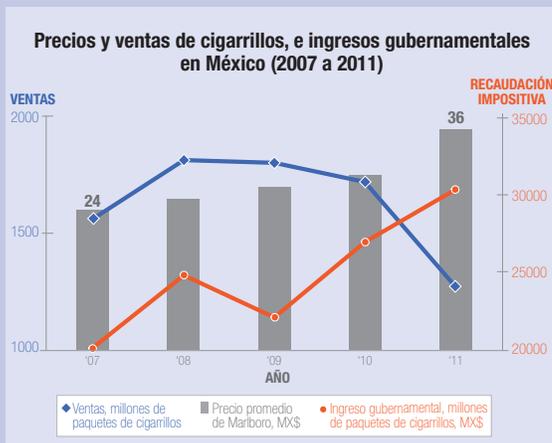


MÉXICO HISTORIA ACERCA DEL ÉXITO DEL IMPUESTO AL TABACO

CONVENIO MARCO PARA EL CONTROL DEL TABACO (FCTC), ARTÍCULO 6

Las medidas con respecto a los impuestos y los precios son un medio eficaz e importante para reducir el consumo de tabaco. Cada parte debe adoptar políticas de precio y políticas impositivas para los productos de tabaco a fin de contribuir con los objetivos de salud que apuntan a reducir el consumo de tabaco.

Entre 2009 y 2011, el impuesto específico al tabaco en México aumentó a 7 pesos por paquete de 20 cigarrillos, lo que aumentó a su vez los impuestos totales por un paquete de cigarrillos Marlboro al 69% del precio minorista. Durante este período, las ventas de tabaco cayeron un 30% y los ingresos gubernamentales provenientes de los impuestos al tabaco aumentaron un 38%.



El método más eficaz para reducir el consumo de tabaco es aumentar el precio de los productos de tabaco mediante aumentos impositivos. El aumento en los precios del tabaco impulsa el abandono del hábito de fumar, previene el desarrollo de este hábito en posibles consumidores y reduce la cantidad de tabaco consumido por fumadores habituales.

Referencias

- InterAmerican Heart Foundation Mexico. Tobacco Control: Indicators [in Spanish]. Available from: <http://www.ficmexico.org/index.php/control-tabaco/indicadores>
- International Tobacco Control Policy Evaluation Project. ITC Mexico Surveys 2006-2011.
- Lane CH, Carter MI. The role of evidence-based media advocacy in the promotion of tobacco control policies. *Salud Publica Mex* 2012;54(3):281-288.
- Waters H, Sáenz de Miera B, Ross H, Reynales Shigematsu LM. The Economics of Tobacco and Tobacco Taxation in Mexico. Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease; 2010.

Consumo de tabaco

Cerca de 11 millones (16%) de adultos mexicanos (mayores de 15 años) fuman tabaco. Cerca del 25% de los hombres y el 8% de las mujeres fuman tabaco. En el caso de los adolescentes (de entre 13 y 15 años) de la ciudad de México, más del 27% fuma cigarrillos.

Cambio impositivo

En 2009, los productos de tabaco estaban sujetos a una tasa de impuesto ad valorem del 160%. No se aplicaban impuestos específicos. Los impuestos totales, incluido el 15% del IVA, alcanzaron el 61,4% del precio minorista.

En el mes de enero de 2010, México agregó un impuesto específico de 80 centavos por paquete de 20 cigarrillos, que se legisló a fin de aumentar 2 pesos por paquete para el 2013. El IVA aumentó del 15% al 16%.

En enero de 2011, en lugar de aplicar aumentos adicionales en 2010, se incrementó el impuesto específico a 7 pesos por paquete con vigencia inmediata.

Luego del aumento en 2011, los impuestos totales por paquete de cigarrillos Marlboro alcanzaron el 69% del precio total minorista.

Impacto del aumento impositivo

Impuesto y precio

Entre 2009 y 2011, el impuesto específico se aumentó a 7 pesos por paquete. El precio promedio de un paquete de cigarrillos Marlboro aumentó el 36%, de MX \$28 a MX \$38.

Ventas

Las ventas de cigarrillos disminuyeron cerca del 30%, de 1.810 millones de paquetes en 2009 a 1.270 millones en 2011.

Estructura impositiva

Los productos de tabaco en México tienen un impuesto al consumo interno llamado Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), que incluye un impuesto específico y un impuesto ad valorem. En el caso de los cigarrillos producidos, la tasa del impuesto ad valorem se basa en el precio mayorista. El IVA también se aplica a los productos

Respaldo público

En 2010, se realizó una encuesta de opinión pública mediante la cual se reveló que 7 de cada 10 mexicanos están de acuerdo con el aumento de los impuestos al tabaco.

Reacción de la industria

Inmediatamente después del aumento impositivo realizado en 2011, la industria tabaquera reclamó que los ingresos gubernamentales eran más bajos que lo previsto debido al aumento de la comercialización ilícita. No obstante, una revisión de las ventas de cigarrillos a comercios minoristas reveló que la industria aumentó sus inventarios adicionales en 2010 para evadir los impuestos aumentados a principios de 2011, lo que provocó la reducción del ingreso gubernamental previsto.

Ingreso gubernamental

Las ganancias gubernamentales provenientes de los impuestos al tabaco aumentaron el 38%, de MX \$22.000 millones en 2009 a MX \$30.000 millones en 2011, incluso a pesar de la caída de ventas.