucionales, pero en ningún caso suprimirlas.⁵

Presentación de la BAT Chile ante el Senado con propuestas sobre sanciones al comercio ilícito, plazos para las advertencias sanitarias y regulación de la publicidad en el punto de venta, funcionales a los intereses de la empresa.



Pero al margen de los informes y de las presentaciones formales que le fueron concedidas a la industria tabacalera, durante el proceso de discusión de la ley ocurrió un hecho de gran trascendencia: BAT fue denunciada públicamente por el Ministro de Salud, Dr. Jaime Mañalich⁶ y por parlamentarios

de la oposición⁷ por desarrollar acciones de lobby. Las denuncias, que tuvieron una amplia repercusión en los medios de comunicación nacionales, indicaban que representantes de la BAT habían presionado indebidamente a los parlamentarios para impedir la aprobación de la ley.

"El lobby (de la tabacalera) es gigantesco en los pasillos, en las conversaciones, en las llamadas telefónicas a los parlamentarios, en discernir cuál es el punto que se puede tocar para demostrar la legislación."

Ministro de Salud, Jaime Mañalich, durante la discusión en el Congreso de la ley de control del tabaco.

FUENTE: Emol.com, 02/01/2013

A través de senadores afines, la industria logró que la legislación pasara a revisión por la Comisión de Constitución, Legislación y Justicia a causa de las prohibiciones a la publicidad. Se presentaron informes apoyando y rechazando la medida y finalmente la Comisión falló a favor de la prohibición de publicidad teniendo como uno de sus argumentos fundamentales que las disposiciones del Convenio Marco de Control del Tabaco estaban por sobre la legislación nacional.

Cabe destacar que la industria se movilizó también para que el proyecto de ley fuera revisado por la Comisión de Agricultura del Senado para analizar la prohibición de los aditivos propuesta por el Ministerio de Salud.⁸ La tabacalera junto a senadores aliados, llenaron las graderías del Congreso con agricultores de cultivo de tabaco que planteaban que si se aprobaba la prohibición de aditivos,



no se iba a poder producir más tabaco en Chile y ellos perderían sus puestos de trabajo.⁹ Este falso argumento consiguió el apoyo de parlamentarios de las zonas de cultivo de tabaco, logrando que finalmente la ley se flexibilizara en este punto.

Las relaciones de BAT con la clase política en Chile

La industria tabacalera en Chile ha tejido diversas redes de influencia para poder acceder a niveles de toma de decisiones. Según un informe de Chile Libre de Tabaco¹⁰, una de las estrategias principales de BAT en Chile es incluir en su cuerpo directivo a representantes de todas las tendencias políticas. Tanto es así, que el directorio local de BAT ha contado entre sus integrantes recientes a ministros del régimen militar; de los gobiernos de la Concertación y del gabinete del expresidente Sebastián Piñera.

Asimismo, el presidente del directorio de BAT Chile, Carlos Cáceres -ex Ministro de Hacienda y del Interior de Augusto Pinochet- preside al mismo tiempo el Instituto Libertad y Desarrollo, principal centro de pensamiento de la derecha neoliberal y de formación de expertos del partido Unión Demócrata Independiente (UDI). Este partido, que formó parte de la coalición de gobierno del expresidente Piñera, fue el principal opositor a la ley de control del tabaco. El ex Ministro de la Secretaría General de la Presidencia, Cristian Larroulet, fue integrante del Instituto de Libertad y Desarrollo; y Teodoro Ribera Neumann, uno de los directores de BAT desde 2009, renunció a ese cargo a mediados de 2011 para asumir como Ministro de Justicia.

Durante el trámite legislativo, Chile Libre de Tabaco denunció este conflicto de intereses. Una investigación periodística constató el hecho al hacer público que BAT Chile realizó en 2013 una donación millonaria al Instituto Libertad y Desarrollo.



El proyecto de ley de control de tabaco avanza con el apoyo de la sociedad civil

Durante el proceso de tramitación en el Congreso, Chile Libre de Tabaco, con el apoyo de otras organizaciones nacionales e internacionales, realizó

numerosas acciones para apoyar el proyecto de ley y proponer medidas acordes al CMCT.

Se realizaron presentaciones técnicas en favor de la iniciativa legal ante las Comisiones de Salud de la Cámara de Diputados y del Senado y ante la Comisión de Trabajo del Senado. También se sostuvieron reuniones con algunas bancadas de partidos políticos en la Cámara de Diputados y reuniones bilaterales con un centenar de parlamentarios de todo el espectro político. Chile Libre de Tabaco, junto a la representación nacional de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), movilizó a sociedades médicas, organizaciones académicas y gremios de la salud para sumar

apoyo social a la implementación de los ambientes 100% libres de humo de tabaco, respaldo que se materializó también en un comunicado publicado en un diario de la capital y declaraciones públicas dirigidas al Congreso.

Un apoyo importante durante la tramitación de la ley fue el de la comunidad internacional de control del tabaco de la región, cuyos referentes enviaron cartas a los parlamentarios y realizaron visitas a Chile para hablar con los medios de comunicación y realizar reuniones en el Congreso.

ACCIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL PARA APOYAR LA LEY DE CONTROL DEL TABACO



01 Campaña de firmas

02

Encuestas de opinión para mostrar el apoyo de la ciudadanía



03

Notas de prensa

Sonia Covarrubias,
Coordinadora de
Chile Libre de Tabaco

04

Apoyo público al proyecto de ley por parte de organizaciones y personalidades nacionales e internacionales



05

Presentaciones y elevación de informes a las comisiones parlamentarias y a los congresistas

Finalmente, con la fuerte convicción del Ministro de Salud y a pesar del cabildeo de la industria tabacalera, en febrero de 2013 se aprobó en Chile la Ley N°20.660, que modificó la Ley de Control del Tabaco N°19.419. Entre sus principales medidas, se destaca la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco en todo espacio cerrado de acceso público, la extensión de la prohibición

de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco a los puntos de venta - único lugar exceptuado por la ley anterior - y un importante avance para dotar de mayor transparencia a la actividades de las tabacaleras, al solicitar informes anuales acerca de sus aportes y donaciones, alianzas con terceros, celebración de contratos y actividades de responsabilidad social empresarial.

Estrategias de la industria para eludir la prohibición de publicidad en el punto de venta

La nueva ley entró en vigencia en marzo de 2013 y su aprobación fue un duro revés para la industria tabacalera, dado que los puntos de venta, - 28.000¹¹ aproximadamente en todo el país - son el medio de contacto privilegiado desde donde puede desarrollar estrategias de publicidad y marketing para promocionar su producto.

No obstante, las acciones de interferencia para obstaculizar la prohibición de publicidad no cesaron luego de la entrada en vigor de la ley. La industria tabacalera retiró la publicidad de los puntos de venta y la reemplazó por grandes exhibidores

de cajetillas de cigarrillos en tiendas comerciales, almacenes y supermercados, constituyéndose esta estrategia en una forma no autorizada de publicitar y promocionar productos de tabaco. Por este motivo, a mediados de 2013 la sociedad civil denunció públicamente a la BAT Chile por seguir promocionando sus productos a través de esta nueva vía.

Exhibición de productos de tabaco en puntos de venta chilenos.



Ante la denuncia formulada, la Subsecretaría de Salud Pública emitió un oficio¹² con instrucciones para las Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI) de Salud de todo el país para que procedan a denunciar ante el Juzgado de Policía Local a los infractores de la Ley de Tabaco que instalen exhibidores de cajetillas de cigarrillos en los

puntos de venta. El avance en este sentido es un antecedente muy importante ya que reconoce que los grandes exhibidores de paquetes de cigarrillos (estrategia utilizada en numerosos países cuando se prohíbe la publicidad en el punto de venta) son una forma de promocionar los productos de tabaco.

Batallas ganadas y nuevos desafíos

El caso chileno expone claramente las estrategias de interferencia desarrolladas por las tabacaleras durante la discusión de las leyes de control del tabaco, muchas de las cuales han sido reportadas por la sociedad civil de numerosos países en sus propios procesos de discusión e implementación de legislación de control del tabaco.

Dados los esfuerzos que BAT Chile ha realizado -sin éxito- para impedir la promulgación de las normas de prohibición de publicidad, es esperable que continúe interfiriendo en este campo con nuevas acciones, reclamos y litigios. De hecho, a mayo de 2014, las disputas continúan y se han trasladado al ámbito legal, con presentaciones jurídicas (aún pendientes de resolución) por parte de BAT Chile ante la Contraloría General de la República para obstaculizar la implementación de la ley.

Así y todo, los avances que ha hecho Chile en materia de control del tabaco son destacables ya que se ha convertido en uno de los pocos países de la región que cuenta con una prohibición completa de publicidad y que ha implementado mecanismos de transparencia novedosos. Dichos mecanismos exigen a las compañías tabacaleras que informen el detalle de sus gastos destinados a promoción y cabildeo así como también sus donaciones, alianzas con otras empresas y organizaciones y sus gastos en actividades de responsabilidad social empresarial.

▶ El Ministerio de Salud Pública emite el Oficio N°2256 que prohíbe la instalación de exhibidores de tabaco en puntos de venta y los tipifica como una violación a las restricciones de publicidad.

Julio
2013

Junio
2013

▶ La sociedad civil realiza denuncia pública sobre instalación de exhibidores de cigarrillos en los puntos de venta.

▶ Se sanciona y promulga la Ley N°20.660, respetuosa del CMCT.

Febrero
2013

Enero 2012 - Enero 2013

▶ Ministro de Salud y parlamentarios denuncian lobby de las tabacaleras para obstaculizar la aprobación del proyecto de ley.

▶ Ingreso al Congreso de proyecto para modificar la Ley N°19.419 de control del tabaco.

Septiembre
2011

NOTAS

- 1 - Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, Chile 2002.
 - 2 - Resultados Encuesta Nacional de Salud 2009-2010 . Ministerio de Salud de Chile. Disponible en: <http://epi.minsal.cl/estudios-y-encuestas-poblacionales/encuestas-poblacionales/encuesta-nacional-de-salud/resultados-ens/> (Acceso junio 2014).
 - 3 - Economía. Impuesto específico al tabaco. Gracias por fumar. BCI. Abril de 2010. Disponible en: <http://www.bci.cl/medios/filiales/bciestudios/economia/2010-04-28%20ITA.pdf> (Acceso junio 2014).
 - 4 - El art.5.3 del CMCT y sus directrices reclaman el compromiso de los Estados Parte del tratado de proteger sus políticas de salud pública de los intereses comerciales y otros intereses de la industria tabacalera.
 - 5 - Presentación de BAT Chile en Comisión de Salud del Senado, Julio 2012. Disponible en: www.batchile.com Ver <http://goo.gl/qWTNX7>
 - 6 - "Minsal ahonda críticas contra lobby de las tabacaleras en previa a votación de ley", Emol.com, 02/01/2013. Disponible en: www.emol.com Ver <http://goo.gl/aSV2k3> (Acceso junio 2014).
 - 7 - "Diputado Accorsi denuncia que lobby de las tabacaleras influyó en votación de la ley", Emol.com, 27/01/2012. Disponible en: <http://www.emol.com/noticias/nacional/2012/01/27/523597/accorsi-denuncia-gran-lobby-de-tabacaleras-previo-a-votacion-de-ley.html> (Acceso junio 2014).
 - 8 - Artículo de prensa. Agricultores y productores expresan su inquietud por proyecto que eliminaría aditivos en cigarrillos. Disponible en: http://www.senado.cl/prontus_senado/site/artic/20120830/pags/20120830165551.html (Acceso junio 2014).
 - 9 - Esta estrategia fue también utilizada en Brasil con motivo de la votación de la resolución que prohibía el uso de aditivos. Ver: **La Salud no se Negocia. La sociedad civil frente a la interferencia de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2010-2012**; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colombia, Fundación Interamericana del Corazón México, Alianza de Control de Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponible en: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acceso junio 2014).
 - 10 - Informe tabacalera en Chile, María Teresa Valenzuela. Chile Libre de Tabaco. Disponible en: <http://www.chilelibredetabaco.cl/wp-content/uploads/2012/05/industria-tabacalera-en-chile-hoja-informativa-mayo-2012.pdf> (Acceso junio 2014).
 - 11 - BAT Chile. Disponible en: http://www.batchile.com/group/sites/BAT_7ZHF2R.nsf/vwPagesWebLive/DO7ZMGAS?opendocument&SKN=1 (Acceso junio 2014).
 - 12 - El oficio N° 2256, emanado de la Subsecretaría de Salud Pública el 15 de julio de 2013, señala que "la Ley establece en su artículo N° 3 que se prohíbe la publicidad de tabaco y de elementos de las marcas relacionado con dicho producto. En su artículo N° 2, establece en su letra a) que para efectos de la Ley se entenderá como publicidad toda forma de promoción, información o acción de promover un producto hecho con tabaco o el consumo de tabaco. En este sentido, es importante recalcar que está prohibida toda forma de responsabilidad social empresarial, todo aviso en revistas, periódicos u otros medios, aunque sean netamente informativos y toda forma de comunicación que busque resaltar el producto por sobre otros productos, como por ejemplo los dispositivos que poco a poco se han instalado en los puntos de venta donde se destaca el listado de precios por sobre los otros productos del establecimiento y los sistemas que se han instalado en galerías y otros para resaltar los aparadores y los productos".
-

06

PERU

Cantidad de habitantes del país

30.475.144 habitantes¹

Prevalencia del consumo de tabaco

13,3% de la población urbana²

Año de ratificación del CMCT

2004

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley N° 28.705 de 2006, modificada por Ley N° 29.517³ de 2010:

- ▶ Ambientes 100 % libres de humo de tabaco.
- ▶ Advertencias sanitarias con imágenes del 50 % de ambas caras.

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

La British American Tobacco domina la mayor parte del mercado⁴



Con 55 votos a favor, 4 en contra y 11 abstenciones, el 30 de marzo de 2010, el pleno del Congreso peruano aprobó la Ley N° 29.517, modificatoria de la Ley N°28.705 de control de tabaco.

La aprobación de esta nueva norma significó para el Perú la adopción de la política de ambientes 100% libres de humo de tabaco, ya que introdujo la eliminación de las áreas para fumar en todos los lugares cerrados de acceso público, sin excepciones.

Para que la aplicación de la ley de control de tabaco peruana se haga efectiva, se requiere que los gobiernos locales aprueben sus respectivas ordenanzas de adhesión. En este marco, la sociedad civil representada por la Comisión Nacional Permanente de Lucha Anti Tabáquica (COLAT) y referentes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) trabajaron con expertos de 22 gobiernos locales de Lima para elaborar un modelo de ordenanza. Dicho modelo de ordenanza ha sido y continúa siendo promovido por la sociedad civil comprometida con el control del tabaco entre los gobiernos locales y ya fue aprobado por numerosos municipios del Perú, permitiendo que cada vez haya más ciudadanos protegidos de la exposición al humo de tabaco.

FUENTE:
Perú 21, 31/03/10



FUENTE:
El Comercio, 31/03/10



Demanda de inconstitucionalidad contra la ley de control de tabaco

Seis meses después de haber sido aprobada la Ley 29.517, fue presentada una solicitud con más de 5000 firmas con el objetivo de iniciar un proceso para que fuera declarada inconstitucional⁵.

El abogado encargado de esta fase preliminar del proceso de inconstitucionalidad, Jaime Barco Roda, se encargó también de la inscripción de la marca de servicio “Respeto x Respeto”, realizada el 19 de noviembre de 2010, la cual sería el antecedente inmediato a la conformación de la asociación “Contribuyentes Por Respeto”, *think tank* dedicado a la promoción del libre comercio y que ha desempeñado un rol activo en la oposición a las iniciativas legislativas destinadas a prohibir la publicidad de tabaco y su exhibición en los puntos de venta, así como a mal informar a la opinión pública de los reales alcances de las leyes 28.705 y 29.517⁶. El Director Ejecutivo de dicha asociación, Fernando Cáceres Freyre, es un ex gerente de la



FUENTE:
Contribuyentes por respeto,
www.respeto.pe, 10/10/12

FUENTE:
Contribuyentes por respeto,
www.respeto.pe, 22/08/12

British American Tobacco en Perú (BAT)⁷, hecho que da cuenta de los vínculos entre la industria tabacalera y quienes presentaron la demanda.

Una vez concluido el proceso de verificación de las firmas, el 30 de noviembre fue presentada ante el Tribunal Constitucional la demanda de inconstitucionalidad contra la Ley 28.705, modificada por la Ley 29.517.

El objetivo de la demanda fue solicitar que se declare la inconstitucionalidad de los artículos que establecían la prohibición del consumo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público, así como también la prohibición del consumo de tabaco en las áreas abiertas de los establecimientos educativos para adultos indicadas en la ley.



Entre los principales argumentos esgrimidos en la demanda se destacan los mismos que son utilizados habitualmente por la industria tabacalera en todo el mundo para oponerse a la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco: el derecho a la libre iniciativa privada y a la libertad de empresa, el “derecho de las personas fumado-

ras al libre desenvolvimiento de la personalidad” y que las normas que contemplan sectores o establecimientos exclusivos para fumadores son suficientes para proteger la salud de las personas que no fuman, contrariamente a lo que señala abundante evidencia científica⁸.

La prohibición de fumar en espacios cerrados de acceso público no fue la única medida cuestionada judicialmente. En junio de 2012, la British American Tobacco (BAT) interpuso una acción de Amparo para que se declare inaplicable el artículo 11, inciso 5, de la Ley 29.517, que prohíbe vender cajetillas de cigarrillos de menos de 10 unidades. El pedido de la tabacalera fue rechazado por el poder judicial y la medida continúa vigente.

FUENTE:
El Peruano, 20/06/12



FUENTE:
Publimetro, 21/06/12

Perú defiende la política de ambientes 100% libres de humo

La sociedad civil peruana, liderada por la Comisión Nacional permanente de Lucha Antitabáquica (COLAT)⁹, realizó un intenso trabajo para contrarrestar la demanda de inconstitucionalidad interpuesta contra la ley de control del tabaco. En este sentido, tomó contacto con la Clínica Jurídica de Acciones de Interés Público de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú para presentar un Amicus Curiae¹⁰ ante el Tribunal Constitucional y así defender la legitimidad de las leyes cuestionadas. Asimismo, la sociedad civil del Perú contactó al O'Neill Institute

for National and Global Health Law, de la Escuela de Derecho de la Universidad de Georgetown, y a las organizaciones internacionales, The Campaign for Tobacco Free Kids y Alianza para el Convenio Marco, quienes fueron también admitidos como Amicus Curiae y participaron del proceso aportando evidencia científica y técnica mediante sus informes técnico-legales. Entre los principales argumentos para contrarrestar la demanda de inconstitucionalidad de la ley de ambientes 100% libres de humo se destacan los siguientes:

- ▶ El Convenio Marco para el Control de Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT) exige a los Estados Parte la adopción de ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público. El CMCT es un tratado de derechos humanos y, por tanto, posee rango constitucional dentro del ordenamiento jurídico peruano.
- ▶ Existen numerosos estudios que evidencian el daño a la salud por el tabaco y que indican que la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco en espacios cerrados de acceso público es una medida eficaz para disminuir el consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco ajeno.
- ▶ Una gran cantidad de Estados Parte del CMCT ya han adoptado la prohibición de fumar en lugares cerrados de acceso público porque reduce la prevalencia del consumo de tabaco, disminuye el número promedio de consumo de cigarrillos por día y promueve la cesación.
- ▶ La propuesta de permitir ambientes solo para fumadores en los que trabaje personal fumador, generaría la expansión de sitios en los que, además de fumar, se permita vender comidas o bebidas, con lo que en la práctica serían indiferenciables de cualquier restaurante o bar, perdiéndose el sentido de la regla que exige locales 100% libres de humo.

El Estado peruano jugó un papel destacable en la defensa de la ley. Los esfuerzos de las organizaciones encontraron un fuerte apoyo en los procuradores del Estado (del Congreso de la República y del Ministerio de Salud), con quienes establecieron un diálogo abierto y defendieron las leyes de control del tabaco y el Convenio Marco para el Control del Tabaco, con el respaldo del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos y del Consejo Nacional de Defensa del Estado.

Finalmente, el 19 de julio de 2011, el Pleno Jurisdiccional del Tribunal Constitucional pronunció sentencia. Dicha sentencia resolvió declarar

infundada la demanda de inconstitucionalidad contra la ley de ambientes 100% libres de humo de tabaco. Asimismo, en atención a lo previsto en el artículo 3 del CMCT, y al deber del Estado de proteger en el más alto nivel posible y de manera progresiva el derecho fundamental a la salud, reconocido en el artículo 7 de la Constitución, el fallo del tribunal entendió que se encuentra constitucionalmente prohibido que en el futuro se adopten medidas legislativas o de otra índole que protejan en menor grado el derecho fundamental a la salud frente a la epidemia del tabaquismo, en comparación a la legislación actual¹¹.

Otras estrategias para frenar la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco



En noviembre de 2011, luego de que fuera rechazada la demanda para declarar inconstitucional la implementación de ambientes 100% libres de humo, famosos y exclusivos restaurantes de Lima interpusieron diversas denuncias ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (CEB) del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) contra ordenanzas municipales que prohibían fumar en espacios públicos cerrados e interiores de trabajo.

En una primera instancia, la CEB presentó su informe ante el tribunal del INDECOPI apoyando la denuncia de los propietarios de los restaurantes demandantes. Frente a esta situación, referentes de la sociedad civil reclamaron al presidente de la INDECOPI que fuera reconocida la legitimidad de las ordenanzas municipales, argumentando que estas habían repetido los textos del Reglamento de la Ley Nacional N°29.517 sin modificaciones. Finalmente, se logró una resolución favorable del tribunal del INDECOPI, con lo cual las ordenanzas municipales y los ambientes 100% libres de humo en lugares cerrados de acceso público adquirieron un importante respaldo.

Nuevos desafíos para el control del tabaco en Perú

A febrero de 2014, la Ley N°28.705, Ley General para la prevención y control de los riesgos del consumo de tabaco, su modificatoria, Ley N°29.517 y las ordenanzas municipales complementarias, se encuentran en plena vigencia.

La sociedad civil organizada comprometida con la lucha contra el tabaco, representada principalmente por la COLAT, se enfrenta en la actualidad

al desafío de promover una ley que prohíba toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de tabaco, incluyendo la prohibición de la exhibición de los productos en los lugares de venta, en sintonía con el Convenio Marco para el Control de Tabaco de la OMS. En este sentido, se espera que el presidente del Congreso y la Junta de Portavoces de los partidos políticos pongan en agenda el debate y aprobación de los Dictámenes de ley que son ampliamente favorables.

Por otra parte, la sociedad civil continúa trabajando para promover la aprobación de ordenanzas por parte de las municipalidades que establezcan la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco en sus territorios.

REGULACIÓN

Apaguen sus cigarrillos

La polémica sobre la prohibición de fumar en lugares públicos continúa, y se alistan nuevas medidas.

LINEA DE TIEMPO - ÁREAS DE FUMAZIONES

- 2011**: D.S. 001-2011-SA. Normativa de prohibición e regulación de lugares públicos cerrados (salvo por un techo y más de una salida).
- 2010**: D.S. 005-2010-SA. Redujo el área para fumadores al 20%.
- 2009**: Ley 28705. Redujo el área para fumadores en restaurantes, bares, hoteles, etc., regulando de las áreas donde se prohíba fumar y con excepción que mantendrá el espacio del fumo.
- 2008**: D.S. 015-2008-SA. Área para fumadores no debe ser más del 20% del área de actividad.
- 2006**: Ley 29177. Se prohíbe fumar en todos espacios públicos cerrados a excepción del trabajo impartiéndose por un techo y cubierto entre paredes.

PARA SABER MÁS: SE 12117 (Ley General para la Prevención y Control de los Riesgos del Consumo de Tabaco) Ley 28705 (Ley General para la Prevención y Control de los Riesgos del Consumo de Tabaco)

FUENTE: Semana económica, 08/01/12

CONGRESO DISCUTIRÍA HOY PROYECTO DE LEY SOBRE ESTE TEMA

Buscan eliminar publicidad de tabaco

ONG Respeto por Respeto pide más discusión sobre el tema

DIABEL DAMORA
damora@laprensa.com.pe

Con el pretencioso poder de la salud de los ciudadanos, el Congreso de la República pretende aprobar un proyecto de ley que prohíba la publicidad y promoción de cigarrillos. Previamente, hoy se discute en la Comisión de Salud el proyecto para modificar la Ley de Control de Producción de Tabaco, Ley 28705.

Al respecto, el director ejecutivo de la ONG Respeto por Respeto, Fernando Cárdena, señaló que dichos iniciativas demuestran una voluntad genuina que apunta a reducir el nivel de consumo del tabaco.

"Hay muchos estudios en Australia, Canadá, Irlanda y Austria, que demuestran que prohibir la publicidad de esos productos no los reduce, lo que se está haciendo es reducir el consumo de los mismos", agregó que se está promoviendo el consumo de los mismos.

Cárdena advierte que los patrocinadores de dicho proyecto de ley, Jaime Delgado y Valery Lescano, al parecer quieren comprar por cuánto representa "más y mejor" el consumidor. Así, el 10 de abril del año pasado, Lescano presentó el proyecto N° 911, y un día después Delgado presentó el

CIUDADANO Propuesta afecta la libertad del consumidor a esta industria

Depto

Desde el 2006 está prohibida la publicidad en televisión, radio e internet. Sin embargo, todavía existen espacios de televisión y en internet donde se exhiben.

El proyecto advierte que más allá de reducir la publicidad de los productos, se debe tener en cuenta que quienes se benefician con esta medida

"Por eso pedimos que se haga un análisis más exhaustivo del tema y que antes cualquier legislación sobre esta materia se beneficie con una medida prohibición para reducir

FUENTE: Correo, 21/11/12



- ▶ Exclusivos restaurantes de Lima interponen diversas denuncias contra ordenanzas municipales que prohíben fumar en espacios públicos cerrados.

Enero
2013

- ▶ Son revocadas las resoluciones de primera instancia que declaraban barreras burocráticas ilegales a las ordenanzas municipales. De este modo se logra un fuerte respaldo a las ordenanzas municipales que establecen ambientes 100% libres de humo de tabaco.

Noviembre
2011

- ▶ El Tribunal Constitucional declara infundada la demanda de inconstitucionalidad contra la ley de ambientes 100% libres de humo de tabaco.

Julio
2011

- ▶ Las organizaciones comprometidas con el control del tabaco son admitidas como Amicus Curiae ante el Tribunal Constitucional.

Junio
2011

- ▶ Demanda impulsada por grupos vinculados a la industria tabacalera para declarar la inconstitucionalidad de los artículos que establecen la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco.

Octubre
2010

- ▶ Aprobación de la Ley 29.517, modificatoria de la Ley 28.705, que estableció la implementación de ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público.

Marzo
2010

NOTAS

- 1** - Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Disponible en: <http://www.inei.gob.pe/> (Acceso junio 2014).
 - 2** - Fuente: IV Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Perú 2010, Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA). Disponible en: <http://www.devida.gob.pe> (Acceso junio 2014).
 - 3** - En razón de la Constitución Política de la República del Perú, toda ley que sufra alguna modificación, debe ser modificada por otra ley.
 - 4** - Fuente: Atlas de Tabaco tercera edición, American Cancer Society, 2009. Disponible en: <http://tobaccoatlas.org/> (Acceso junio 2014).
 - 5** - De acuerdo a la Constitución Política del Perú, la Acción de Inconstitucionalidad es una garantía constitucional que procede contra normas que tienen rango de ley. En ese aspecto, el artículo 203, inciso 5, faculta a interponer dicha acción a 5000 ciudadanos o más con firmas comprobadas por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE).
 - 6** - Sobre este tema, consultar las notas de prensa sobre tabaco publicadas en la página web de la asociación "Contribuyentes por Respeto": <http://www.respeto.pe> (Acceso junio 2014).
 - 7** - Ver <http://www.linkedin.com/pub/fernando-c%C3%A1ceres-freyre/32/21b/47b> (Acceso junio 2014).
 - 8** - Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU, Informe de la Cirujana General de los Estados Unidos: El humo del tabaco causa enfermedades: cómo le afecta a usted. Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos (HHS), Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC), Centro Nacional para la Prevención de Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud, Oficina de Tabaquismo y Salud, 2010.
 - 9** - <http://www.colat.pe/> (Acceso junio 2014).
 - 10** - La figura legal del Amicus Curiae consiste en la participación de un tercero ajeno a un proceso a fin de que aporte su opinión técnica en torno a una cuestión de derecho en disputa.
 - 11** - Para consultar la sentencia: <http://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2011/00032-2010-AI.html> (Acceso junio 2014).
-

por respetar el aire de todos

GRACIAS

por respetar el aire de todos

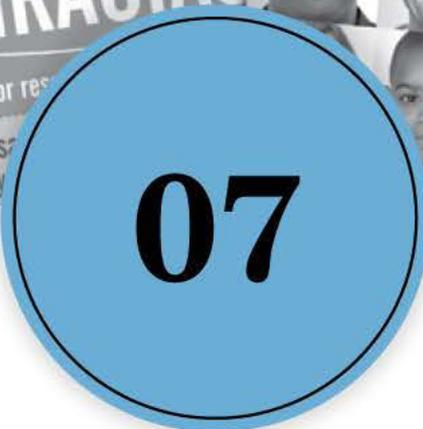
GRACIAS

por res

Des

el mundo mira a URUGUAY

En el marco de la COP 4, la Conferencia de representantes de más de 170 países, adscritos a la lucha contra el tabaquismo, las organizaciones internacionales que firmantes expresan su apoyo al Presidente de Uruguay Sr. José Mujica, a su Gobierno y a todo el pueblo uruguayo, por su liderazgo en la implementación de políticas para el control del tabaco, su decisión de enfrentarse a las grandes tabacaleras y por recibir esta Conferencia tan importante para la salud en el mundo.



URUGUAY

Población

3.286.314¹

Prevalencia del consumo de tabaco

25%²

Año de ratificación del CMCT

2004

Principales leyes y medidas de control de tabaco implementadas en el país

Ley N° 18.256 de 2008 y modificaciones introducidas por la Ley N°18.362 (Art.311):

- ▶ Ambientes 100 % libres de humo de tabaco en todo espacio cerrado de uso público y/o lugar de trabajo público o privado.
- ▶ Prohibición amplia de publicidad, promoción y patrocinio, con excepción del punto de venta.
- ▶ Advertencias Sanitarias con imágenes o pictogramas en los paquetes.
- ▶ Aumento de los impuestos al tabaco.

Ordenanza 514/008 - Ministerio de Salud Pública:

- ▶ Limitación a una única presentación de producto por marca comercial.

Decreto 287/009 y Ordenanza 466/09 - Ministerio de Salud Pública:

- ▶ Ampliación de advertencias al 80% de las superficies principales de los paquetes de cigarrillos e incorporación de nuevas imágenes.

Principales empresas tabacaleras del país y distribución del mercado

- Monte Paz S.A: 73% del mercado
- Abal Hnos, subsidiaria de Philip Morris International: 10,5%
- British American Tobacco: 3,6%³

La adopción de medidas de control del tabaco en Uruguay cobró impulso con la llegada a la presidencia del Dr. Tabaré Vázquez, quien entendió el problema de la epidemia del tabaquismo y su impacto sobre la salud, la economía y el desarrollo del país, y decidió impulsar la aplicación inmediata de las principales disposiciones del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT). A su vez, el parlamento uruguayo comprendió la importancia de establecer una política de Estado en el tema y, desde ese ámbito, todo el arco político acompañó las medidas.

Entre 2008 y 2010, Uruguay fue adoptando políticas de control del tabaco que lo transformaron en un país pionero en la materia en América Latina. En 2008 se convirtió en el primer país de la región en implementar ambientes 100% libres de humo de tabaco en todos los espacios cerrados de acceso público y lugares de trabajo. Al mismo tiempo, colocó advertencias sanitarias con imá-

genes en los paquetes de cigarrillos, que en 2009 fueron ampliadas hasta cubrir un 80% de las dos superficies principales. Asimismo, aumentó los impuestos al tabaco, dio cobertura a tratamientos de cesación tabáquica y, a partir de una resolución del Poder Ejecutivo, estableció que las tabacaleras solo podrían comercializar una única presentación de cigarrillos por marca, hecho que llevó a las empresas a tener que retirar numerosos productos del mercado.

Sin embargo, desde 2010 en adelante se hizo notablemente más lento el proceso de aprobación de nueva regulación, e incluso la implementación de la ya aprobada.



Philip Morris International demanda al gobierno uruguayo

En febrero de 2010, Philip Morris International (PMI) presentó un reclamo ante el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI) del Banco Mundial contra Uruguay por la supuesta violación de un tratado bilateral entre Suiza y Uruguay sobre promoción y protección de inversiones de 1991.

La legislación impugnada por PMI comprende el Decreto N° 287/009, regulatorio de la Ley N° 18.256 (10/03/2008) y las ordenanzas ministeriales N°514/08 y N°466/09. La demanda de la tabacalera considera que la aplicación de dichas medidas implica una pérdida sustancial del mercado de la empresa y por ello reclamó una reparación económica de 2.000 millones de dólares por las medidas de control del tabaco impulsadas por el expresidente Tabaré Vázquez.

Por un lado, PMI discutió la medida uruguaya según la cual se permite una única presentación por marca de cigarrillos. Sin embargo, esta medida está respaldada por las Directrices del Artículo 11

del CMCT que fueron adoptadas por unanimidad por la Tercera Conferencia de las Partes (COP3) que tuvo lugar en 2008. Por otro lado, la demanda de PMI atacó la obligatoriedad de incluir advertencias sanitarias del 80% de las dos superficies principales de los paquetes de cigarrillos, a pesar de que numerosos países han adoptado advertencias grandes. De hecho, las mencionadas directrices alientan la colocación de advertencias del mayor tamaño posible, e incluso instan a considerar el empaquetado plano (sin logos ni colores), una medida aún superior a la implementada por Uruguay. Por último, PMI considera que las imágenes de advertencia no son adecuadas y no se ajustan a la realidad, aunque son muy similares a las utilizadas por otros países.

FUENTE: Búsqueda, 11/11/10



Advertencias sanitarias uruguayas que ocupan el 80% de ambas caras de los paquetes de cigarrillos

“El tabaquismo, como la guerra, mata a muchos (...) pero también enriquece a algunos. Obvio es decir que a esta tabacalera (PMI), como a todas las tabacaleras, poco le importa la salud de los consumidores (...). Tampoco le desvela el reducido mercado uruguayo ni la irrelevante competencia de las tabacaleras locales. Lo que sí le interesa y mucho, a esta y otras multinacionales del tabaco, es dar un escarmiento al Uruguay e intimidar a otros países que están instrumentando políticas públicas para el control del tabaco o se disponen a hacerlo.”

Expresidente uruguayo Tabaré Vázquez

FUENTE: "Philip Morris quiere dar un 'escarmiento' a Uruguay, acusa ex presidente", AFP, 15/11/2010

La reacción de Uruguay

La demanda de PMI coincidió con el cambio de autoridades nacionales de gobierno en el Uruguay en marzo de 2010. Para evitar el litigio con PMI y quedar a resguardo de las amenazas de resarcimiento millonario solicitado por la tabacalera, el nuevo gobierno consideró disponer medidas administrativas o legislativas para retroceder en las políticas de control del tabaco, disminuyendo el tamaño de las advertencias sanitarias al 65% de ambas caras de los paquetes y flexibilizando la restricción de comercializar solo una presentación por marca de cigarrillos.⁴

No obstante, la sociedad civil nacional e internacional se expresó en contra del retroceso en las políticas y ofreció un fuerte apoyo al gobierno uruguayo para defender las medidas y enfrentar a PMI.

Numerosas organizaciones internacionales de control de tabaco, como la Alianza para el Conve-

nio Marco (Framework Convention Alliance), The Campaign for Tobacco Free Kids, The International Union Against Tuberculosis and Lung Disease, American Cancer Society, Corporate Accountability International, InterAmerican Heart Foundation y Michael Bloomberg, entre otros, ofrecieron su apoyo técnico y financiero para que el país enfrentara el juicio de la tabacalera. La Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud también expresaron su fuerte apoyo a la posición de Uruguay.

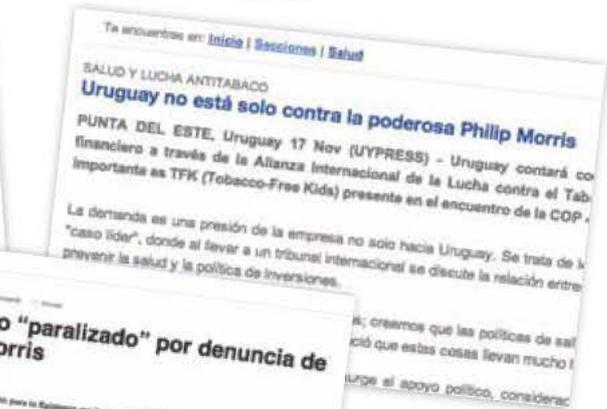


FUENTE:
UyPress - Agencia Uruguaya de Noticias,
15/11/10



FUENTE:
El Observador,
24/09/10

FUENTE:
180.com.Uy,
28/09/11



Al mismo tiempo, la sociedad civil local, representada por el Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo (CIET) expresó su oposición a la posibilidad de dar marcha atrás con las medidas y ofreció su apoyo al gobierno para

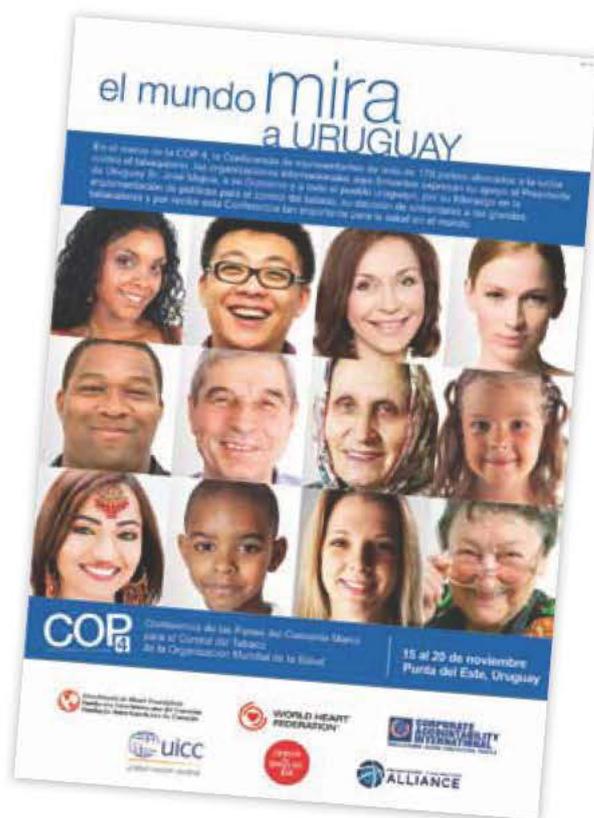
enfrentar la demanda. En un comunicado enviado a los medios de comunicación, el CIET denunció la existencia de presiones por parte de PMI hacia el gobierno para evitar el arbitraje a cambio de la flexibilización de la regulación.⁵

“A mediados de este mes, el Centro de Investigación para la Epidemia de Tabaquismo (CIET) había denunciado que el gobierno negociaba con Philip Morris una salida para evitar el juicio de arbitraje que entabló la tabacalera y que por ello podría flexibilizar la legislación antitabaco. «La demanda (entablada por la multinacional Philip Morris en febrero) nunca tuvo intención de ser llevada adelante; la única intención ha sido manipular al gobierno, ejerciendo presión por gastos que el Estado deba incurrir para defenderse», dijo un comunicado difundido en esos días por el CIET.”

FUENTE: "Para Vázquez, Mujica mostró 'debilidad'." El País, 26/07/10

La celebración de la Cuarta Conferencia de las Partes (COP4)⁶ del Convenio Marco para el Control del Tabaco, que se realizó en suelo uruguayo en noviembre de 2010, también fue un importante impulso para decidir al gobierno local a enfrentar a la tabacalera y defender las medidas adoptadas durante el mandato anterior. Por este motivo, finalmente, todo el apoyo otorgado por la comunidad nacional e internacional al Uruguay disuadió al nuevo gobierno de dar marcha atrás con las políticas y enfrentar la demanda.

En julio de 2012, luego de 2 años de discutir la jurisdicción del caso, en los que Uruguay alegó que no correspondía la actuación del tribunal internacional sino que el tema debía dirimirse en cortes nacionales, el tribunal arbitral decidió hacer lugar al litigio en el CIADI. En virtud de esa decisión, en marzo de 2014, la tabacalera Philip Morris presentó ante el CIADI sus argumentos y está previsto que Uruguay haga lo propio en septiembre de 2014.



Las políticas de control del tabaco en Uruguay luego de la demanda de Philip Morris

El caso de Philip Morris contra Uruguay fue el primero en su tipo: nunca antes una tabacalera había demandado a un Estado sobre la base de un tratado bilateral de inversiones.⁷ Este hecho es significativo, ya que con posterioridad al reclamo de PMI iniciado en 2010, el país no mostró avances relevantes en la adopción de nuevas políticas de control del tabaco.

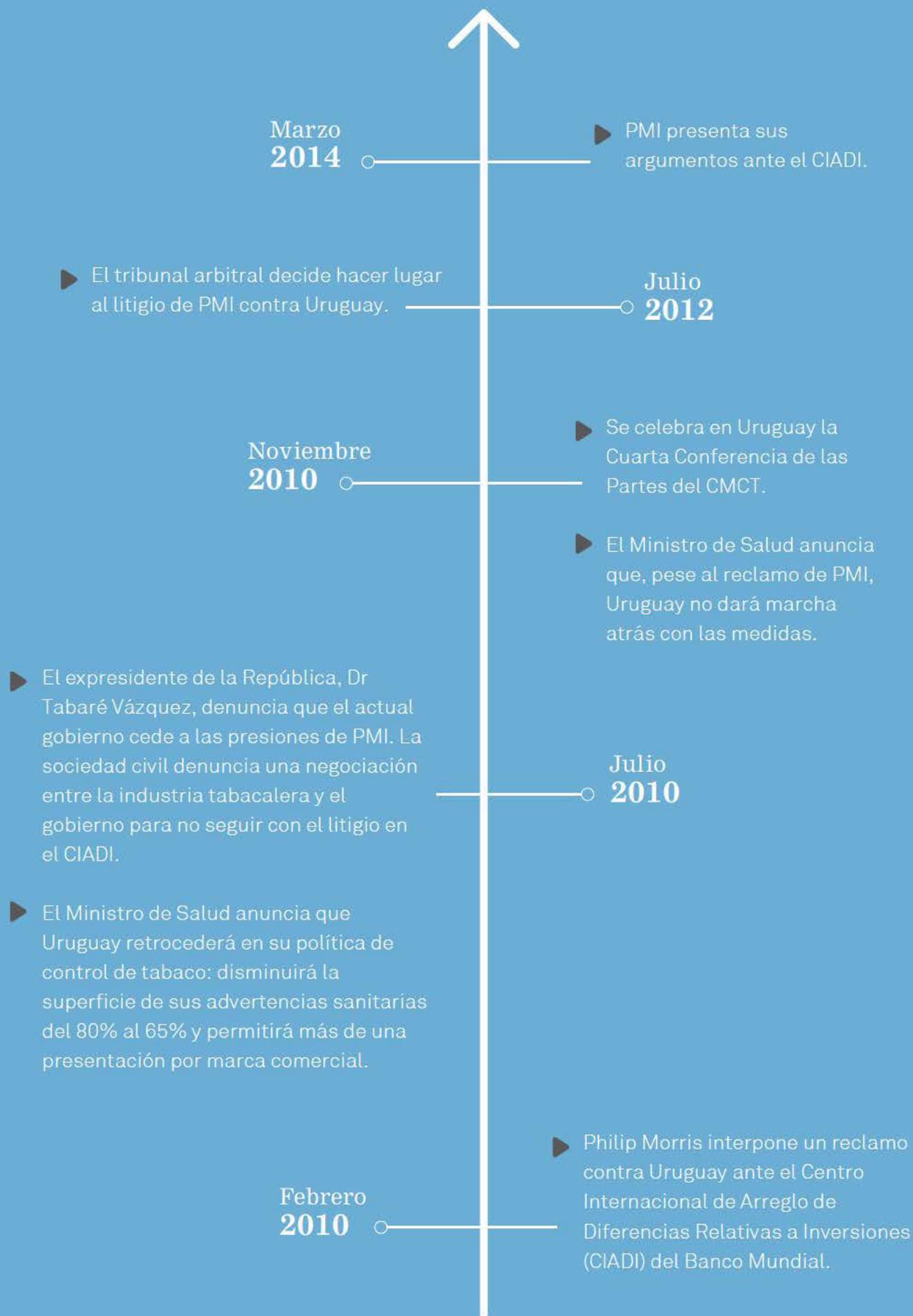
El único intento de avance se dio en mayo de 2012, cuando el Ministerio de Salud Pública manifestó públicamente la decisión de adoptar una política de prohibición completa de la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco. En ese entonces, presentó un proyecto de ley, avalado por las organizaciones de la sociedad civil, durante un acto en el Parlamento con motivo de la celebración del Día Mundial sin Tabaco. No

obstante, el proyecto no se trató y recién un año después, en junio de 2013, hizo su ingreso a la Comisión de Salud del Senado, aunque aún está pendiente de discusión en las cámaras.

Según los referentes de las organizaciones locales de control del tabaco, la demanda presentada por PMI contra el Estado Uruguayo a inicios del 2010 ha puesto un freno a la implementación de otras políticas recomendadas por el CMCT. Se puede sostener que el propósito de la tabacalera fue utilizar la estrategia judicial para intimidar al país y hacerle flexibilizar sus decisiones. En tal sentido, es válido considerar que el motivo de la acción legal no fue la supuesta pérdida económica de la empresa por las políticas implementadas por

Uruguay (el mercado uruguayo es muy pequeño en relación al ingreso global de PMI y la empresa en ese país tiene apenas un 10% de participación) sino una excusa para dar un mensaje e intimidar a otros países, sobre todo a aquellos en vías de desarrollo, y así frenar el avance en la implementación de políticas de control del tabaco.

La mirada de la comunidad internacional comprometida con el control del tabaco está puesta sobre el caso de Philip Morris International contra Uruguay. Sin duda, un fallo en favor de las medidas para luchar contra el tabaquismo sentará un precedente de gran relevancia para la defensa de la salud pública en todo el mundo.



NOTAS

- 1 - Fuente: Centro Nacional de Estadística (CNE), Censo 2011. Disponible en: <http://www.ine.gub.uy/censos2011/index.html> (Acceso junio 2014).
 - 2 - Fuente: Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos, Organización Panamericana de la Salud, 2009. Disponible en: <http://www2.paho.org/hq/dmdocuments/2010/GATS-URU-factsheet-SPANISH.pdf> (acceso junio 2014).
 - 3 - Fuente: Conti, Dardo, "Economía y Desarrollo: consumo de tabaco y pobreza" (presentación del CIET), 2012. Disponible en: http://cieturuguay.org/wp-content/uploads/2012/10/Econom%C3%ADa-y-desarrollo_abril-2012.pdf (Acceso junio 2014)
 - 4 - Ver "Reducirán publicidad antibacaco", 180.com.uy, 24/07/10. Disponible en: <http://www.180.com.uy/articulo/Reduciran-publicidad-anti-tabaco> (Acceso junio 2014).
 - 5 - "Para Vázquez, Mujica mostró 'debilidad'" El País, 26/07/10. Disponible en: <http://historico.elpais.com.uy/100726/pnacio-504193/nacional/Para-Vazquez-Mujica-mostro-debilidad-/> (Acceso junio 2014).
 - 6 - Según la Organización Mundial de la Salud, "la Conferencia de las Partes (COP) es el órgano rector del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco y está integrada por todos los Estados Parte del Convenio. En la COP se examina regularmente a aplicación del Convenio y se adoptan las decisiones necesarias para su aplicación y protocolos, anexos y enmiendas al tratado. Ver: <http://www.who.int/fctc/cop/es/> (Acceso junio 2014).
 - 7 - Luego del caso uruguayo, Australia y Honduras también fueron demandadas por la industria tabacalera por la implementación de medidas de control del tabaco.
-

PALABRAS DE CIERRE

Por Mariela Alderete

VICEDIRECTORA DE LA FUNDACIÓN INTERAMERICANA DEL CORAZÓN ARGENTINA
COORDINADORA DE LA INICIATIVA REGIONAL PARA MONITOREAR Y CONTRARRESTAR
A LA INDUSTRIA TABACALERA

La iniciativa regional para monitorear y contrarrestar a la industria tabacalera representa una gran oportunidad para conocer en profundidad las estrategias que esta industria utiliza para obstaculizar las políticas de control de tabaco en América Latina. Al mismo tiempo, ha sido de gran utilidad para compartir las experiencias de las organizaciones civiles comprometidas con la promoción de las políticas de salud.

El trabajo realizado desde 2010, en el marco de la iniciativa, facilitó la construcción de capacidad en la región para actuar de manera conjunta y anticiparse a las estrategias de la industria del tabaco. También fue un factor clave para promover el intercambio de información, fortalecer la relación entre las organizaciones de la región y adquirir un conocimiento más profundo sobre los procesos de interferencia llevados adelante por la industria en nuestros países.

En este contexto, el reporte “La salud no se negocia. 2da edición. La sociedad civil frente a las estrategias de la industria tabacalera en América Latina. Casos de estudio 2014” es un hito para nuestra región debido a que documenta los procesos de interferencia de la industria tabacalera experimentados por siete países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay) y una variedad de acciones y estrategias lideradas por las organizaciones de la sociedad civil para enfrentar las interferencias y defender las políticas para el control del tabaco. A partir de lo reportado por las organizaciones participantes, es posible dar cuenta del perfil cada vez más enérgico y agresivo que ha desarrollado la industria tabacalera en la región en los últimos años y de la mayor visibilidad pública que ha adquirido ante el avance de las leyes que luchan contra el tabaquismo.

El reporte ha puesto de manifiesto una multiplicidad de estrategias utiliza-

das por las tabacaleras para oponerse a la sanción de legislación o para obstaculizar su implementación. En este punto, se pueden mencionar: la creación de alianzas con diferentes grupos de interés para obstaculizar el incremento de los impuestos a los productos de tabaco; las innovadoras estrategias para eludir las prohibiciones de publicidad, sobre todo en el punto de venta; la explícita oposición a la prohibición de aditivos y saborizantes que utiliza a los productores de tabaco como grupo de fachada; y las demandas judiciales para intimidar e impedir la implementación de políticas, llevadas adelante tanto contra gobiernos como contra organizaciones de la sociedad civil. Ante el avance de estas situaciones, las organizaciones sociales han demostrado ser un actor fundamental en el monitoreo e identificación de las estrategias que utiliza la industria tabacalera, en su documentación y en el desarrollo de acciones y campañas para denunciarlas y desacreditarlas públicamente.

A través de los estudios de caso es posible observar este proceso, encontrar los puntos de contacto entre los diferentes países, sistematizar las estrategias de la industria, conocer las acciones de la sociedad civil para frenar su avance, fortalecer el trabajo en red entre los activistas del control del tabaco, aprender de las experiencias regionales y anticiparnos a futuras acciones.

Aun cuando existen particularidades propias de cada país, las estrategias de las tabacaleras y las acciones para contrarrestarlas son procesos que se replican en la región. El estudio de caso de México, por ejemplo, destaca las múltiples acciones realizadas por la sociedad civil (tales como notas en la prensa, conferencias y denuncias públicas) para contrarrestar una engañosa campaña de la industria tabacalera violatoria de la ley y utilizada para difundir el falso argumento según el cual los impuestos al tabaco aumentarían el contrabando de cigarrillos, extendido por la industria en todo el mundo. Estas acciones de la sociedad civil evidenciadas en el relato de México se pueden ver replicadas en los relatos de las organizaciones de los diferentes países, que suelen llevar adelante estrategias en múltiples niveles (legal, político y comunicacional) para defender las políticas públicas. En este sentido, en el reporte de Argentina, podemos observar cómo la sociedad civil hace uso de los pedidos de acceso a la información pública como herramienta legal para efectuar el seguimiento de los procesos de toma de decisión en la discusión del reglamento de la ley nacional de control del tabaco, con el fin de detectar la posible interferencia de la industria en dicho proceso y tomar medidas preventivas. Los pedidos de acceso a la información pública han sido un recurso utilizado también en Colombia para contrarrestar las acciones de la industria tabacalera violatorias de la prohibición completa de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco. Al mismo tiempo, estos dos países trabajaron en el monitoreo de los puntos de venta de cigarrillos y documentaron y denunciaron ante las autoridades las violaciones de la industria a la medida mencionada: en Colombia, a través de los juegos promocionales para estimular la venta de determinadas marcas por parte de los comerciantes minoristas, y en

Argentina, a través de llamativos anuncios publicitarios que no cumplen con la reglamentación de la ley de control del tabaco. En ambos casos, la documentación de las violaciones ha sido de gran utilidad para fortalecer la implementación de las leyes.

El relato de Brasil, por su parte, es de gran interés para conocer las estrategias para contrarrestar la acción legal interpuesta por la industria para frenar la resolución que prohíbe los saborizantes y aditivos en los cigarrillos: las organizaciones sociales se presentaron como *Amicus Curiae* ante la Suprema Corte de Justicia para defender la medida y acompañaron la acción legal de una campaña pública que muestra cómo las tabacaleras utilizan los aditivos para promover el inicio temprano del consumo de cigarrillos por parte de los jóvenes, así como su continuidad.

Al igual que en el caso de Brasil, el relato de Perú es otro ejemplo del uso de una acción legal por parte de la industria para frenar las políticas de control del tabaco (esta vez contra una ley para implementar ambientes 100% libres de humo en todos los espacios cerrados de acceso público y lugares de trabajo) y de cómo la sociedad civil y los actores de gobierno comprometidos con la defensa del derecho a la salud pueden trabajar en conjunto para contrarrestarla.

En la misma línea que los anteriores, Uruguay es quizás el caso emblemático en el que la sociedad civil, las autoridades de gobierno y la comunidad internacional aunaron fuerzas para hacer frente a una demanda de la industria tabacalera. El relato uruguayo da cuenta del proceso a través del cual una de las tabacaleras más poderosas del mundo quiso intimidar al Estado a través de una demanda millonaria por la supuesta violación de un tratado bilateral de comercio.

Además de visibilizar las estrategias legales desplegadas por la industria y sus acciones solapadas para violar la legislación en numerosos países, el trabajo de las organizaciones de la sociedad civil también ha permitido denunciar las relaciones de las tabacaleras con el poder político. Esto se evidencia en el relato de Perú, en el que se muestran los vínculos entre las tabacaleras y un partido político, y también en Chile, en donde la sociedad civil hizo frente al escandaloso lobby de la industria en el Congreso Nacional a través de denuncias públicas de gran repercusión. Este último caso se destaca, además, por dar cuenta del avance del país en la implementación de mecanismos de transparencia y rendición de cuentas que obligan a las tabacaleras a declarar sus gastos en promoción, cabildeo y responsabilidad social. Esta medida innovadora es un ejemplo a seguir para fortalecer la implementación del artículo 5.3 del Convenio Marco para el Control del Tabaco por parte de los Estados.

El recorrido por los diferentes estudios de caso presentados en esta publicación permite ver cómo las organizaciones de la sociedad civil son claves para exponer y denunciar públicamente a la industria tabacalera cuando

intenta obstaculizar la adopción de las medidas efectivas para luchar contra la epidemia del tabaquismo. Sin embargo, no hay que perder de vista que la responsabilidad primaria en materia de protección de la salud es de los gobiernos. Son ellos los que tienen que impedir o anular las acciones de interferencia de la industria tabacalera en los procesos de discusión e implementación de políticas públicas. Desde la sociedad civil nuestro compromiso es seguir trabajando para denunciar a las tabacaleras que socavan las políticas de salud y fortalecer la relación con las autoridades de gobierno, ya que esto permitirá garantizar un progreso cada vez mayor del control del tabaco y avanzar en la protección del derecho a la salud de la población de América Latina.

**Fundación InterAmericana del Corazón - Argentina
(FIC Argentina)**

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Correo electrónico: institucional@ficargentina.org
www.ficargentina.org
[@ficargentina](https://facebook.com/ficargentina)

Aliança de Controle do Tabagismo (ACT) - Brasil

Rua Batataes, 602, cj 31, CEP 01423-010, São Paulo, SP, Brasil.
Tel/fax: +55 11 3284 7778, 2548 5979
Av. N. Sa. Copacabana, 330/404, CEP 22020-001, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
Tel/fax: +55 21 2255 0520, 2255 0630
Correo electrónico: act@actbr.org.br
www.actbr.org.br
facebook.com/ACTbr

**Fundación InterAmericana del Corazón - México
(FIC México)**

Río Danubio 49, Col. Cuauhtémoc, Deleg. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06500.
Tel: +52 55 5208-0020
Correo electrónico: ficmexico@ficmexico.org
www.ficmexico.org
facebook.com/ficmexico.org
[@FICMexico](https://twitter.com/FICMexico)

Corporate Accountability International (CAI) - Colombia

10 Milk Street, Suite 610. Boston, MA 02108. USA
Oficina América Latina: Cra. 68A No. 22A-75 C.3
Bogotá, Colombia
Tel: +57 3114426404
www.stopcorporateabuse.org

Chile Libre de Tabaco

Iniciativa impulsada por Fundación Educación Popular en Salud (EPES)

General Koerner 38, Comuna El Bosque, Santiago, Chile
Tel: +56 2 2548 6021 / 2548 7617
Correo electrónico: info@chilelibredetabaco.cl
www.chilelibredetabaco.cl
facebook.com/redchilelibredetabaco
[@chilesintabaco](https://twitter.com/chilesintabaco)

**Comisión Nacional Permanente de Lucha Antitabáquica
(COLAT) - Perú**

Av. República de Colombia #435 - Dpto. H, San Isidro (Lima 27), Perú
Tel: +51 1 652 2020, 652 2112
Correo electrónico: infor@colat.pe
www.colat.pe
facebook.com/medios.colat

**Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo
(CIET) - Uruguay**

Soriano 1433, CP: 11200, Montevideo, Uruguay
Tel: +598 91 716977 / +598 4542 3427
Correo electrónico: ciet.uy@gmail.com
www.cieturuguay.org

ISBN 978-987-28899-3-7



9 789872 889937



Con el apoyo de:

