

Programas de responsabilidad social empresaria de la industria tabacalera en Argentina

Introducción

La industria tabacalera, con el aval de gobiernos y organizaciones no gubernamentales, ha desarrollado numerosos programas a nivel mundial para reducir el consumo de tabaco, prevenir la iniciación, promover la cesación, reducir el daño por exposición al humo de tabaco, prevenir los daños ambientales, reducir el trabajo infantil, establecer códigos de autorregulación en marketing, promover la educación escolar, entre otros.^{1 2 3 4} Se trata de programas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) que buscan mejorar la imagen corporativa de las empresas y su vínculo con la comunidad, como un componente significativo de la estrategia de marketing empresarial. Los programas de RSE se basan en el principio de que las empresas se deben esforzar por lucrar, cumplir con las leyes, ser éticas, ser buenos ciudadanos corporativos y actuar en beneficio de la sociedad⁵.

En los programas de RSE de la industria tabacalera existe una contradicción intrínseca entre la promoción de los productos de tabaco, que matan a la mitad de sus consumidores, y la responsabilidad social con la comunidad. Es decir, el negocio que desarrollan estas empresas es incompatible con los objetivos de los programas que apuntan a contribuir activamente al mejoramiento social, económico y ambiental⁵.

Distintas investigaciones han demostrado que las iniciativas de RSE de las tabacaleras son herramientas políticas poderosas utilizadas para mejorar su imagen pública y aumentar su credibilidad, acceder e influir en los formuladores de políticas y crear aliados para evitar o debilitar la regulación de control de tabaco^{6 7 8}.

Los tipos de programas que se implementan en cada país están vinculados a los entornos legales y/o sociales particulares en los que operan estas empresas^{9 10}. En Argentina se han detectado diversos programas desarrollados por las empresas tabacaleras, como “Yo tengo P.O.D.E.R”, iniciativa educativa de Philips Morris International (PMI)^{11 12} que contaba con el aval del Ministerio de Educación de la Nación y fue reconocida por UNESCO^{13 14 15 16}; “Menores sin Humo”, un programa sobre prevención de consumo en adolescentes de British American Tobacco (BAT) que fue desarrollado por la Fundación Proyecto Padres junto al Consejo Publicitario Argentino^{17 18 19}; programas dirigidos a kiosqueros para fortalecer la ley de prohibición de venta a menores de edad^{20 21}; “Abran Cancha”, de BAT, que apunta a prevenir el trabajo infantil²²; “Nuevas Raíces”, de PMI y la Asociación Bosque Modelo Jujuy, que apunta al cuidado del medioambiente en zonas tabacaleras de Salta y Jujuy²³.

Objetivo

Esta investigación se propone explorar la vigencia de programas de RSE desarrollados por la industria tabacalera en Argentina entre el período de enero y octubre de 2019, con el fin de desnaturalizar sus estrategias corporativas en nuestro país.

Metodología

Se realizó un estudio descriptivo a partir del relevamiento y análisis de notas periodísticas en buscadores de internet y en sitios web de las empresas. Se utilizaron como palabras claves los nombres de las empresas y otras como filantropía, responsabilidad social empresarial/corporativa, programas de apoyo, adolescentes/jóvenes, escuelas/educación/formación, trabajo infantil, ambiente, entre otras. Cabe mencionar que para cada término de búsqueda se agregó “Argentina”, a fin de realizar el recorte geográfico²⁴. A partir de los resultados encontrados, se decidió poner especial atención en medios de comunicación ubicados en las regiones tabacaleras, ya que se ha detectado en otros estudios la importancia que los medios locales brindan a los programas de RSE de las tabacaleras²⁵.

Resultados

A partir de la búsqueda, se encontraron 31 notas periodísticas, de las cuales se extrajo información relativa a la ejecución de programas, proyectos y campañas de responsabilidad social empresarial y/o corporativa realizadas con apoyo de empresas tabacaleras en Argentina. A partir de este análisis, se detectaron ocho programas de RSE vigentes:

Porvenir, Somos Capaces, Jardines de Cosecha, Proyectar, Crecer, Yo voto, Lan.Chix y Brazos Abiertos.

La mayoría de estos programas son promovidos por Philip Morris International (PMI) y, en muchos casos, el principal socio es la ONG Asociación Conciencia*. De esta manera, queda en evidencia que las empresas han incorporado a su estrategia productiva, comercial y comunicacional, proyectos y programas de RSE. Estas iniciativas son presentadas y declaradas en los sitios web de las empresas:

► Programa Porvenir:

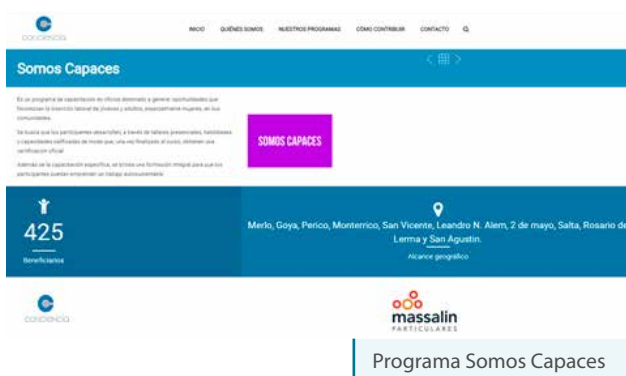
Esta iniciativa apunta a la prevención del trabajo infantil, se realiza desde el 2003 de manera consecutiva. En el relevamiento se detectó que el programa está activo en Salta, Jujuy y en Misiones. En base a lo que declara la empresa en su sitio web, el programa trabaja sobre distintos ámbitos: con hijos e hijas de trabajadores rurales en las escuelas, a quienes entregan kits escolares, becas, organizan talleres, entre otras acciones; sensibilización a la comunidad educativa, a través de folletos informativos, capacitaciones, etc; y, por último, acciones con las familias de trabajadores/as rurales sobre el trabajo infantil, a quienes capacitan en esta problemática, ofrecen centros de verano para sus hijos e hijas, entre otras actividades.



* Asociación Conciencia recibe, desde hace muchos años, financiamiento de empresas tabacaleras.

➤ Programa Somos Capaces:

Es presentado como un programa de capacitación en oficios destinado a generar oportunidades que favorezcan la inserción laboral de jóvenes y población adulta, especialmente mujeres, en sus comunidades. Además de la capacitación específica, el sitio web informa que se brinda una formación integral para que los y las participantes puedan emprender un trabajo autosustentable y les acercan herramientas tecnológicas²⁶.



➤ Programa Jardines de cosecha:

Es un programa que apunta a chicos y chicas de 0 a 12 años que funciona en verano en las zonas tabacaleras. Según es publicado, el objetivo es prevenir y erradicar el trabajo infantil a través de un espacio de formación y recreación para hijos e hijas de empleados/as y pequeños productores de la zona tabacalera durante los períodos de cosecha.^{27 28}



➤ Programa Proyectar:

Según se publicita, este programa apunta a fortalecer distintos programas de becas de nivel secundario, terciario, universitario y de posgrado, en alianza con universidades y asociaciones de la sociedad civil. En base a la información disponible en el sitio web, el programa busca fomentar la participación ciudadana de jóvenes y para eso desarrollan escenarios simulados, talleres y sesiones de diálogo capaces de generar prácticas democráticas y participativas mediante el debate fundado, el uso de la retórica y estrategias de disuasión²⁹.



➤ Programa Crecer:

Los Centros CRECER son presentados como ámbitos destinados a generar espacios de cuidado y contención para niños, niñas y adolescentes, promoviendo su progresivo retiro de las actividades ligadas a la producción, la comercialización, el trabajo doméstico y el cuidado de niños menores. Los Centros reciben a chicos y chicas de entre 0 y 8 años con el fin de brindar una asistencia y contención integral a las familias tabacaleras, que incluye cuidados y controles médico-sanitarios³⁰.

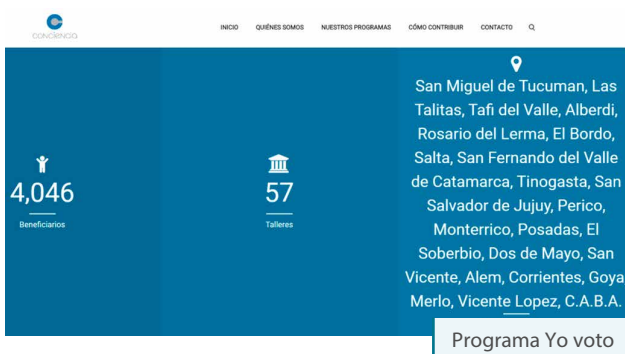


Programa Crecer

► Programa Yo voto:

Esta iniciativa se lleva adelante desde 2015, año en el que se implementó la modificación de la Ley de Ciudadanía que otorgó el derecho a votar a jóvenes de 16 años en adelante. La información disponible explica que este programa apunta a contribuir a la concientización y sensibilización de los ciudadanos y ciudadanas, y en especial de los/las jóvenes, no sólo frente al acto electoral, sino ante la importancia del ejercicio y la expansión de sus derechos y el cumplimiento de los deberes como ciudadanos/as³¹.

Esta iniciativa se da en el marco del Programa Proyectar desarrollado anteriormente y se detectó una articulación con instituciones públicas: se presentó en la Cámara de Senadores de Salta y fue declarado de interés provincial (Resolución 227/19).



Programa Yo voto

► Programa Lan.chix:

En el sitio web oficial, esta iniciativa se presenta como una experiencia interactiva gratuita que invita a chicas de 16 a 21 años a sumergirse en el mundo de la ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemática para impulsar un mundo laboral más igualitario.³² También se encontró una articulación con instituciones públicas: el programa cuenta con el aval del Gobierno de Jujuy y de la Secretaría de Ciencia y Tecnología del gobierno de Jujuy (SECYT).



Programa Lan.Chix

► Programa Brazos Abiertos:

Este programa es una iniciativa de British American Tobacco (BAT) y se desarrolla en Salta y Jujuy sobre tres ejes específicos: fortalecimiento de la educación, de la familia y comunidad y recreación y aprendizaje. Según la información disponible, tiene como objetivo colaborar con la eliminación del trabajo infantil en el sector rural tabacalero, fortalecer los derechos de los niños y niñas y, propiciar una correcta inserción laboral de los/las jóvenes.

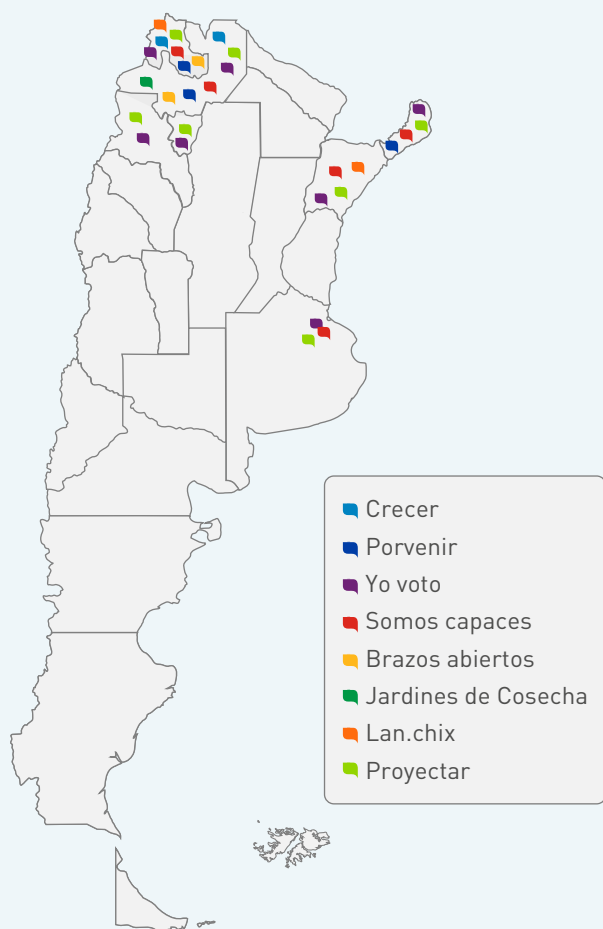
Lanzan edición de Brazos Abiertos para erradicar el trabajo infantil

Es el programa para eliminar el trabajo infantil en Salta y Jujuy de la Fundación Vamos a Anisar, con el apoyo de Alianza One Tobacco Argentina y British American Tobacco (BAT).



Como se describió previamente, la mayoría de estos programas se desarrollan en regiones tabacaleras como Jujuy, Salta y Misiones y en zonas donde hay plantas industriales de empresas tabacaleras como Merlo y Pilar, en la provincia de Buenos Aires.

Alcance geográfico de los programas detectados



Redes de colaboración y actores involucrados

Tal como se observó en los ejemplos, para llevar a cabo el desarrollo de los programas de RSE, la industria tabacalera trabaja en colaboración con organizaciones de la sociedad civil, organismos de estado, organizaciones que integran la cadena de valor del tabaco*, entre otros, en un esfuerzo de articulación pública-privada. De la misma manera involucra a los medios de comunicación para la diseminación de los programas y sus actividades.

En lo que refiere a la participación de instituciones públicas, se pudo comprobar que la industria tabacalera articuló con diversos organismos a lo largo del tiempo para desarrollar estos programas. A nivel nacional, la Secretaría Nacional de la Niñez, Adolescencia y Familia (SENAF), dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, participó en los programas Jardines de Cosecha y Brazos Abiertos; la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI), del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), participaron en los programas Porvenir, Brazos Abiertos y Jardines de Cosecha^{33 34 35}. A fines de 2018, el Ministerio de Educación de la Nación declaró de interés educativo a los programas Porvenir y Somos Capaces^{36 37}.

A nivel provincial, los Ministerios de Educación de Salta y Jujuy colaboraron en los programas Jardines Crecer y Jardines de Cosecha³⁸; los Ministerios de Desarrollo Social, de Cultura y Turismo y de Trabajo de Jujuy, se involucraron en el programa Porvenir; el Ministerio de Cultura y Educación, Empleo y de Trabajo, Agro y Producción y Ministerio de Cultura y Educación de Misiones para el programa Porvenir; y, por último, la Subsecretaría de Educación de la Provincia de

* Por ejemplo Alliance One Tobacco, dealer que se dedica a la exportación de hoja de tabaco, participa del programa Brazos

Buenos Aires colaboró con el programa Yo voto³⁹. Además, en 2019, el Senado de Salta declaró de interés a ese mismo programa⁴⁰.

A nivel municipal, las intendencias de Monterrico, El Carril y Chicoana (Salta) se sumaron al programa Brazos Abiertos; y la Secretaría de Modernización, Innovación, Desarrollo Tecnológico y Educación de la Municipalidad de Goya y la Municipalidad de Goya (Corrientes) participaron en el programa Lanchix.

Estándares internacionales

El Convenio Marco de Control de Tabaco (CMCT)⁴¹ de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su artículo 13⁴² promueve la prohibición total de publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco, como una de las medidas más efectivas para la prevención del tabaquismo y sus consecuencias en la salud. En esta línea, las directrices del artículo 13 recomiendan a los Estados prohibir las contribuciones de empresas tabacaleras a cualquier otra entidad para «causas socialmente responsables» porque constituyen una forma de patrocinio. Además, promueven que se prohíba la propaganda de las prácticas empresariales «socialmente responsables» de la industria tabacalera porque es una forma de publicidad y promoción.

Asimismo, el Art. 5.3 advierte sobre la necesidad de proteger las políticas de control del tabaco de los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera y propone concientizar sobre la interferencia de la industria en las políticas de control de tabaco y denormalizar sus acciones prohibiendo la divulgación pública de los proyectos desarrollados. Recomienda, además, que no se acepten programas educativos, ni vinculados a jóvenes ni códigos de conducta voluntaria⁴³. En este

sentido, el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas y la OMS recomendaron evitar toda participación o colaboración con estas empresas al considerar la contradicción entre sus objetivos y su compromiso social promocionando y vendiendo un producto mortal⁴⁴. La OMS consideró que la industria tabacalera, junto con los fabricantes de armas, deberían estar excluidos como fuente de financiación de cualquier iniciativa. Además, advierte acerca de la necesidad de que organismos gubernamentales, no gubernamentales, de salud pública, la comunidad empresarial y la comunidad en general estén alertas sobre actividades de responsabilidad social en las que participe la industria^{45 46}.

Finalmente, en el marco de las Naciones Unidas existe el Pacto Global que busca promover que las empresas se alineen a las estrategias para el respeto de los derechos humanos, derecho del trabajo, protección del medio ambiente, entre otras. En 2017 el Pacto Global de las Naciones Unidas excluyó formalmente a la industria tabacalera de la iniciativa, por entender que no pueden considerarse socialmente responsables en tanto el objetivo principal de sus negocios vulnera el derecho a la salud⁴⁷.

Marco normativo Argentino

En Argentina, la Ley Nacional de Control de Tabaco N° 26687 /11⁴⁸ adoptó una restricción amplia para las acciones de marketing de productos de tabaco. Sin embargo, el artículo 8 de la ley establece expresamente que solamente se encuentra prohibido el “patrocinio de marca”, entendido como toda forma de contribución a cualquier acto, actividad, persona física o jurídica, pública o privada, con el fin, o a los efectos de promover la marca de un producto elaborado con tabaco. En este sentido, las acciones de responsabilidad social corporativa, mientras no incluya la marca de un producto, no se encuentran alcanzadas por la restricción legal.

Discusión y conclusiones

La industria tabacalera desarrolla diversos programas de RSE que se dirigen principalmente a niños, niñas y adolescentes. El abordaje de estos programas, como la erradicación del trabajo infantil, formación y capacitación de adolescentes provenientes de sectores vulnerables, protección ambiental, conocimiento cívico, entre otros, son temas muy sensibles que apelan al apoyo y a la solidaridad de la sociedad actual. De esta forma, la industria apunta a realizar prácticas socialmente responsables al tiempo que beneficia su imagen corporativa. Asimismo, para que estos programas tengan un mejor alcance, las empresas buscan socios legitimados de la sociedad civil y gobiernos.

En este marco, existen antecedentes a nivel internacional que reconocen la incompatibilidad de la industria tabacalera y la responsabilidad social empresarial. Es por ello que el CMCT recomienda a los Estados prohibir todas formas de marketing de productos de tabaco, incluyendo las acciones de responsabilidad corporativa ya que es utilizada para promover y naturalizar el consumo de tabaco.

Sin embargo, más allá de lo recomendado por la evidencia internacional, en Argentina la regulación permite el desarrollo de este tipo de programas. La presencia de los programas de RSE evidenciados en este documento dejan de manifiesta la necesidad de fortalecer el marco regulatorio, a fin de garantizar una prohibición completa de publicidad, promoción, patrocinio y exhibición de productos de tabaco. Esta prohibición debería eliminar las excepciones vigentes en la ley y modificar el artículo 8 que limita la prohibición al “patrocinio de marca”. De esta manera, se garantiza la prohibición de

las acciones de responsabilidad social empresarial y, en simultáneo, se pone freno a las intenciones de las empresas tabacaleras de mostrarse como entidades que garantizan la protección de derechos humanos, cuando ya ha sido demostrado que el negocio de venta de tabaco es irreconciliable con la protección de la salud pública.

Referencias

- 1 Landman A, Ling P, and Glantz S, Tobacco Industry Youth Smoking Prevention Programs: Protecting the Industry and Hurting Tobacco Control, *Am J Public Health*. 2002;92:917–930
- 2 Wakefield M, McLeod K, Perry C. Stay away from them until you're old enough to make a decision": tobacco company testimony about youth smoking initiation. *Tobacco Control* 2006;15(Suppl IV):iv44–iv53. doi: 10.1136/tc.2005.011536
- 3 Sebríe E and Glantz S. Tobacco Industry "Youth Smoking Prevention" Programs to undermine meaningful Tobacco Control in Latin America, *AJPH* 2007 vol 97 N°8
- 4 McDaniel PA, Cadman B, Malone RE. Shared vision, shared vulnerability: A content analysis of corporate social responsibility information on tobacco industry websites. *Prev Med*. 2016;89:337–344. doi:10.1016/j.ypmed.2016.05.033.
- 5 Carroll AB. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*. 1999; 38(3): p. 268-295.
- 6 McDaniel PA, Cadman B, Malone RE. Shared vision, shared vulnerability: A content analysis of corporate social responsibility information on tobacco industry websites. *Prev Med*. 2016;89:337–344. doi:10.1016/j.ypmed.2016.05.033.
- 7 Landman A, Ling P, and Glantz S, Tobacco Industry Youth Smoking Prevention Programs: Protecting the Industry and Hurting Tobacco Control, *Am J Public Health*. 2002; p. 917
- 8 http://exposetobacco.org/wp-content/uploads/2019/10/GlobalTIIIndex_Report_2019.pdf
- 9 McDaniel PA, Cadman B, Malone RE. Shared vision, shared vulnerability: A content analysis of corporate social responsibility information on tobacco industry websites. *Prev Med*. 2016;89:337–344. doi:10.1016/j.ypmed.2016.05.033.
- 10 WHO Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation of Article 13 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Tobacco advertising, promotion and sponsorship). Geneva: World Health Organization; 2008. 174 . Fooks GJ, Gilmore AB, Smith KE, Collin J, Holden C, Lee K. Corporate social responsibility and access to policy elites: an analysis of tobacco industry documents. *PLoS medicine*. 2011;8(8):e1001076 WHO report 2019 <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326043/9789241516204-eng.pdf?ua=1>
- 11 Asociación Conciencia, Disponible en. www.conciencia.org (visto Septiembre de 2019)
- 12 Tobacco Industry "Youth Smoking Prevention" Programs to undermine meaningful Tobacco Control in Latin America-EMSebríe and SA.Glantz,*AJPH* 2007 vol 97 N°8.
- 13 Tobacco Industry "Youth Smoking Prevention" Programs to undermine meaningful Tobacco Control in Latin America-EMSebríe and SA.Glantz,*AJPH* 2007 vol 97 N°8
- 14 Las siglas P.O.D.E.R. representaban los valores que se buscaban fomentar en los adolescentes: propósito, orgullo, determinación, entusiasmo y responsabilidad
- 15 Mercedes Ya. Yo tengo P.O.D.E.R., 2002, Disponible en <http://www.mercedesya.com.ar/noticias/30001896--yo-tengo-p-o-d-e-r-.htm>
- 16 Sebríe E, et al La Industria Tabacalera y su Dominio en la Formulación de las Políticas Nacionales sobre el Tobacco Control Policy Making: International, Centro de Investigación y Educación para el Control del Tabaco Universidad de California, San Francisco San Francisco CA 94143- 1390, 2005 Disponible en <https://pdfs.semanticscholar.org/e904/b2824460c89ae32856bbcb657756758314d7.pdf>
- 17 Una campaña que apuntaba a desalentar el consumo de tabaco en adolescentes y jóvenes, se dirigía a los padres como modelos de referencia.
- 18 Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Programas de Prevención del Consumo de Tabaco en jóvenes desarrollados por la Industria Tabacalera en Argentina, s/a Disponible en http://www.ficargentina.org/aliar/images/stories/Documentos/PROGRAMAS_DE_PREVENCIN_EN_JVENES.pdf
- 19 El litoral Menores sin humo, padres en acción, 2009. Disponible en <https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2009/03/03/salud/SALUD-01.html>
- 20 Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Programas dirigidos a Jóvenes de la Industria tabacalera: una estrategia para obstaculizar políticas efectivas de control de tabaco, 2015, Disponible en https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2017/11/151215_programas_jovenes_tabacaleras.pdf
- 21 Página 12 De campañas y trampas, 2009. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/subnotas/3-40761-2009-06-28.html>
- 22 UniRSE 12 de junio con Brazos Abiertos – Día Mundial contra el Trabajo Infantil Disponible en <http://www.unirse.com.ar/2017/06/14/12-de-junio-con-brazos-abiertos-dia-mundial-contra-el-trabajo-infantil/> (visto Septiembre de 2019)
- 23 Ver más información en el sitio web de la Asociación Bosque Modelo Jujuy, Programa Nuevas Raíces, http://www.bmj.org.ar/index.php?menu_id=3&jera_id=30&page_id=17. (visto Septiembre de 2019)
- 24 McDaniel PA, Cadman B, Malone RE. Shared vision, shared vulnerability: A content analysis of corporate social responsibility information on tobacco industry websites. *Prev Med*. 2016;89:337–344. doi:10.1016/j.ypmed.2016.05.033
- 25 McDaniel PA, Lown EA, Malone RE. US Media Coverage of Tobacco Industry Corporate Social Responsibility Initiatives. *J Community Health*. 2018;43(1):117–127. doi:10.1007/s10900-017-0394-8
- 26 Página 16, El Hackathon acercó a 80 jóvenes herramientas tecnológicas para su inserción laboral, 2019 Disponible en <http://www.pagina16.com.ar/el-hackathon-acerco-a-80-jovenes-herramientas-tecnologicas-para-su-insercion-laboral/>

- 27 Informaté Salta, Arrancan los Jardines de Cosecha y el programa Porvenir en Salta, 2018 Disponible en <https://informatesalta.com.ar/noticia/139360/arrancan-las-actividades-en-los-jardines-de-cosecha-y-el-programa-porveni>
- 28 Cámara de Tabaco de Salta, Un verano a toda responsabilidad social tabacalera, 2019 Disponible en <https://www.ctsalta.com.ar/un-verano-a-toda-responsabilidad-social-tabacalera/>
- 29 Página 16, 1.000 jóvenes de todo el país participan del Modelo de Naciones Unidas en Mar del Plata, 2018 Disponible en <http://www.pagina16.com.ar/1-000-jovenes-de-todo-el-pais-participan-del-modelo-de-naciones-unidas-en-mar-del-plata/>
- 30 Infocampo Renatre busca llegar a más de 1.000 niños y jóvenes con sus centros CRECER en Jujuy, 2019 Disponible en <https://www.infocampo.com.ar/renatre-busca-llegar-a-mas-de-1-000-ninos-y-jovenes-con-sus-centros-crecer-en-jujuy/>
- 31 Gerencia Ambiental, La campaña #YoVoto motiva la participación electoral activa de los más jóvenes, 2019 Disponible en <https://gerencia-ambiental.com/la-campana-yovoto-motiva-la-participacion-electoral-activa-de-los-mas-jovenes/>
- 32 Futuro Sustentable, Lanzan LAN.CHIX, la capacitación en Ciencia y Tecnología para chicas de entre 16 y 21 años, 2019 Disponible en <http://www.futurosustentable.com.ar/lanzan-lan-chix-la-capacitacion-en-ciencia-y-tecnologia-para-chicas-de-entre-16-y-21-anos>
- 33 El tribuno, Lanzan edición de Brazos Abiertos para erradicar el trabajo infantil, 2019 Disponible <https://www.tribuno.com/salta/nota/2019-3-4-0-0-0-lanzan-edicion-de-brazos-abiertos-para-erradicar-el-trabajo-infantilNorte>
- 34 Sustentable, Jardines de Cosecha <https://nortesustentable.com.ar/jardines-de-cosecha-2019-jardin-crecer-y-porvenir/> (visto septiembre de 2019)
- 35 Cámara de Tabaco de Salta, Jardines de Cosecha 2019 Disponible en <https://www.ctsalta.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/JARDINES-DE-COSECHA-2019-informe-etapa-verano.pdf>
- 36 Economis, Los programas “Porvenir” y “Somos Capaces” son declarados de interés por el Ministerio de Educación <https://www.economis.com.ar/los-programas-porvenir-y-somos-capaces-son-declarados-de-interes-por-el-ministerio-de-educacion/> (visto Septiembre de 2019)
- 37 Feedback Salta, Los programas Porvenir y Somos capaces declarados de interés por el Ministerio de Educación: <http://www.feedbacksalta.com.ar/noticias/nacional-2/los-programas-porvenir-y-somos-capaces-declarados-de-interes-por-el-ministerio-de-educacion-7106> (visto Septiembre de 2019)
- 38 Futuro Sustentable Los Centros Porvenir se expanden para llegar a más de 1.700 de jóvenes de familias tabacaleras Disponible en <http://www.futurosustentable.com.ar/los-centros-porvenir-se-expanden-para-llegar-a-mas-de-1-700-de-jovenes-de-familias-tabacaleras>
- 39 Portal del Senado de Salta, Expte. N° 90-28.062/19 – 29/08/19 – Programa “#Yo Voto” edición 2019 – Resolución N° 227/19 <http://senadosalta.gob.ar/proyectos/aprobados/proyectos-de-resolucion-aprobados/expte-no-90-28-062-19-29-08-19-programa-y-o-voto-edicion-2019/> (visto Septiembre de 2019)
- 40 Central Noticias, #Yo voto: La campaña que motiva la participación electoral a los jóvenes. 2019 Disponible en <http://centralnoticias.com.ar/web/categoria/yo-voto/>
- 41 Organización Mundial de la Salud, Convenio Marco de Control de Tabaco, 2003. <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/42813/1/9243591010.pdf>
- 42 Organización Mundial de la Salud, Directrices para la aplicación del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, 2008, Disponible en https://www.who.int/fctc/guidelines/article_13_es_r.pdf?ua=1
- 43 Organización Mundial de la Salud, Directrices para la aplicación del párrafo 3 del artículo 5 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco sobre la protección de las políticas de salud pública relativas al control del tabaco contra los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera, 2008. Disponible en https://www.who.int/fctc/treaty_instruments/article_5_3_es.pdf?ua=1
- 44 United Nations Economic and Social Council Ad Hoc Inter-agency Task Force on Tobacco Control. Report of the Secretary-General, 2006. http://www.who.int/tobacco/global_interactio}n/un_taskforce/SG_UNTF_ECOSOC_2006
- 45 Tobacco Industry Interference with Tobacco Control World Health Organization, 2004 <http://repositories.cdlib.org/tc/whotcp/TIInterference-2004>
- 46 Tobacco Industry Interference with Tobacco Control. World Health Organization, 2009
- 47 Pacto Global de Naciones Unidas. Quiénes se pueden unir? Disponible en inglés: <https://www.unglobalcompact.org/participation/join/who-should-join>
- 48 Ley 26687 Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/180000-184999/183207/norma.htm>