

ESTRATEGIAS DE LA INDUSTRIA TABACALERA EN MÉXICO ANTE LA APLICACIÓN DE NUEVAS LEYES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN.

Kenia Azeneth Herrada Delgado

Adán Espinoza Zaragoza

Fernando Hernández Contreras

Universidad Autónoma de Tamaulipas

keniaazeneth_herrada@hotmail.com

Resumen

A partir de la creación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control de Tabaco (CMCT OMS), y firmado por nuestro país en el 2004, la industria tabacalera ha sido afectada completamente ya que este convenio tiene como fin mejorar la calidad de la salud de la población mundial, fomentando la reducción de su demanda por parte del consumidor, además de cuestiones relacionadas con el suministro. Por lo tanto las compañías

productoras de tabaco se han visto en la necesidad de implementar nuevas estrategias de competencia para seguir en mercado. Teniendo que modificar desde su imagen en la presentación del producto, disminuir los costos, y afrontar las diferentes leyes fiscales y normativas de salud que lesionan su crecimiento.

Esta investigación plasma la necesidad de que la industria tabaquera tiene que modificar sus antiguas estrategias para enfrentar estas nuevas leyes que afectan a las organizaciones productivas en este sector.

Palabras clave: industria tabacalera, estrategias, nuevas leyes.

Summary

Since the creation of the Framework Convention of the World Health Snuff Control (WHO FCTC), signed by our country in 2004, the tobacco industry has been completely affected and that this agreement



Fuente: <http://rompecabezas-medicos.blogspot.com/2012/02/el-cerebro-de-los-hombres-fumadores-se.html>

aims to improve the quality of health of the world, promoting the reduction in demand by consumers, as well as supply issues.

To which snuff producing companies have had to implement new strategies to continue competition in the market and maintain their profit margins. They had to change from its image in the presentation of the product, raise the costs of these, and deal with different tax laws and health standards in order to produce the product.

The following research shows how the tobacco industry modifies its old strategies to adapt to new laws productive.

Keywords: tobacco industry, strategies, new laws.

Introducción

En los últimos años, el gobierno mexicano ha logrado importantes avances en materia de políticas para el control del tabaco. Incluso, el 28 de mayo de 2004 se convirtió en el primer país de América en ratificar el CMCT.

La preocupación por el daño a la salud poblacional y el alto costo económico que el tabaco impone a la sociedad, estuvieron reflejadas dentro del Plan Nacional de Salud 2007–2012, el cual refiere la importancia de enfrentar los problemas emergentes mediante la definición explícita de prioridades. Una de las prioridades señaladas es el combate a las adicciones (tabaco, alcohol y sustancias psicoactivas). Se desarrollaron de manera paralela distintas acciones, entre ellas, la restricción de la publicidad, la promoción de lugares libres de humo de tabaco y el incremento de los impuestos al tabaco.

México se encuentra rezagado en materia de políticas de control del tabaco con relación a otros países del continente americano.

De acuerdo con el Informe sobre el Control del Tabaco para la Región de las Américas 2011, elaborado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el país registra uno de los niveles más bajos del hemisferio en materia de espacios 100 por ciento libres de humo.

En México, sólo son totalmente libres de humo las escuelas y el transporte público. En espacios como los centros sanitarios, las universidades, los edificios gubernamentales, las oficinas cerradas, y los restaurantes y bares, advierte, hay espacios donde todavía se puede fumar.

No existe un nivel seguro de exposición al tabaco. La industria del tabaco propone alternativas a los ambientes 100 por ciento libres de humo de tabaco, como la ventilación y áreas designadas para fumadores, pero estas intervenciones no solucionan el problema. La prohibición completa de fumar en todos los ambientes públicos cerrados y en todos los lugares de trabajo

cerrados es la única intervención que efectivamente protege de los daños ocasionados por dicho humo.

El 26 de febrero de 2008, con la aprobación de las reformas a la Ley de Protección a la Salud de los No Fumadores en el Distrito Federal* y la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles, la conversión de todos los espacios públicos cerrados en áreas 100% libres de humo, se marca un hito en la forma de diseñar políticas de prevención y salubridad en México: hasta entonces no se había hecho una reforma sanitaria que, entre otras bondades, tuviera un impacto positivo, directo e inmediato sobre las rutinas de socialización; pudiera disminuir eficazmente el consumo del tabaco ofreciendo resultados medibles en el mediano plazo y en suma, aportara un elemento normativo para la sana convivencia social, al consolidar el ejercicio de un derecho fundamental común sobre las libertades individuales.

Planteamiento del Problema.

Gracias a las organizaciones internacionales que están tomando acciones necesarias en contra de la adicción que se genera por el consumo de tabaco, las industrias tabaqueras deben modificar sus estrategias de venta y promoción si es que desean continuar dentro del mercado actual, debido a que las leyes están cambiando a favor de los consumidores activos o pasivos que se ven afectados por el consumo de este dañino producto que provoca males como enfisema pulmonar, cáncer de pulmón o enfermedades cardiovasculares que por lo general terminan con la muerte de millones de personas anualmente.

Objetivo de la Investigación.

Nuestro trabajo originara como las antiguas estrategias del sector tabaquero son obsoletas y tienen que adecuarse a las nuevas trabas que las organizaciones internacionales están formulando para combatir el aumento desmesurado del consumo de esta sustancia generadora de las principales enfermedades respiratorias a nivel mundial. Mostraremos algunas de las estrategias por las cuales la industria tabacalera esta enfrentando actualmente y como esta misma se esta manteniendo implementando nuevos medios para seguir en el mercado.

Definiciones más Importantes.

La Estrategia supone dar respuesta a tres cuestiones básicas: qué, cómo y cuándo; en primer lugar, hay que responder a la cuestión del qué: qué se pretende conseguir, cuál es la

meta que se persigue. En segundo lugar, debemos dar respuesta al cómo: cuáles serán los medios o acciones que permitirán alcanzar la meta. Finalmente, se ha de contestar al cuándo: en qué momento se llevarán a cabo las acciones y el período que supondrá realizarlas.¹

La Industria son aquéllas que se otorgan a empleados, Funcionarios o directivos que trabajan dentro de una empresa. Aunque no son acciones propiamente dichas, dado que no forman parte del capital social. Se pueden emitir acciones especiales de industria o trabajo, cuando así lo estipulen las escrituras sociales de la empresa, a favor de aquellas personas que presten sus servicios a la entidad. En estas acciones se hará constar que son intransferibles y además todas las normas respecto a la forma, valor y otras condiciones que les correspondan. La utilidad a que dan derecho estas acciones, es adicional a la participación de utilidades que por ley les corresponde a los trabajadores.²

El tabaco es un producto de la agricultura originario de América y procesado a partir de las hojas de varias plantas del género *Nicotiana tabacum*. Se consume de varias formas, siendo la principal por combustión produciendo humo. Su particular contenido en nicotina la hace muy adictiva. Para algunos autores la nicotina no crea dependencia, como suele afirmarse. Se comercializa legalmente en todo el mundo, aunque en muchos países tiene numerosas restricciones de consumo, por sus efectos adversos para la salud pública.³

Cigarrillo conocido también como, cigarro, pitillo o pucho es uno de los formatos más populares en el consumo de Tabaco. Es tabaco seco picado recubierto por una hoja de tabaco o papel en forma de cilindro, comúnmente acompañado por un filtro. Fue definido ya por Bartolomé de las Casas en su Historia de las Indias como “ciertas hojas secas envueltas en otras hojas, también secas, parecidas a los petardos ... Se encienden por un extremo y se chupan por el otro ... para introducir en los pulmones ese humo con el que adormecen el cuerpo y así se embriagan”. Fue condenado por Jacobo I de Inglaterra por “repulsivo para el olfato, desagradable para la vista, peligroso para el cerebro y nocivo para los pulmones”.⁴

Puro o Habano es un paquete firmemente enrollado de tabaco secado y fermentado, liado sin papel. Se enciende por uno de los extremos para poder introducir su humo dentro de la boca del fumador a través del otro extremo. Los puros deben almacenarse a una humedad de alrededor del 65% al 72%. Por esta razón, los puros deben ser almacenados en un humidificador

¹ Concepto recabado a través de la página electrónica: <http://www.elergonomista.com/3ab00.html>

² Definición obtenida a través de la página electrónica: <http://www.definicion.org/accion-de-industria>

³ Hanan Frenk, Ph.D. & Reuven Dar Ph.D., (2000) A critique of nicotine addiction, Kluwer Academic Publishers, In this book is questioned the nicotine addiction

⁴ Definición obtenida a través de la página web: <http://www.ecured.cu/index.php/Cigarrillo>

humidificador que mantiene un clima adecuado. En seco, los puros pierden su aroma y queman de forma desigual.⁵

Ingreso de la Industria al País.

El tabaco se cultiva comercialmente en más de 120 países en los cinco continentes y en la mayoría de los climas excepto en los más fríos. Este cultivo se adapta a una gran diversidad de suelos y condiciones climáticas y por lo mismo puede desarrollarse en suelos con baja fertilidad. La producción mundial de tabaco en 1997 fue de 7.3 millones de toneladas métricas (peso en seco), siendo los principales países productores: China, Estados Unidos, India, Brasil, Turquía, Zimbabwe, Indonesia, Italia, Grecia y Malawi.

La República Popular China es el principal productor con 3.2 millones de toneladas en 1997, lo que representó el 43.8 por ciento de la producción mundial. En ese año México ocupó el 14º lugar a nivel mundial con una producción de 34.9 mil de toneladas, exportando el 40% de su producción. La industria del tabaco se ha visto afectada por las campañas en contra de su consumo debido a los efectos nocivos para la salud, lo que se ha reflejado en una caída tanto de la producción como de las exportaciones de hoja de tabaco. En 2001, la producción mundial fue de 6.8 millones de toneladas, 5.7 por ciento menor que en 2000.

La industria tabacalera mexicana incluye tres actividades económicas: el beneficio del tabaco, que comprende actividades como secado, fermentación y añejamiento de las hojas; la producción manufacturera de cigarros; y la de puros, que se clasifican como actividades distintas. De esas tres actividades, la fabricación de cigarros es la que mayor porcentaje aporta al Producto Interno Bruto (PIB) de esta industria con alrededor del 90 por ciento del valor agregado, en segundo lugar está el beneficio de tabaco con una participación que ha fluctuado entre el 4 y el 11 por ciento entre 1990 y 2000; le sigue, de manera marginal, la fabricación de puros, la cual aporta únicamente el 0.7 por ciento al valor agregado de la industria.⁶

Entre 1990 y 2000 la industria tabacalera ha participado de manera constante con el 0.2 por ciento al PIB total. En 1990, la industria tabacalera contribuyó con el 1.1 por ciento del PIB manufacturero, cifra que disminuyó a 0.7 por ciento en 2000. Esta industria se clasifica en el sector de alimentos procesados y bebidas, a la cual aportó el 4.3 por ciento de su PIB en 1990, mientras que en 2000 su aportación descendió a 3 por ciento. Entre 1990 y 2000 se observa una tendencia a la baja del PIB de la industria tabacalera y un comportamiento cíclico que se

⁵ Concepto obtenido a través de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Puro>

⁶ Revista Interforum, (2009) "La industria del tabaco" Latín America Consulting y Communications

asocia principalmente a la volatilidad de los precios, ya que éstos se establecen con base en precios de referencia internacional.

En 1998 se acentuó este comportamiento registrándose ese año un crecimiento anual de 12.7 por ciento, mientras que en 2000 se registró la caída más profunda en ese periodo siendo de -5.4 por ciento. Con ello, en promedio la industria registró un decremento real en su PIB de 0.04 por ciento, por lo que la producción en esos diez años permaneció prácticamente constante, con un nivel de producción de 2 mil 200 millones de pesos en términos reales.

El nivel de producción más alto se observó en 1998 con un total de 2 mil 452 millones de pesos constantes de 1993. En términos de volumen, se observó una contracción del mercado mexicano en 1999, tanto la producción como las ventas se contrajeron en 1.5 por ciento respecto a 1998. Sin embargo, en 2000, a pesar de una nueva contracción del mercado de alrededor de 5.2 por ciento, el nivel de ventas aumentó en 0.4 por ciento respecto a 1999, lo que permitió un ajuste de inventarios para ese año. En 2001, México produce tabaco, productores de este cultivo son Nayarit, Chiapas y Veracruz. Nayarit es el principal productor de tabaco gracias a su tipo de suelo, destacando en la producción de tabacos rubios, ese estado concentra el 90 por ciento de la producción de tabaco en todo el país, mientras que Chiapas cultiva el 8 por ciento y el restante 2 por ciento se produce en Veracruz.

En la segunda década del siglo XX se establecieron en el país las primeras filiales de empresas transnacionales, ya que México fue considerado como una fuente importante de materia prima, además de contar con un mercado potencial para el consumo de productos tabacaleros. Con ello dio inicio un proceso de producción y comercialización del producto terminado bajo una integración vertical, es decir, que las empresas tienen el control desde el cultivo de la planta, inclusive algunas de ellas han sido o son propietarias de cultivos, o bien influyen en la determinación de los precios de las cosechas por ser únicos compradores de productores independientes, asimismo controlan la producción de cigarrillos, la logística de comercialización y su distribución.

Tanto en el mercado mundial como en el nacional, la industria tabacalera se caracteriza por su alto nivel de concentración en pocas empresas, y por lo mismo, de capitales. En México, en 1900 existían 743 empresas tabacaleras, en 1975 la industria estaba integrada por seis grandes empresas: La Moderna, El Águila, Tabacalera Mexicana, Fábrica de Cigarrillos Baloyán, Fábrica de Cigarrillos La Libertad y Cigarrera Nacional.

A partir de 1997 las alianzas estratégicas y los joint-ventures propiciaron la compra-venta de las empresas tabacaleras mexicanas, por lo que actualmente, la industria se concentra prácticamente en tres empresas: Cigarrera La Moderna (Cigamod), Cigarrera La Tabacalera

Mexicana (Cigatam) y la Libertad. Las dos primeras tienen el control del 99 por ciento del mercado, por lo que se puede calificar a la industria nacional como un duopolio. Asimismo, ambas empresas cuentan con capital extranjero de las dos principales empresas tabacaleras a nivel mundial: British American Tobacco (BAT)¹ es propietaria del 100 por ciento del capital accionario de Cigamod y Cigatam, subsidiaria de Grupo Carso, cuenta con el 49.9 por ciento del capital de la primer cigarrera mundial: Philip Morris (PM).

Cigatam-PM es líder del mercado mexicano en la producción y comercialización de cigarrillos con una participación en el mercado de más de 58.3 por ciento al cierre de 2001. México no queda excluido de los procesos de concentración y monopolización de bienes y la industria tabacalera mexicana, al igual que la industria internacional, ha seguido un patrón de concentración de empresas y en consecuencia de capitales. Tan sólo en 1900 se tenían registradas 743 empresas tabacaleras,¹² para 1975 la industria estaba integrada por seis empresas (La Moderna, El Águila, Tabacalera Mexicana, Fábrica de Cigarrillos Baloyán, Fábrica de Cigarrillos La Libertad y Cigarrera Nacional), sobre el esquema del desarrollo estabilizador,^{13,14} sin embargo, recientemente se llevó a cabo una monopolización y a final del siglo XX la industria se había concentrado en tres empresas: Cigarrera La Moderna (Cigamod), Cigarrera La Tabacalera Mexicana (Cigatam) y La Libertad (LL).

Aun cuando están presentes estas tres empresas en el mercado nacional del cigarrillo, el control de 99% del mercado que tienen Cigamod y Cigatam, clasifica esta actividad como un duopolio. La actuación de las empresas tabacaleras en la comercialización de sus productos y en la utilización de los conocimientos adquiridos en investigaciones sobre la composición y acción del tabaco ha sido confusa y es motivo de controversias, demandas judiciales e intentos de regular el tabaco por considerarse el tabaquismo la principal epidemia que afronta la humanidad.

La situación actual puede vivirse entrando a Internet, donde se observa una verdadera guerra entre las empresas tabacaleras y las organizaciones sanitarias, como la Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud. Guerra que pasa desapercibida en Argentina, pero que se desarrolla a nivel internacional con estrategias, batallas, heridos y muertos. Al comienzo se siente asombro y no se puede creer en la infinidad de documentos que aparecen sobre la actividad tabacalera. Luego la impresión es de ansiedad por la magnitud de lo que se observa y por el enorme poder económico que está siendo afectado en sus intereses, que no son precisamente los de la salud.

El comercio exterior de tabaco ha registrado un balance positivo para México desde 1993. El valor de las exportaciones totales de tabaco, en rama y procesado, pasó de 28.9

millones de dólares (mdd) en 1990 a 62.5 mdd en 2001, en términos nominales; mientras que las importaciones mostraron una tendencia inversa, en 1990 ascendieron a 39.4 mdd y se ubicaron en 37.1 mdd en 2001. La balanza comercial de esta industria pasó de un déficit de 10.5 mdd en 1990 a un superávit de 39.2 mdd en 1993, alcanzando un máximo de 85.0 mdd en 1996, a partir de ese año el saldo favorable muestra una tendencia descendente ya que las importaciones comenzaron a crecer más aceleradamente que las exportaciones durante 1997 y 1998.

En dicho comportamiento influyó, en parte, la desgravación arancelaria en la importación de cigarros originarios de países con los que se tiene suscritos tratados de libre comercio. A partir de 1999 se registró una contracción en las exportaciones debido a los menores volúmenes exportados por la reducción de las áreas de cultivo, mostrando un comportamiento inestable entre 1999 y 2001. Así, el superávit de la balanza comercial alcanzó solamente 25.5 mdd en 2001, a pesar de ser un saldo favorable es el menor registrado en los últimos nueve años.

En 1990 las exportaciones de cigarrillos representaron el 21 por ciento y las de tabaco en rama el 79 por ciento restante. En 2001, la participación de las exportaciones de cigarrillos aumentó a 58 por ciento, y la participación del tabaco en rama se redujo a 42 por ciento. La exportación de cigarrillos se encuentra clasificada por el Banco de Comercio Exterior dentro de los 12 principales productos del sector de "Alimentos procesados, bebidas y tabaco" por su participación promedio en el total de exportaciones de dicho sector que fue de 1.6 por ciento entre 1994 y 2000. ⁷

Estrategias Efectuadas por el País para la Disminución del Consumo.

El tabaquismo es un grave problema de salud pública en los países de Latinoamérica, donde los grupos de jóvenes son el blanco principal de la industria tabacalera. Se requiere urgentemente de tácticas de protección y acciones sanitarias para modificar las consecuencias de fumar a través de la cesación del tabaquismo.

En la actualidad las poblaciones pobres y vulnerables en Latinoamérica son las que están destinadas a sufrir las consecuencias sanitarias de esta enfermedad, ya que son las que presentar mayor consumo de tabaco y las que pueden acceder menos a las intervenciones sanitarias. ⁸

⁷ Congreso Unión, (2001) "Estudio económico y fiscal de la industria tabacalera" <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0382002.pdf>

⁸ Zabert G, Chatkin J, Ponciano-Rodríguez G, (2010) "Reflexiones sobre oportunidades de intervención en el Tabaquismo en Latinoamérica," Salud Publica en México vol.52 supl.2 Cuernavaca.

La principal limitante para optimizar las acciones son los recursos económicos y humanos disponibles y que los gobiernos efectivamente los asignen para la lucha contra el tabaquismo. En América Latina, los médicos y el personal del área de la salud debemos convencer a las clases dirigentes de la magnitud del problema y a las posibles soluciones, para lo cual es necesario expresarlas en términos de eficacia y costo-eficacia, para que así puedan ser útiles en la toma de decisiones políticas.

El avance de la epidemia del tabaquismo, ha contribuido a plantear el desarrollo de acciones estratégicas en el ámbito legislativo, preventivo, de tratamiento y rehabilitación, así como en el área de investigación y participación comunitaria en el ámbito nacional.⁹

Medidas Implementadas por el Gobierno Mexicano.

Resulta claro que las preferencias están determinadas muchas de las veces por la moda y el tabaquismo no es la excepción. Un país no puede quedar aislado en los esfuerzos por combatir lo que se ha declarado como una epidemia de carácter mundial. Y como epidemia hay que combatirla desde los escenarios mundiales pero en colaboración con autoridades y agrupaciones, para ello será necesario reforzar y seguir exhortando a los gobiernos a que vigilen y den seguimiento al buen cumplimiento de las leyes y su normatividad.

A principio del 2004, por decreto del presidente Vicente Fox Quesada se ratificó el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control de Tabaco (CMCT). Aunque México ha avanzado en la implementación de políticas de control de tabaco, la industria tabacalera ha diseñado e implementado diversas estrategias orientadas a contener la adopción plena de las políticas públicas de salud establecidas en el Convenio.

Algunas estrategias creadas por el gobierno mexicano a partir de la firma del Convenio Marco para el Control del Tabaco CMCT en su industria nacional son:

Ley General para el Control del Tabaco.

A grandes rasgos esta ley tiene como principios básicos para la regulación del tabaco los siguientes rubros:

- Esta ley establece el área libre de humo de tabaco en lugares cerrados, fomentando que la responsabilidad de que se llevara a cabo estuviera en los dueños de los establecimientos, en

⁹ González M. (2001) El tabaquismo en el mundo. CONADIC Informa. Boletín Especial de Tabaquismo.

dado caso de que no se cumpliera con esta especificación la multa estaría a su cargo y sería sancionado con un pago de entre mil y diez mil salarios mínimos.

- Obligar a los establecimientos colocar una licencia a la vista (las señales de prohibición de fumar en el lugar, estuvieran visibles en todo momento).
- Limitar la publicidad del tabaco a su difusión en publicaciones exclusivas para adultos. Incluir imágenes y leyendas en las cajetillas de cigarrillos de advertencia sobre los efectos nocivos del producto (que se abarcara al menos el 50% del frente del empaque).
- Prohibir la venta de cigarrillos por unidad y de cajetillas con contenido menor a 14 cigarrillos o mayor a 24.
- Prohibir para la industria de regalar y/o vender cigarrillos a menores de edad.
- Las cajetillas no podrían contener las palabras como “ultraligeros” o “suaves”
- Los dueños de los establecimientos tendrían un plazo de 180 días para modificar las áreas destinadas a fumadores.¹⁰

IEPS: Impuesto Gradual al Tabaco.

El Impuesto Especial sobre la Producción y Servicios se agrega por primera vez en 1981 al tabaco.¹¹ A partir de este año la tasa con la que se grava el tabaco ha variado, la Industria Tabaquera cada año intensifica sus estrategias con el objeto de reducir sus pérdidas y aumentar sus beneficios, la industria busca que los aumentos en los impuestos no sean tan altos como para impactar en la demanda del producto.

En los siguientes años las tasas fiscales del producto no fueron significativas sino hasta el 2009 en la aprobación del IEPS para el ejercicio del 2010, se le incluía modificaciones para el tabaco de tal manera que en dos años se llegara a un aumento de dos pesos por cajetilla. Esta medida fue aprobada generando su aumento de forma gradual en la aplicación del impuesto, logrando en el 2009 se estableciera un impuesto gradual del IEPS en el tabaco, que para 2013 alcanzaría los dos pesos más por cajetilla.

La Comisión de Hacienda y Crédito Público de la Cámara de Diputados aprobó las modificaciones a la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) al tabaco, al cual se aumenta 5 pesos por cajetilla de 20 unidades. De esta manera se desistió de la baja del IVA a cambio de este aumento.

¹⁰ Diario Oficial de la Federación , (3º de mayo de 2008), Ley General para el Control del Tabaco.

¹¹ Diario Oficial de la Federación, (19 de diciembre de 1980) Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.

Asimismo, estos 5 pesos de aumento se sumarían a los dos pesos de incremento gradual a lo largo del próximo año pactado con anterioridad. Es decir que, a partir de 2011, las cajetillas de 20 cigarrillos costarían siete pesos más para el consumidor final.

La aprobación salió adelante con 18 votos en favor, y en consecuencia el IEPS del tabaco pasó de 70 a 75.8%, lo que implicaría una recaudación de 12,000 millones de pesos por este concepto.¹²

Estrategias Creadas por La Organización Mundial de la Salud.

La OMS es la autoridad directiva y coordinadora de salud dentro del sistema de las Naciones Unidas. Es responsable de proporcionar liderazgo en los asuntos sanitarios mundiales, configurar la agenda de investigación en salud, establecer normas y estándares, articular opciones de política basadas en la evidencia, prestar apoyo técnico a los países y vigilar las tendencias sanitarias mundiales.

El objetivo más ambicioso de la OMS es lograr que todos los pueblos alcancen el nivel de vida de salud más elevado.¹³ El tabaco es la causa singular de mortalidad más prevenible en el mundo de hoy en día, y mata hasta la mitad de quienes lo consumen.¹⁴ Por lo cual la OMS creó dos organizaciones y medidas para implementar las estrategias que reduzcan el consumo de tabaco y sus adicciones generando un nivel de vida elevado.

El Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT)

Este Convenio es el primer tratado internacional negociado bajo los auspicios de la OMS. El CMCT de la OMS se elaboró en respuesta a la globalización de la epidemia del tabaco y es un tratado basado en la evidencia que reafirma el derecho de toda persona al más alto nivel posible de salud. La Convención representa un hito para la promoción de la salud pública y proporciona una nueva dimensión jurídica a la cooperación sanitaria internacional. El CMCT de la OMS se elaboró en respuesta a la globalización de la epidemia del tabaco y es un tratado basado en la evidencia que reafirma el derecho de toda persona al más alto nivel posible de salud.

El 21 de mayo del 2003, la 56^{va} Asamblea Mundial de la Salud dio a conocer el convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT). Este

¹² Rombiola N, (2010) "Aumento IEPS al Tabaco"

¹³ Organización Mundial de la Salud, (7 de abril de 1948), Agencia especializada de la ONU,.

¹⁴ Organización Mundial de la Salud (2008), "MPOWER un Plan de Medidas para hacer Retroceder la epidemia de tabaquismo".

documento representa el esfuerzo más significativo a nivel mundial para construir un consenso acerca de cuáles son las medidas con mayor eficacia para el control de tabaco. El CMCT condensa los elementos que una legislación integral para el control de tabaco debe contener, y se establecen las disposiciones que los gobiernos deben implementar para contrarrestar las interferencias de la IT en las políticas de salud.¹⁵

La OMS afirma que el control de tabaco “*comprende diversas estrategias de reducción de la oferta, la demanda y los danos con objeto de mejorar la salud de la población eliminando o reduciendo su consumo de productos de tabaco y su exposición al humo de tabaco*”. El CMCT establece pautas normativas estructuradas sobre ciertos ejes principales: políticas fiscales más rigurosas, prohibición de publicidad, promoción y etiquetado del tabaco y protección ante la exposición al humo del tabaco.

Los países de la OMS, miembros de las Naciones Unidas (ONU) y de las organizaciones de integración económica regional puede convertirse en Parte de este Convenio. En agosto de 2003, México firmo el CMCT el 14 de abril del 2004, el Senado, a través de las Comisiones de Salud y Seguridad Social, de Relaciones Exteriores y Organismos Internacionales, presento y promovió el CMCT y, más adelante en mayo del 2004, el ejecutivo federal expidió el Decreto por el cual aprobó, para su publicación y observancia, el CMCT. Finalmente, el Decreto fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de mayo del mismo año, doce días después, se entregó el instrumento de ratificación del CMCT en la ONU.

Al convertirse en parte de este Convenio, México se obligaba a proteger sus políticas de salud pública de los intereses de la IT.¹⁶ A partir de la ratificación del Convenio, la legislación mexicana tendría que adecuarse a la serie de medidas a las que se había comprometido con la firma del CMCT.

MPOWER

El Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT OMS) y sus directrices son la base para los países para implementar y gestionar el control del tabaco. Para ayudar a hacer esto una realidad, la OMS introdujo las medidas MPOWER. Estas medidas tienen por objeto ayudar en la implementación a nivel nacional de las intervenciones eficaces para reducir la demanda de tabaco, contenidas en el CMCT de la OMS.¹⁷

¹⁵ Convenio Marco de la OMS, (2005) Para el Control del Tabaco, art 1o.

¹⁶ OMS, (2005) Convenio para el Control del Tabaco, artículo 5º.

¹⁷ World Health Organization, “Tobacco Free Initiative (TFI), <http://www.who.int/tobacco/mpower/en/>

Su finalidad es ayudar en la planificación, el establecimiento y la evaluación de alianzas nacionales e internacionales, y al mismo tiempo facilitar el acceso a los recursos financieros destinados a las actividades de control del tabaco.

El MPOWER tiene seis componentes principales para llevar a cabo lo estipulado en el Convenio Marco para el Control del Tabaco:

- 1) **Controlar el uso de tabaco y las políticas de prevención:** Un buen monitoreo proporciona a los responsables políticos información sobre el alcance de la epidemia en un país y la forma de adaptar las políticas a las necesidades de los diferentes grupos. El seguimiento regular es necesaria para generar información sobre los factores que influyen en el éxito de las cinco medidas MPOWER.
- 2) **Protección contra la exposición al humo del tabaco de segunda mano:** Todas las personas tienen derecho a respirar aire limpio. No hay ningún nivel seguro de exposición al humo de segunda mano, que causa la enfermedad del corazón, cáncer y muchas otras enfermedades. Sólo una prohibición total de fumar en lugares públicos, incluidos todos los lugares de trabajo interiores, protege a las personas de los daños del humo de segunda mano, ayuda a los fumadores dejar de fumar y reduce el tabaquismo entre los jóvenes.
- 3) **Ofrecer ayuda para dejar de fumar:** Una vez informados de los riesgos, la mayoría de los consumidores de tabaco quieren dejar de fumar, pero pocos consiguen ayuda y apoyo para superar su dependencia. Los sistemas de salud tienen la responsabilidad primaria para el tratamiento de la dependencia del tabaco. Los programas deben incluir el asesoramiento para dejar de fumar incorporado en la atención primaria de la salud, acceso fácil y gratuito líneas telefónicas de ayuda y el acceso a medicamentos de bajo costo.
- 4) **Advertir sobre los peligros del tabaco:** Conforme a lo dispuesto en el artículo 11 de la Convención Marco de la OMS para el Control del Tabaco, las advertencias deben aparecer en la parte delantera y posterior del empaque y ser grandes y claros y describir enfermedades específicas causadas por el tabaco, las fotos de la enfermedad tienen un mayor impacto que las palabras solas. El uso de imágenes gráficas que demuestran el daño del consumo de tabaco puede ser especialmente eficaz para convencer a los usuarios a dejar de fumar.
- 5) **Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio:** La prohibición total de publicidad directa e indirecta, promoción y patrocinio, según lo dispuesto en las directrices del artículo 13 de la Convención Marco de la OMS para el

Control del Tabaco, puede reducir sustancialmente el consumo de tabaco y proteger a las personas, especialmente jóvenes, de las tácticas de marketing de la industria. Para ser eficaz, la prohibición debe ser completa y se aplican a todas las categorías de marketing.

- 6) **Aumentar los impuestos sobre el tabaco:** El aumento del precio del tabaco a través de mayores impuestos es la manera más efectiva de alentar a los fumadores para dejar de fumar y evitar que los niños empiecen a fumar. Los impuestos deben ser aumentado regularmente para corregir la inflación y el poder adquisitivo de los consumidores.

La epidemia de tabaquismo es una de las mayores amenazas para la salud pública del mundo que haya enfrentado. Aproximadamente una persona muere cada seis segundos a causa del tabaco, y esto explica uno de cada 10 defunciones de adultos. Hasta la mitad de los usuarios actuales con el tiempo van a morir de una enfermedad relacionada con el tabaco.¹⁸ Estadísticas:

- Tabaco causó 100 millones de muertes en el siglo 20. Si continúan las tendencias actuales, hará que hasta mil millones de muertes en el siglo 21.
- Sin control, muertes relacionadas al tabaco se incrementará a más de ocho millones de dólares por año para 2030. Más del 80% de las muertes ocurrirán en países de bajos y medianos ingresos.
- El tabaco mata a casi seis millones de personas cada año, de los cuales más de 5 millones son usuarios y ex usuarios y 000 más de 600 son no fumadores expuestos al humo de segunda mano. A menos que se tomen medidas urgentes, la cifra de muertos anuales podría elevarse a más de ocho millones en 2030.
- Casi el 80% de los mil millones de fumadores del mundo viven en países de bajos y medianos ingresos.
- El consumo de productos del tabaco está aumentando a nivel mundial, a pesar de que está disminuyendo en algunas de altos ingresos y altos ingresos bajos y medianos.

Estrategias de Comercialización de la Industria Tabaquera

La epidemia de tabaquismo, si bien es un problema sanitario complejo comparándolo con los modelos epidemiológicos infecciosos, se reconoce que posee un vector de transmisión, no biológico sino empresarial: la industria tabacalera. Esta industria ha desarrollado desde el

¹⁸ Datos recopilados de la base de datos de la OMS (2011), en el MPOWER, Nota descriptiva No 339.

último siglo un modelo de comercialización y promoción muy agresivo; sin respetar principios éticos o morales en pro de obtener sus máximos beneficios económicos.

Dos factores muy importantes de poder de la industria tabacalera son: su condición de transnacionalidad, que le permite superar las restricciones de las reglamentaciones y leyes de los países y sus enormes recursos económicos. Por otra parte, el poder con el que podrían influir sobre el poder político y la sociedad. En el año 2000 el ingreso anual de la principal multinacional tabacalera del mundo, Philip Morris, superaba ampliamente el Producto Interno Bruto (PIB) de muchos de los países de nuestra región haciendo muy difícil que un país en forma aislada pueda enfrentar este poderoso enemigo.¹⁹

En la segunda mitad del siglo XX y con pleno conocimiento de que el consumo se mantenía por la gran capacidad adictiva de la nicotina y del daño causado por sus productos, se valió de cualquier estrategia para mejorar su negocio.²⁰ Incluso, hasta agregar aditivos químicos tóxicos como el amoníaco para incrementar su capacidad adictiva.

La industria tabacalera en América tiene una fuerte presencia tomando ventajas de las múltiples carencias que tiene nuestro continente en materia de políticas públicas de salud, educación y nutrición. Destina importantes sumas de recursos para actividades de cabildeo en los diversos poderes: Ejecutivo, legislativo y judicial. En su condición de transnacional desarrolla generalmente programas globales que se ponen en marcha en un país para que si funciona, pueda aplicarlo en otros países del continente. Ejemplo de ello son los programas de “responsabilidad social” en los que falazmente promocionan que su producto es de uso exclusivo para adultos, buscando reforzar la necesidad del adolescente por sentirse mayor de edad y por ende, vincularle al consumo del cigarro.²¹

Las publicaciones de Glantz, responsable de provocar que la industria tabacalera tuviera que hacer de conocimiento público sus documentos internos y Barnoya al analizar dichos documentos, explican de manera clara las diversas estrategias empleadas para detener y contrarrestar el establecimiento de ambientes libres de humo en Latinoamérica.²²

- a) Cabildeo con legisladores y funcionarios para bloquear, detener o modificar iniciativas.

¹⁹ Asociación Argentina de Tabacología (2010), Políticas de Control del Tabaco en Latinoamérica, “Actualizaciones Latinoamericanas sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo”

²⁰ Kuri-Morales PA, González-Roldán JF, Hoy MJ, Cortés-Ramírez M. (2006), Epidemiología del tabaquismo en México. *Salud Publica Mex*

²¹ Cavalcante T., Carvalho A., Cavalcanti E., (2006) “El argumento de responsabilidad social de la industria tabacalera en Brasil”, *Salud Publica de Mexico*.

²² Tobacco Control (2002), “Descubrimientos y Revelaciones en los documentos de la empresa”, Volumen 11.

- b) Búsqueda de conformación de grupos de fumadores, con la premisa de propiciar enfrentamiento con grupos de no fumadores o con los grupos que impulsan políticas públicas efectivas para el control del tabaco.
- c) Utilización de cámaras, asociaciones, agrupaciones y/o sindicatos afines o relacionados comercialmente con la industria tabacalera para tratar de contrarrestar, frenar, bloquear o detener cualquier iniciativa que pueda afectar sus intereses.
- d) Reclutamiento, entrenamiento y manejo mediático de consultores y líderes de opinión, para que de manera pública, expresen opiniones y posiciones contrarias a cualquier intento que afecte de algún modo el negocio del tabaco.
- e) Desviar la atención del daño producido por el humo de tabaco hacia otros contaminantes u otros problemas de salud pública que afecten a determinada comunidad, provincia o nación.
- f) Empleo de argumentación del respeto a las libertades humanas.
- g) Promoción de recursos jurídicos que puedan detener, retrasar o bloquear algún intento de iniciativa que trate de incidir en la industria del tabaco.
- h) La industria tabacalera no expresa de manera abierta o pública su posición o argumentación, a efecto de no poner en riesgo ante la sociedad sus contradictorios intereses. Sin embargo, presentan un marcado activismo en acciones de cabildeo con funcionarios, legisladores o abogados implicados en cualquier proceso que intente incorporar políticas públicas para el control del tabaco.

Es claro que la industria tabacalera seguirá destinando sus múltiples recursos en obstruir cualquier intento que pueda afectar su interés, anteponiendo su lógica económica ante la contundente y evidente afectación de la salud que ocasionan. Por ello, los gobiernos y los habitantes de nuestros pueblos deben estar vigilantes de que esto no suceda y privilegiar ante todo la protección de salud sobre la enfermedad.²³

Identificación de las Estrategias de la Industria Tabacalera.

El objeto general de la Industria Tabacalera consiste en evitar o retrasar la entrada en vigor de cualquier política pública de control de tabaco para su impacto en el consumo de tabaco

²³ Asociación Argentina de Tabacología (2010), Políticas de Control del Tabaco en Latinoamérica, "Actualizaciones Latinoamericanas sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo"

sea el mínimo posible.²⁴ Se han identificado once estrategias de la industria desplegadas con este fin, las cuales pueden ser agrupadas en dos tipos:

a) Las de carácter formal, que consisten en la utilización del poder económico de la industria para buscar capturar a los actores clave del diseño y aplicación de la política.

Las estrategias formales identificadas son:

1. Promover programas para ser reconocidas como empresas socialmente responsables.
2. Regionalizar la problemática de la regulación al tabaco al involucrar a los productos de hoja de tabaco.
3. Maximizar los costos económicos y políticos de la regulación al tabaco a través de amenazas a la estabilidad económica del país.
4. Maximización de riesgos ante el aumento de impuestos al abrir la posibilidad del contrabando.
5. Difundir estudios científicos patrocinados por la misma industria cuyo objetivo es deslegitimar la política de control de tabaco.
6. La construcción de acuerdos mutuos o legislación conjunta para intercambiar la aplicación de unos instrumentos de control por otros.

b) Las estrategias informales, son una serie de actividades que, en su mayoría, no se apegan a un protocolo legal. Buscan detener, entorpecer o estorbar la toma de decisiones necesarias para implementar las políticas públicas de control de tabaco, son:

1. Bloquear o retardar el proceso legislativo para que las iniciativas relevantes no sean dictaminadas o sean rechazadas.
2. Aportar beneficios económicos personales como los regalos y el pago de viajes al extranjero.
3. Aportar beneficios económicos para el financiamiento de campañas políticas.
4. Donar recursos a instituciones de caridad que se estima beneficiarían a actores clave.
5. Contratar funcionarios de alto perfil en centros de investigación para colocarlos en un conflicto de intereses que le impida promover adecuadamente el control de tabaco.

La industria tabacalera se ha enfocado en cinco áreas de política de control de tabaco para dirigir sus estrategias:

²⁴ Guerrero A, Madrazo A, Cruz J, Ramírez T, (2010) "Identificación de las Estrategias de la Industria Tabacalera en México", CIDE (www.cide.edu)

- I. La tributación.
- II. La libertad de comercialización.
- III. Los espacios 100% libres de humo de tabaco.
- IV. Las advertencias sanitarias en las cajetillas de cigarrillos.
- V. La publicidad para promover el consumo de tabaco.

La industria en estas áreas ha logrado a pesar de las trabas que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de Salud Federal, consiguió que el aumento de los impuestos finales a los cigarrillos sea gradual y que se privilegien los impuestos nominales, lo que impide que el precio de los cigarros aumente y ello tenga incidencia en la reducción de la demanda de tabaco, suavizo y retraso la aprobación de leyes y regulaciones sanitarias que protegen la salud de los no fumadores y que buscan disminuir la demanda de cigarros a través de intervenciones no relacionadas con los precios. Su actuación en estas medidas parece influir sobre la modificación del diseño de la política de control de tabaco en México y, en consecuencia, afecta su eficacia.

Las estrategias de la industria para influir en las políticas de control del tabaco pueden clasificarse en: la cobertura de espacios de decisión, que se realiza mediante cabildeo cotidiano y cabildeo estratégico; El cabildeo es un proceso mediante el cual los grupos de interés o de presión ponen en conocimiento de los tomadores de decisiones políticas o de los diseñadores de políticas públicas sus puntos de vista con la intención de influir en sus resoluciones.²⁵

Estrategias Formales.

Las estrategias formales responden, en gran medida, a la definición del cabildeo (proceso mediante el cual los grupos de interés o de presión ponen en conocimiento de los tomadores de decisiones políticas o de los diseñadores de políticas públicas sus puntos de vista con la intención de influir en sus resoluciones). Lo más característico de estas estrategias son la recolección y la difusión de información así como las capacidades discursivas de los cabildeos.

Promover programas para ser reconocidas como empresas socialmente responsables. Las empresas tabacaleras buscan ser reconocidas, tanto en la opinión pública, como en los ojos de los tomadores de decisiones como empresas que desempeñan una labor social y económica fundamental para el desarrollo del país, a fin de aumentar el costo político para los legisladores y funcionarios de implementar medidas contrarias a ellas. Utilizan dos

²⁵ Gómez J, (2008) "El cabildeo al poder legislativo en México", Estudios sobre estado y sociedad, vol. XIV.

herramientas principales para presentarse como empresas socialmente responsables ante funcionarios públicos: el pago puntual de impuestos y las actividades filantrópicas. Estas medidas buscan capitalizar la imagen de la industria para estar bien posicionada ante legisladores y gobierno cuando se presenta alguna iniciativa tendente a modificar la regulación de tabaco.

Regionalizar la problemática de la regulación al tabaco al involucrar a los productos de hoja de tabaco. Consiste en impactar en el ámbito estatal. Las empresas pretenden hacer ver que la problemática de la industria es también problemática de los estados tabacaleros al plantear que en la medida en que se aumenten impuestos en comercio, venta y producción, ellos tendrán que dejar los estados donde actualmente residen, lo que harán perder muchos empleos a nivel estatal.²⁶

Maximizar los costos económicos y políticos de la regulación al tabaco a través de amenazas a la estabilidad económica del país. Los costos económicos-políticos que refiere la industria tabacalera son al menos dos: la aportación tributaria del tabaco para el ingreso fiscal federal y el número de empleos que generan en una determinada región del país. La forma de capitalizar dicha relación se da bajo presiones en los medios de comunicación o bien directamente en los poderes del Estado.

Maximización de riesgos ante el aumento de impuestos al abrir la posibilidad del contrabando. Otros de los argumentos que utiliza la industria consisten en adivinar el crecimiento de un mercado negro en la medida en que la regulación o los impuestos aumenten. El argumento consiste en sostener que el crecimiento del mercado negro traerá muchos más problemas de los que el consumo del tabaco a través del mercado formal en México conllevan. Sostienen que al aumentar los impuestos, el mercado ilegal aumentará sustantivamente.

Difundir estudios científicos patrocinados por la misma industria cuyo objetivo es deslegitimar la política de control de tabaco. Se impulsan o financian estudios que pretenden demostrar científicamente que el consumo del tabaco no es tan dañino como doctores o asociaciones médicas reconocidas han sostenido. Presentan también resultados de investigaciones de corte económico tendientes a demostrar los costos financieros que se generan a partir del alza o de una regulación mayor para la industria. Esto les es útil para cualquier mesa de diálogo o negociación.

La construcción de acuerdos mutuos o legislación conjunta para intercambiar la aplicación de unos instrumentos de control por otros. Busca posicionarse como la parte

²⁶ Gobierno del Estado de Veracruz, (2009), "Es un hecho que habrá un nuevo hospital en Tantoyuca. <http://gobiernover.blogspot.com>

afectada para incidir en los acuerdos o en las construcciones legislativas de regulación del tabaco. Para ello, enaltece la importancia de generar acuerdos integrales en los que sean tomadas en cuenta todas las partes interesadas.

Estrategias Informales.

A diferencia de las formales, estas consisten en una serie de actividades, que por medio de acuerdos entre actores claves para la regulación del tabaco y representantes de la industria, influyen para retrasar o impedir procesos legislativos, beneficiando políticas y económicamente a los actores claves para el control de tabaco o bien, por contrataciones de alto perfil. Es así como tratan de impedir que se pongan en riesgo intereses de la industria.

Bloquear o retardar el proceso legislativo para que las iniciativas relevantes no sean dictaminadas o sean rechazadas. Una vez que logran entrar formalmente en las mesas de negociación y de construcción de iniciativas, cuando los representantes de las empresas tabacaleras encuentran que algunos de los puntos planteados les afecta, buscan bloquear o retrasar los procesos de decisión legislativa.

Aportar beneficios económicos personales como los regalos y el pago de viajes al extranjero. Se pueden clasificar en directos e indirectos. El caso de los beneficios directos se da cuando existe cohecho²⁷ a distintos actores claves para la regulación ofreciendo dadas o cantidades fuertes de dinero con tal de lograr un voto a favor de los acuerdos que son benéficos para la industria, por lo general, mediante tratos verbales con los representantes. Los indirectos, se busca el apoyo de los distintos actores a partir de ayudas filantrópicas o regalos simbólicos que pretenden generar complicidades que se podrían ver reflejadas al momento de diversas votaciones o bien, en la toma de decisiones.

Aportar beneficios económicos para el financiamiento de campañas políticas. Los beneficios político-económicos se refieren a la posibilidad de ser financiados por las empresas en campañas electorales, estatales o federales, esto bajo acuerdos tácticos de protección y promoción de intereses de la industria tabacalera.

Donar recursos a instituciones de caridad que se estima beneficiaría a actores clave. La poderosa industria tabacalera que realiza sus operaciones en México ha conseguido un canje de donaciones por impuestos, en una suerte de privatización de los atributos fiscales del Estado mexicano: está dispuesta a aportar hasta cuatro mil millones de pesos en dos años, a

²⁷ Código Penal Federal, (17 de abril del 2012) Art. 222 Quienes cometen el delito de cohecho.

cambio de que no se generen nuevas cargas tributarias para el tabaco, pese a que México grava muy por debajo de los países industriales y aun de algunos de sus homólogos en América latina, como Venezuela y Brasil.²⁸

Contratar funcionarios de alto perfil en centros de investigación para colocarlos en un conflicto de intereses que le impida promover adecuadamente el control de tabaco. Sostiene un consenso con diferentes actores al interior de los procesos de toma de decisión en los que se genera un mecanismo de soborno con el cual logran poner en la agenda política la defensa del sector y los temas de su interés.

Empresas tabacaleras han actuado durante muchos años con el deliberado propósito de minar los esfuerzos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su lucha contra el consumo de tabaco. Este intento de subversión ha sido minucioso, bien financiado, sutil y, de ordinario, invisible. La publicación de millones de páginas de documentos confidenciales de empresas tabacaleras, como resultado de pleitos contra la industria del tabaco en los Estados Unidos de América, ha sacado a la luz sus actividades en oposición a los esfuerzos de la lucha anti tabáquica. Lo que ahora queda claro es la escala y la intensidad de sus estrategias y tácticas, a menudo engañosas.²⁹

Destacados ejecutivos de empresas tabacaleras se reúnen para diseñar y poner en marcha estrategias meticulosas con el fin de subvertir las bases de una organización de salud pública es inaceptable y debe ser condenado. Dada la magnitud de los estragos causados por el consumo de tabaco, el comité de expertos está convencido de que, si se tiene en cuenta el volumen de intentos de subversión y de actos coronados por el éxito, identificados en su limitada búsqueda, es razonable creer que la subversión, por parte de empresas tabacaleras, de las actividades de lucha anti tabáquica de la OMS se ha traducido en importantes perjuicios.

El Impacto al Consumidor.

El consumo de tabaco es la principal causa evitable de mortalidad prematura en el mundo.³⁰ Una estrategia de control del tabaquismo utilizada para desalentar y promover la

²⁸ Granados M, (2005), "Donaciones, no impuestos" <http://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/71393.donaciones-no-impuestos.html>

²⁹ Zeltner T, Kessle D, Martiny A, Randera F, (2000), "Estrategias de empresas tabacaleras para socavar las actividades de lucha antitabáquica de la Organización Mundial de la Salud"

³⁰ Ezzati M, Lopez AD. (2004) Regional disease specific patterns of smoking-attributable mortality in 2000. Tob Control.

cesación del consumo de tabaco es el uso de los avisos gráficos (pictogramas o imágenes) en las cajetillas de cigarrillos, los cuales tienen como objetivo principal informar a los fumadores acerca de los daños a la salud y las consecuencias que ocasiona el consumo de tabaco.³¹

Actualmente, la evidencia científica sugiere que las etiquetas que informan acerca de los daños a la salud por consumo de tabaco que además incluyen imágenes gráficas –usualmente fotografías– son más efectivas e impactantes que las etiquetas que incluyen únicamente texto.³² Por ejemplo, en un momento en el cual Canadá era el único país con avisos gráficos en sus cajetillas se realizó un estudio entre fumadores de este país, Australia, Inglaterra y Estados Unidos, y resultó ser más probable que los canadienses vieran las etiquetas a que las leyeran o examinaran detalladamente, y que reportaran que las etiquetas los habían motivado a dejar de fumar un cigarrillo. Además, las imágenes que comunican las consecuencias del consumo de tabaco podrían ser más eficaces entre la población analfabeta, ya que evidentemente este grupo no lee los mensajes que se expresan únicamente a través del texto. Las etiquetas con imágenes llaman la atención de los fumadores, desalientan el consumo de cigarrillos y promueven el abandono del hábito de fumar.³³

Según las teorías de la comunicación para promover la salud las etiquetas que aparecen en los paquetes de cigarrillos son ideales para la transmisión de mensajes sobre los efectos nocivos del consumo de tabaco. Las razones de ello son las siguientes: a) tales mensajes alcanzan al público deseado: los fumadores y los que están interesados en fumar; b) el momento en que se transmiten los mensajes a los fumadores es óptimo, ya que el mensaje les llega cuando compran y luego cuando fuman los cigarrillos; c) los fumadores se exponen a los mensajes con cierta regularidad; por ejemplo, una persona que fuma una cajetilla diaria podría estar expuesta a los avisos 20 veces al día o 7 300 veces al año; d) se pueden variar los mensajes que aparecen en las cajetillas para evitar el desgaste de los avisos, lo que implica la pérdida del impacto del mensaje cuando el fumador se acostumbra a leerlo; y e) la implementación de políticas al respecto puede obligar a la industria tabacalera a pagar los costos de imprimir los avisos que aparecen en la etiqueta de las cajetillas de cigarrillo, lo que hace que esta estrategia de comunicación sea más costo-efectiva que otros esfuerzos, como por ejemplo los anuncios transmitidos por los medios masivos.

³¹ US Department of Health and Human Services. (1989) Reducing the health consequences of smoking: 25 years of progress. A report of the Surgeon General.

³² Hammond D, Fong GT, MacDonald P, Cameron R, Brown K. (2003) Impact of graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior. *Tob Control*

³³ Méndez-Toss M. (2005) Convenios para el control del tabaquismo establecidos por la Secretaría de Salud. En: Primer informe sobre combate al tabaquismo. México ante el convenio Marco para el Control del Tabaco. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública

Este artículo describe los resultados y algunas implicaciones metodológicas de un estudio exploratorio cuyo objetivo principal es determinar el efecto de los avisos gráficos en el deseo de dejar de fumar entre fumadores adultos mexicanos.

Impacto Financiero.

La manera más efectiva de disminuir el consumo de tabaco es aumentando el precio del tabaco mediante incrementos impositivos. Los precios elevados desalientan a los jóvenes a iniciarse en el consumo de cigarrillos y alientan a los que ya son fumadores a dejar de fumar.³⁴

En México, el consumo de cigarrillos ha disminuido conforme el precio se ha incrementado. Los impuestos al cigarrillo son bajos comparados con otros a nivel internacional. En el país se rige un impuesto al consumo denominado 'Impuesto Especial sobre Producción y Servicios' (IEPS) y un impuesto al valor agregado (IVA). El IVA se aplica prácticamente a todos los bienes y servicios.

El IEPS comprende un impuesto ad valorem (sobre el valor) y un impuesto específico. El componente ad valorem del IEPS a los cigarrillos es del 160% sobre el precio al que le vende el mayorista al minorista. El componente específico del IEPS se implementará en forma escalonada: 0.80, 1.20, 1.60 y 2 pesos por cajetilla de 20 cigarrillos en 2010, 2011, 2012 y 2013, respectivamente. El impuesto no se ajusta automáticamente conforme a la inflación.

El IVA se incrementó de 15% a 16% sobre el precio al consumidor; este incremento entró en vigor en enero del 2010. Los impuestos totales por cajetilla de cigarrillos ascienden al 62.8% del precio final en 2010.

El aumento de los impuestos al tabaco en México reducirá el consumo de tabaco, salvará vidas e incrementará la recaudación impositiva del gobierno. El aumento del componente específico del IEPS a 20 pesos por cajetilla podría contribuir a incrementar el impuesto total a 75% del precio al consumidor, a evitar que casi un millón de fumadores muera prematuramente y a generar una recaudación del impuesto al consumo IEPS de 41,000 millones de pesos en 2013.

Impacto del consumo de tabaco en México.

³⁴ Éste es uno de los informes sobre el aspecto económico del tabaco financiados por Bloomberg Philanthropies y por Bill and Melinda Gates Foundation como parte de la Iniciativa Bloomberg para Reducir el Consumo de Tabaco http://www.tobaccofreeunion.org/assets/Technical%20Resources/Economic%20Reports/Tobacco_taxes_in_Mexico_es_F.pdf

Se calcula que en 2008 los costos de atención médica para el tratamiento de enfermedades relacionadas con el tabaco en México fueron de 75,200 millones de pesos (5,700 millones de dólares estadounidenses). Esta estimación se basa en el gasto total en salud, y supone que los costos de tratamiento relacionados con el tabaco representan el 10% de todos los costos de atención médica. Fumar mata entre 25,000 y 60,000 personas al año en México.

Casi 11 millones de adultos no fumadores (25% de los hombres y 22% de las mujeres) están expuestos al humo de segunda mano. Hasta un 60% de los adolescentes de entre 13 y 15 años están expuestos al humo de segunda mano en lugares públicos.

En el 2011 el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) pasó de 70 a 75.8 por ciento, lo que implicó un aumento de entre 5 y 7 pesos a las cajetillas y en consecuencia a los puros.

“Un consumidor promedio compraba cuatro puros a la semana cuando costaban como 30 pesos, pero si le subieron el precio a 42 pesos, ahora se gasta 168 pesos en lugar 120. Entonces lo que hizo fue consumir sólo tres puros en lugar de cuatro, para mantener su gasto igual y es ahí donde nosotros vimos la baja”, aseveró Alberto Turrent, presidente de la Asociación Mexicana de Fabricantes de Puros (AMFP).³⁵

Conclusión

Las corporaciones fabricantes de tabaco se han visto en la necesidad de implementar nuevas estrategias de competencia para seguir en mercado. Asumiendo las modificaciones planteadas por la autoridad tanto nacional como internacional transformando desde su imagen en la presentación del producto, disminuir los costos, y afrontar las diferentes leyes fiscales y normativas de salud que lesionan su crecimiento.

Esta investigación plasma la necesidad de que la industria tabaquera tiene que cambiar sus antiguas estrategias para enfrentar estas nuevas leyes que afectan a las organizaciones productivas en este sector.

³⁵ El Diario Grande de Michoacán, (2012), “Pega Crisis a la Industria del Puro en México”. <http://www.provincia.com.mx/2012/01/pega-crisis-a-la-industria-del-puro-en-mexico/>

BIBLIOGRAFIA.

1. Asociación Argentina de Tabacología (2010), Políticas de Control del Tabaco en Latinoamérica, "Actualizaciones Latinoamericanas sobre Prevención y Tratamiento del Tabaquismo"
2. Blog del Gobierno del Estado de Veracruz, (2009), "Es un hecho que habrá un nuevo hospital en Tantoyuca, anuncia el gobernador". <http://gobiernover.blogspot.com>
3. Borland R. (1997) Tobacco health warnings and smoking-related cognitions and behaviours. *Addiction*.
4. Cavalcate T., Carvalho A., Cavalcanti E., (2006) "El argumento de responsabilidad social de la industria tabacalera en Brasil", *Salud Publica de México*.
5. Código Penal Federal, Art. 222 Quienes cometen el delito de cohecho.
6. Congreso Unión, (2001)"Estudio económico y fiscal de la industria tabacalera"
<http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0382002.pdf>
7. Conover WJ. (1998) *Practical nonparametric statistics*. 3rd ed. Nueva York: Wiley.

8. Convivencia en Armonía, British American Tobacco en México, Responsables por Convicción.
<http://www.vadat.com/convivencia/>
9. Corporate Accountability International & NATT, (2008) "Protegiéndonos de las Interferencias de la Industria".
10. Crane FG, MacLean VA, Honors BC. (1996) A consumer evaluation of health warning labels on cigarette packages in Canada. Health Marketing Quarterly.
11. Datos recopilados de la base de datos de la OMS en el MPOWER, (2011), Nota descriptiva No 339.
12. David J, (2006) "Tabaco y Tabaquismo"
<http://tabaco-tabaquismo.blogspot.com/2006/06/historia.html> licencia de creative commons
13. El Diario Grande de Michoacán, (2012), "Pega Crisis a la Industria del Puro en México".
<http://www.provincia.com.mx/2012/01/pega-crisis-a-la-industria-del-puro-en-mexico/>
14. Éste es uno de los informes sobre el aspecto económico del tabaco financiados por Bloomberg Philanthropies y por Bill and Melinda Gates Foundation como parte de la Iniciativa Bloomberg para Reducir el Consumo de Tabaco
http://www.tobaccofreeunion.org/assets/Technical%20Resources/Economic%20Reports/Tobacco_taxes_in_Mexico_es_F.pdf
15. Ezzati M, Lopez AD. (2004) Regional disease specific patterns of smoking-attributable mortality in 2000. Tob Control.
16. Frenk H, (2000) "Tabaco" <http://es.wikipedia.org/wiki/Tabaco>
17. González M. 2001 El tabaquismo en el mundo. CONADIC Informa. Boletín Especial de Tabaquismo.
18. Granados M, (2005), "Donaciones, no impuestos"
<http://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/71393.donaciones-no-impuestos.html>
19. Gómez J, (2008) "El cabildeo al poder legislativo en México", Estudios sobre estado y sociedad, vol. XIV.

20. Graphic Health Warnings: Health Canada, 2005. Indústria do tabaco deve utilizar novas imagens nas embalagens de cigarro. Brasil: Ministério de Saúde, 2004. Press conference by Commissioner David Byrne on tobacco and cigarette packs illustrations: European Commission on Public Health, 2004.
21. Guerrero A, Madrazo A, Cruz J, Ramírez T, (2010) "Identificación de las Estrategias de la Industria Tabacalera en México", CIDE (www.cide.edu)
22. Hammond D, Fong GT, MacDonald P, Cameron R, Brown K. (2003) Impact of graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior. *Tob Control*
23. Kuri-Morales PA, González-Roldán JF, Hoy MJ, Cortés-Ramírez M. (2006), Epidemiología del tabaquismo en México. *Salud Pública Mexicana*.
24. Ley General para el Control del Tabaco, Diario Oficial de la Federación, 3º de mayo de 2008.
25. Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, Diario Oficial de la Federación, 19 de diciembre de 1980.
26. Méndez-Toss M. (2005) Convenios para el control del tabaquismo establecidos por la Secretaría de Salud. En: Primer informe sobre combate al tabaquismo. México ante el convenio Marco para el Control del Tabaco. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública
27. Moreno D, Cantú P (2002) "Perspectiva Sobre El Tabaquismo En México", Centro Universitario para la Prevención de la Drogadicción, Facultad de Salud Pública y Nutrición, Universidad Autónoma de Nuevo León (México)
28. Organización Mundial de la Salud, Agencia especializada de la ONU, 7 de abril de 1948.
29. Organización Mundial de la Salud, Convenio Marco de la OMS para el control del Tabaco, art 1o.
30. OMS, Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, artículo 5º.
31. Organización Mundial de la Salud (2008), "MPOWER un Plan de Medidas para hacer Retroceder la epidemia de tabaquismo".

32. R
evista Interforum, (2009) "La industria del tabaco" Latin America Consulting y Communications
33. Rombiola N, (2010) "Aumento IEPS al Tabaco"
34. Tobacco Control (2002), Volumen 11, "Descubrimientos y Revelaciones en los documentos de la empresa"
35. US Department of Health and Human Services. (1989) Reducing the health consequences of smoking: 25 years of progress. A report of the Surgeon General.
36. Willemsen MC. (2005) The new EU cigarette health warnings benefit smokers who want to quit the habit: results from the Dutch continuous survey of smoking habits. Eur Public Health
37. World Health Organization, "Tobacco Free Initiative (TFI), <http://www.who.int/tobacco/mpower/en/>
38. Zabert G, Chatkin J, Ponciano-Rodríguez G, (2010) "Reflexiones sobre oportunidades de intervención en el Tabaquismo en Latinoamérica," Salud Publica en México vol.52 supl.2 Cuernavaca.