

**¿Por qué el término
Empresa
Socialmente
Responsable
podría estar caduco?**

**Un viaje al corazón
de la tabacalera Philip Morris**

Por Isela Maya y Luis Maram

Un white paper de:

expok[®]
Sustentabilidad y RSE



Un viaje al corazón de la tabacalera Philip Morris

Es un día caluroso en Nayarit, el sol aún no llega al cenit pero la tierra se siente ya caliente bajo nuestros pies. A ambos lados de nuestra caminata, se yerguen cual escolta largas filas de hoja de tabaco. En medio de este paisaje Expok se adentró en los plantíos nacionales de cultivo de la tabacalera Philip Morris para conocer la cadena de valor de esta marca que produce y comercializa marcas como: Marlboro, Benson & Hedges, Chesterfield, Delicados, Elegantes, Faros Fortuna y Muratti.

No es ningún secreto que muchos organismos le niegan a las tabacaleras la denominación de **empresas socialmente responsables**, no importa cuánto beneficien a las comunidades, a sus colaboradores o mantengan prácticas sustentables. La razón tampoco es oculta: los daños a la salud que provoca el consumo. Sin embargo, no deja de ser una ironía el que este comportamiento no se extienda a otros productos que en distintas formas son prácticamente igual de dañinos para un esquema de salud.

En este panorama y tras veinte años en que la **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** ha estado presente en las agendas de negocios bajo distintos nombres, nos preguntamos si la denominación “**empresa socialmente responsable**” no está hoy un poco fuera de contexto. No creemos que exista la empresa 100% perfecta o la organización completamente sustentable; sólo empresas con prácticas responsables, que dependiendo de las circunstancias, las estrategias, la profundidad de la ejecución e incluso el entendimiento del tema, tienen distintos resultados. En este sentido, por supuesto que hay unas más avanzadas que otras pero todas son perfectibles.

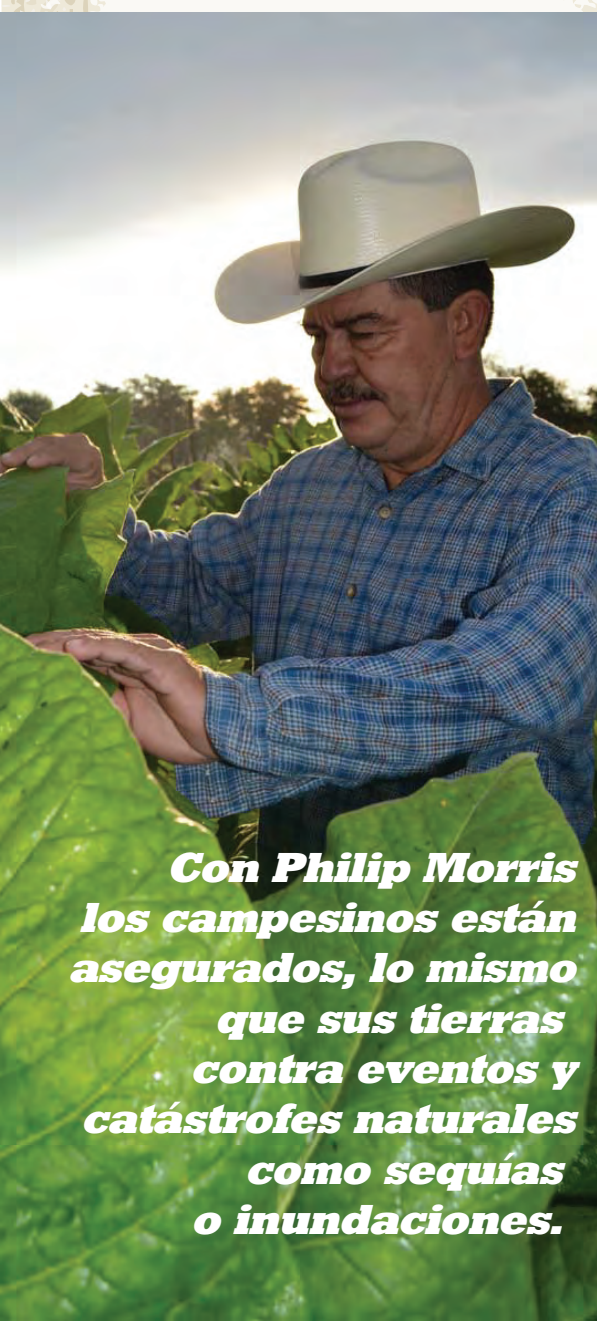
Fue así y con esta mentalidad que Expok viajó a Nayarit a conocer la cadena de valor de la tabacalera y hablar simplemente de lo que vio, sin etiquetas ni juicios.

No creemos que exista la empresa perfecta o la organización completamente sustentable.



Cadena de Suministro

En México, la realidad del campo es dura pese a los apoyos gubernamentales que supuestamente llegan en tiempo y forma a nuestros campesinos. Vivir esperando que la tormenta no inunde la cosecha, que la sequía no la mate o que la plaga no la devore, no es una vida tranquila... pero es la realidad de muchos jornaleros del campo en nuestra nación.



En contraste con esta realidad, cuando un agricultor quiere pertenecer a la cadena de suministro de **Philip Morris**, la tabacalera se encarga de capacitarlo para que produzca tabaco de primera. Para la marca no sólo es importante su producto, sino ofrecer calidad de vida a sus trabajadores, más allá de lo exigido por ley. Los campesinos que trabajan para la tabacalera cuentan obviamente con esquemas de seguridad y jubilación; como dueños de sus ejidos, ellos trabajan el producto y lo venden a **Philip Morris** a través de Tadesa, el brazo de la compañía para coleccionar las hojas en tiempo y forma.

Adicionalmente, los agricultores cuentan con préstamos por parte de la compañía, otorgados en función de la producción del tabaco, es decir, dependiendo de si requieren semillas para cultivarlas o plantas de tabaco ya formadas y listas para ser plantadas. La empresa les presta las cantidades necesarias y éstas son cubiertas por los campesinos según su producción y sin considerar un solo centavo de intereses.

Es común que los dueños de las tierras también cosechen maíz o caña de azúcar y cuenten con el apoyo del programa federal PROCAMPO, cuyo objetivo es compensar a los productores nacionales por los subsidios que reciben de sus competidores extranjeros. No obstante, la ayuda no es suficiente, y es por eso que prefieren dedicarse al tabaco, ya que si bien se gana igual en los tres cultivos, la cosecha de maíz o de caña de azúcar no asegura sus tierras ni su salud.

Con Philip Morris los campesinos están asegurados, lo mismo que sus tierras contra eventos y catástrofes naturales como sequías o inundaciones.

Testimonio

Jesús Garrafa Castro, agricultor de Tepic Nayarit, dice al respecto “cuando no hay apoyo al trabajo, se entristece el campesino”. Don Jesús de casi 73 años de edad, ha laborado sus últimos 12 para **Philip Morris** y él se siente tranquilo porque a pesar de que puede haber riesgos durante su jornada, como caer al momento de colgar las cortinas de hojas de tabaco, sabe que cuenta con el respaldo de la tabacalera transnacional en caso de sufrir algún accidente.

Don Jesús trabaja junto a su esposa, Angelina Hernández, a quien le agradece que labore en el campo así como en la cocina, ya que gracias a este apoyo incondicional han podido salir adelante junto con sus hijos.

Actualmente, **Philip Morris** respalda a alrededor de 600 agricultores. Dentro de este marco, la industria tabacalera genera una importante actividad económica dentro del país; los estados productores de tabaco en México son: Veracruz (7%), Chiapas (8%) y Nayarit (85%).



Al formar parte de Philip Morris, los agricultores cuentan con:

- Precio justo
- Seguridad
- Mercado
- Préstamos
- Capacitación



Philip Morris y el Medio Ambiente

Durante la visita a Nayarit, Expok tuvo la oportunidad de platicar con Isolde Boadicee Arzt, Corporate Communications Manager de la compañía, quien nos habló sobre el objetivo principal de la organización junto a sus agricultores, que es el cultivo sustentable del tabaco, produciendo un producto con sanidad, calidad y al mejor costo posible.



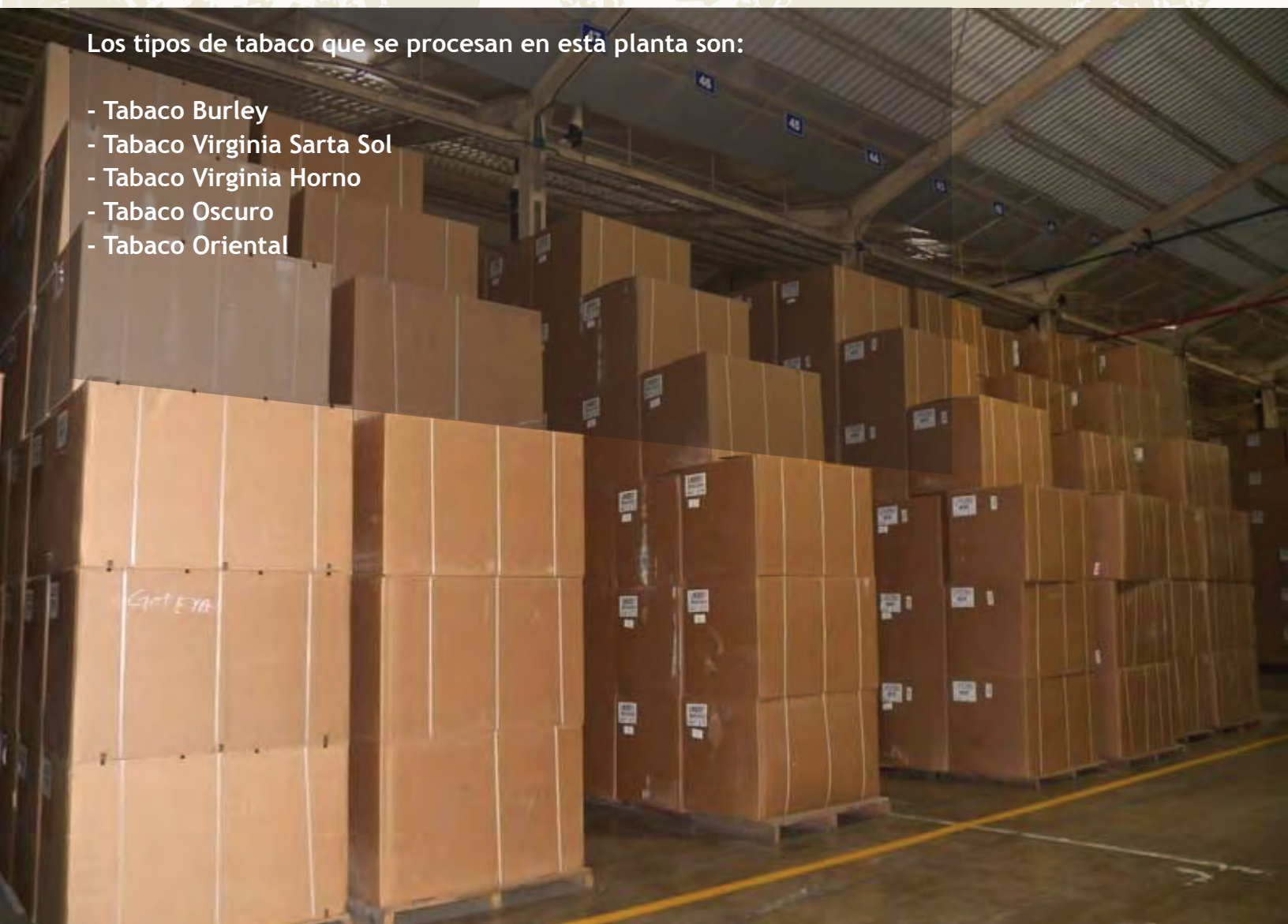
Tras conocer los campos de cultivo y hablar con los campesinos sobre su estilo de vida y el por qué gustosamente trabajan para la tabacalera, nos adentramos en Tadesa, una enorme planta donde los agricultores llevan su producto a vender y posteriormente es separado, clasificado y empacado para ser enviado a **Philip Morris**.

En medio del olor a tabaco y flanqueados por pilas inmensas de producto, conocimos paso a paso las impresionantes bodegas, donde se nos informó que en pro de reducir sus impactos la empresa usa para el campo productos químicos y biológicos de la más baja toxicidad, al tiempo que adopta políticas e implementa programas para disminuir considerablemente su huella medioambiental, utilizando menos recursos naturales, aminorando su impacto en la tierra, evitando emisiones de gases de efecto invernadero y logrando una baja considerable de residuos.

Tadesa se dedica a la comercialización de tabaco, y actualmente representa el 20% de la producción general de tabaco de **Philip Morris**.

Los tipos de tabaco que se procesan en esta planta son:

- Tabaco Burley
- Tabaco Virginia Sarta Sol
- Tabaco Virginia Horno
- Tabaco Oscuro
- Tabaco Oriental





Campo Limpio

Al finalizar el recorrido, se nos invitó a pasar a su sala de juntas, donde pudimos conocer un poco más de información corporativa, a través de una presentación de su equipo de sustentabilidad. Así nos topamos con el programa Campo Limpio, una iniciativa donde, a través de voluntariado, **Philip Morris** genera involucramiento con la comunidad, yendo a los campos para recolectar todos los envases de plástico que hayan sido desechados en él; posteriormente son lavados y finalmente enviados a procesos de reciclaje. En el 2011, la firma ayudó en limpiar 295 km de plástico, basura y residuos no biodegradables en el estado de Nayarit.

De igual forma **Philip Morris** apoya también varios eventos estatales que favorecen al medio ambiente como el Día Nacional de la Reforestación.





Vínculo con la Comunidad

Philip Morris a nivel mundial:

- Combate la pobreza
- Combate la violencia intrafamiliar
- Apoya la educación
- Apoya comunidades en desastres naturales
- Contribuye al cuidado del Medio ambiente

En México lo hace a través de programas y fundaciones sociales como:

- Fundación Lazos
- Fundación Comunitaria Veracruz
- Fundación Merced
- Fundación Tarahumara
- 1 Kilo de Ayuda

De las muchas prácticas de RSE que se nos presentaron, destaca de sobremanera la creación de los Centros de Atención y Educación Infantil (CAEIS), un compromiso de la empresa para con los niños indígenas.

CAEIS (Centros de Atención y Educación Infantil)

Una vez al año y debido a la escasez de agua en la región y a sus usos y costumbres, varias familias indígenas emigran a trabajar a los plantíos de tabaco. Una vez allí, no tienen donde pernoctar, mucho menos donde dejar a sus hijos. La situación no es comprensible hasta que uno mira las imágenes de esta gente y se imagina sus travesías para poder encontrar un sitio donde laborar.

Philip Morris dota a estas familias de un kit de migrantes, consistente en una tienda de campaña, colchones, cobijas y una lámpara. Con ello, los indígenas y sus familias literalmente acampan cerca de sus campos de trabajo y sobreviven en la temporada de cultivo.

El kit por supuesto es sólo el inicio. La compañía además desarrolló los Centros de Atención y Educación Infantil en apoyo a los niños de estos trabajadores indígenas para evitar dos cosas principalmente:

- 1) que sus hijos corran riesgos en las zonas de trabajo
- 2) que haya niños trabajando

Así, los CAEIS apoyan a niños huicholes, coras y tepehuanos. Actualmente existen 6 centros en Nayarit, 2 en Santiago y 4 en Jala.

Cada mañana pasa una camioneta por los campos que recoge a los niños y los lleva a los CAEIS; ahí reciben atención médica, alimento, calzado y educación. Estos centros están avalados por la SEP y la Secretaría de Salud, y al final del ciclo, se les entrega un diploma que certifica que han cursado un año escolar; el documento es válido para que los niños indígenas puedan terminar la primaria.

La labor es todo un reto para **Philip Morris** ya que estos grupos indígenas van en busca de trabajo por diferentes regiones y es difícil encontrar a los infantes en el mismo sitio todos los días.

La meta de los CAEIS es que para el 2014 se cubran las necesidades de todos los niños indígenas de padres agricultores al 100%.



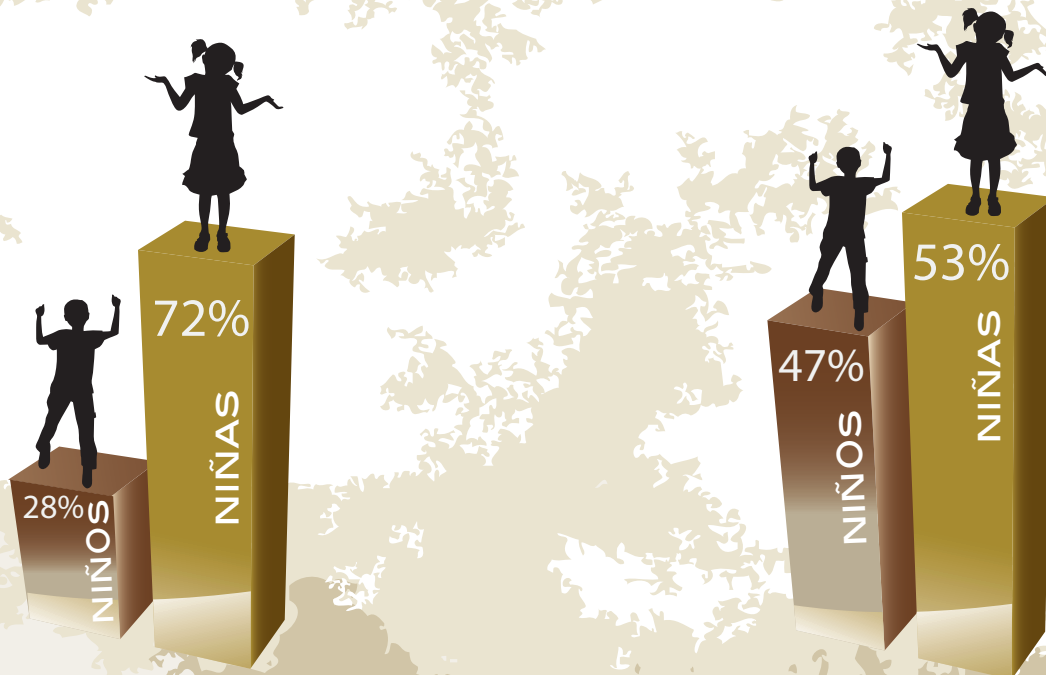
CAEIS

Rango de Edad	Niños	Niñas	Total
1	2	3	5
2	16	14	30
3	9	6	15
4	8	9	17
5	10	12	22
6	17	14	31
7	15	16	31
8	22	19	41
9	18	15	33
10	11	21	32
11	15	18	33
12	23	13	36
13	8	9	17
14	2	4	6
Total	176	173	349

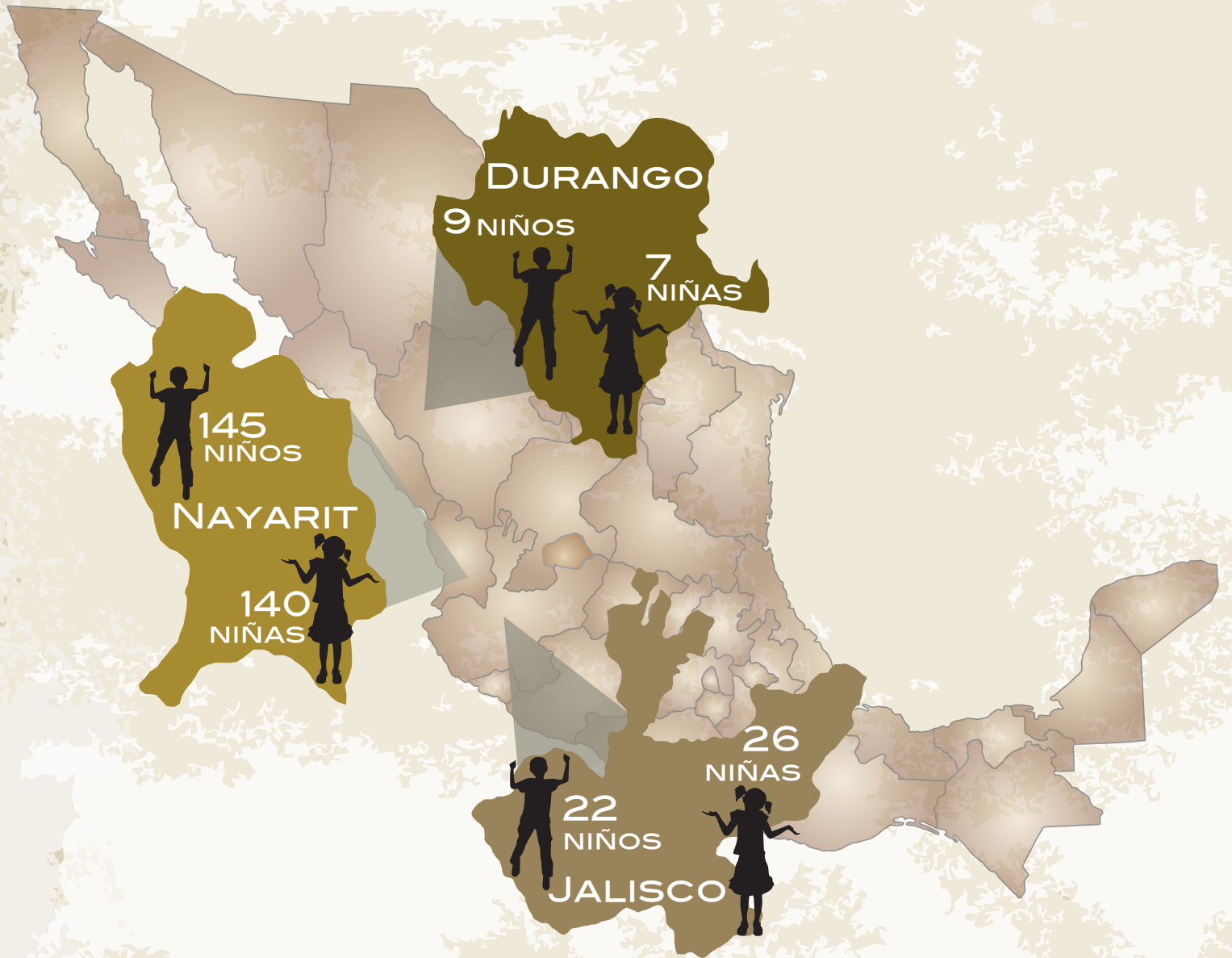
de Zapatos

entregados en la región de **Santiago**

entregados en la región de **Jala**



CAEIS



El problema del contrabando

El incremento de 30 por ciento en los impuestos al tabaco, aprobado por el Congreso de la Unión a finales de 2010, no se tradujo en una disminución del consumo de dicho producto como las autoridades hubieran esperado, pero sí en la entrada voraz de contrabando de cigarrillos ilegales.

El impacto social y económico del tabaco ilegal

A pesar de las intenciones y prácticas que Philip Morris realiza para producir tabaco de calidad, la industria tabacalera en general, se enfrenta día a día con un gran reto: la comercialización de producto ilegal en México.

Las tabacaleras mexicanas constituyen el sector productivo que más impuestos aporta al erario público, sin embargo son tabacaleras extranjeras con productos dudosos quienes actualmente más se están beneficiando en el mercado mexicano.

Actualmente el 70% del precio de varias marcas de cigarrillos está destinado a impuestos.

Junto a personal de la compañía, Expok se adentró para conocer los puntos de venta... tanto legales como ilegales. En los primeros, los dueños de pequeñas misceláneas y tiendas de conveniencia, hablaron francamente sobre la irrupción de producto ilegal en el mercado. Cajetillas venidas de otros países, vendidas a precios ínfimos que no cuentan con las leyendas salubres, la calidad necesaria y mucho menos el pago de impuestos que nuestro país señala.

Bajo el sol caliente de Guadalajara Expok visitó algunos de los tianguis urbanos ambulantes en los que encontró puestos dedicados en su totalidad a la venta de tabaco ilegal, importado aparentemente desde Afganistán, la India y otras latitudes. Este tabaco, en grandes cantidades, entra a nuestra nación ilegalmente, lo que es ya alarmante... sin embargo, encima de esta situación, hoy en día, las marcas apócrifas han sofisticado sus mecanismos de venta para pasar como legítimas, “pirateando” los pictogramas oficiales que emiten nuestras autoridades para advertir sobre el daño del consumo de tabaco.

Estas cajetillas se venden al menudeo. Sin embargo, si el consumidor las compra por mayoreo, el precio baja aún más. Lo que esta situación genera es que los agricultores mexicanos están perdiendo empleo y las tabacaleras que apoyan el producto nacional estén perdiendo control sobre el mercado. Hay sitios en nuestro país donde un tendero prefiere actualmente vender sólo marcas ilegales debido al bajísimo costo, devenido de una calidad dudosa y del nulo pago de impuestos.

Estos puestos venden las cajetillas de 20 cigarrillos en \$10.00 al público, sin importar además que hasta un niño pueda adquirirlos sin ninguna restricción.

Por si fuera poco, estudios que se han hecho a estos cigarrillos ilegales han encontrado en ellos hongos, excremento de rata e incluso pedazos de alfombra. Lo que demuestra una vez más el famoso dicho: “lo barato, sale caro”.

Con el alza de impuestos no se redujo el consumo de tabaco en el país... simplemente cambió la composición del pay del mercado, perdiendo terreno marcas legales que pagan impuestos y ganándolo el contrabando, que obviamente no lo hace.

Mientras Marlboro puede vender 4 cajetillas por semana en una pequeña miscelánea, algunas marcas ilegales llegan a vender más de ocho cajetillas



Reflexión final sobre responsabilidad social

Al término de nuestra visita abordamos el vuelo de regreso rumbo a la Ciudad de México, y al igual que el avión que nos transportaba en su seno, una pregunta flotaba en el aire ¿Qué es una empresa socialmente responsable?

Para muchos la pregunta está zanjada desde hace años; son aquellas empresas que incorporan buenas prácticas sociales y medioambientales dentro de sus operaciones diarias. Sin embargo, a ellos habría que preguntarles: En ese contexto ¿no podrían ser las tabacaleras empresas socialmente responsables?

Aún cuando esa definición asegurara que sí, muchas organizaciones, institutos y grupos de la sociedad lo negarían, alegando que su mayor impacto es en la salud, aún cuando es importante reconocer que éste implica una decisión de cada consumidor, y que la misma sociedad le ha otorgado a las tabacaleras las licencias legales y sociales para operar.

En este marco y con toda la información que disponemos, es imposible observar hoy la enorme cantidad de golosinas hiper azucaradas y frituras con alto contenido en sodio y grasas trans, y no preguntarse por qué no están igual de reguladas que los cigarrillos, ya que su impacto puede ser devastador especialmente en los niños ¿Por qué estos productos no tienen pictogramas que adviertan del daño a la salud en sus etiquetas?

Basta un dato para defender el punto. Desde el 2000 la diabetes es la principal causa de muerte en México, representando 17% del total de defunciones. Cada hora se diagnostican 38 nuevos casos y cada dos horas mueren cinco personas por complicaciones relacionadas con ese padecimiento. Si bien esto también puede involucrar otros malos hábitos por parte de los consumidores, las compañías que venden este tipo de productos no están bajo la misma lupa que las tabacaleras e incluso pueden ser denominadas responsables por institutos, fondos de inversión y grupos sociales ¿No es esto una ironía?

No pretendemos jugar a los abogados del diablo. Sabemos del daño a la salud que provocan los cigarrillos y otros muchos productos, pero ése no es nuestro punto. Lo que pretendemos es poner sobre la mesa de manera clara la pregunta ¿Qué hace hoy a una empresa socialmente responsable?

Todas las empresas por el simple hecho de existir generan un impacto social y medioambiental y todas, en este nuevo paradigma, están obligadas a ver por la sustentabilidad, entendida ésta como el tripié sociedad, medio ambiente y economía. En este contexto no existe la empresa socialmente responsable perfecta; es una utopía a la que nunca arribaremos. Lo que existe son organizaciones ejecutando prácticas responsables y sustentables que benefician en diferente forma y medida a las comunidades y los ecosistemas.

La denominación “empresa socialmente responsable” puede estar quedando caduca como una definición absoluta, y actualmente podemos estar viviendo una nueva etapa en donde las prácticas y programas de cada compañía, los compromisos con stakeholders y la disminución de sus impactos son más importantes que las denominaciones otorgadas o los lugares obtenidos en rankings.

¿Cuántas empresas de las llamadas “responsables” súbitamente son señaladas por alguna mala práctica? La realidad es que muchas más de las que nos gustaría. ¿Borra eso el resto de las ejecuciones acertadas que pudiera tener? La respuesta es no, aunque ello no lo exima de su responsabilidad. Si aceptamos que no existen los seres humanos perfectos, mucho menos las entidades así, porque a final de cuentas, también están hechas... de humanos.

Creemos que hoy en día, las empresas responsables no son aquellas que se etiquetan con denominaciones rimbombantes o que aparecen en listados; creemos que las empresas responsables son aquellas que se preocupan por sus colaboradores, por reducir sus impactos, por mejorar su cadena de valor, por velar por el medio ambiente, por tener gobiernos transparentes, por generar negocios inclusivos, por desarrollar vínculos con sus comunidades, por satisfacer las expectativas de sus stakeholders, por tratar de evolucionar día a día y por coadyuvar con las economías de los países donde operan. Ojalá todas las empresas pudieran ser así... aunque no fueran etiquetadas, premiadas o enlistadas como socialmente responsables.



Agradecimiento

Agradecemos a Philip Morris las facilidades otorgadas para la realización de este ExpokPaper, así como las atenciones que tuvieron para con Expok durante nuestro recorrido.

Derechos reservados

El contenido íntegro de este documento es propiedad de Expok, S.A. Se prohíbe la reproducción total o parcial sin autorización previa. Los puntos de vista y observaciones son responsabilidad de los autores.

Expok, S.A.
Caballo Calco No. 42 Int 28
Col. del Carmen, Coyoacán
México D.F.
Tel. 5339 5626
contacto@expok.com.mx