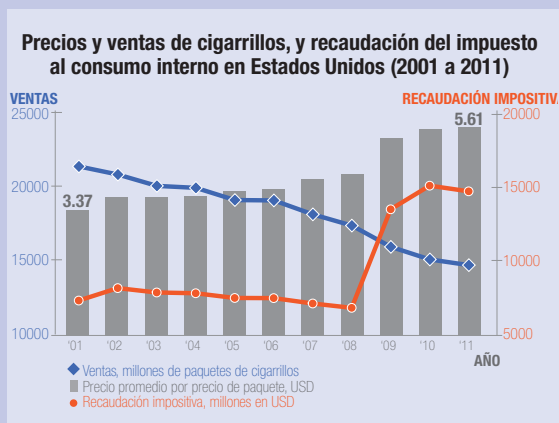


# HISTORIA ACERCA DEL ÉXITO DEL IMPUESTO AL TABACO ESTADOS UNIDOS de NORTEAMÉRICA

## 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.

El 1ro de abril de 2009, la tasa de impuesto federal al cigarrillo en Estados Unidos aumentó en 61,66 centavos de dólar por paquete a fin de financiar la renovación del Programa Estatal de Seguro Médico para Niños (*State Children's Health Insurance Program*). En el período de 12 meses posterior al aumento impositivo, las recaudaciones de impuestos federales al cigarrillo aumentaron el 129% (o US\$8.700 millones), las ventas de paquetes de cigarrillos disminuyeron el 11% y la cantidad de fumadores adultos y adolescentes se redujo.



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

- Huang J, Chaloupka F. The Impact of the 2009 Federal Tobacco Excise Tax Increase on Youth Tobacco Use. NBER Working Paper No. 18026. April 2012.
- Mellman Group. National survey of 1,000 U.S. registered voters. 29 May-3 June 2007.
- Morris DS, Tynan MA. "Fiscal and Policy Implications of Selling Pipe Tobacco for Roll-Your-Own Cigarettes in the United States." PLoS ONE. 2 May 2012;7(5):e36487.
- Orzechowski & Walker. The Tax Burden on Tobacco. 2011.
- U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). "Vital Signs: Current Cigarette Smoking Among Adults Aged  $\geq$  18 Years—United States, 2005-2010." Morbidity and Mortality Weekly Report (MMWR). 9 September 2011;60(35):1207-1212.
- CDC. "Youth Risk Behavior Surveillance—United States, 2011." MMWR. 8 June 2012;61(4).
- CDC. "Consumption of Cigarettes and Combustible Tobacco—United States, 2000-2011." MMWR. 3 August 2012;61(30):565-569.
- U.S. Government Accountability Office (GAO). Large Disparities in Rates for Smoking Products Trigger Significant Market Shifts to Avoid Higher Taxes. GAO-12-475. 18 April 2012.
- U.S. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau.

## Consumo de tabaco

Cerca de 45 millones (19,3%) de adultos estadounidenses (mayores de 18 años) fuman cigarrillos (el 21,5% son hombres y el 17,3% son mujeres). En cuanto a los adolescentes (estudiantes de secundaria), el 18,1% fuma cigarrillos actualmente.

## Cambio impositivo

El impuesto federal al consumo interno que se aplica a cigarrillos aumentó en 61,66 centavos de dólar por paquete el 1ro de abril de 2009, de US\$0,39 a US\$1,0066. Previo a esto, el último aumento de tasa de impuesto federal se realizó en 2002.

**Reacción de la industria.** La respuesta de la industria tabaquera ante los aumentos de impuesto federal al consumo interno de tabaco fue el aumento de precios de sus productos y la manipulación de sus productos para que se clasifiquen en categorías impositivas menores. En marzo, antes del aumento impositivo, las empresas de cigarrillos más importantes aumentaron los precios de sus productos en 10 centavos de dólar por sobre el aumento de la tasa impositiva a fin de generar ganancias y culparon al gobierno por el aumento de precios.

Al mismo tiempo, los fabricantes de

## Estructura impositiva

El impuesto federal al consumo interno de Estados Unidos es un impuesto específico que se cobra por cigarrillo. Los cigarrillos también están sujetos a impuestos estatales y, en algunos casos, a impuestos locales al tabaco.

otros productos de tabaco cambiaron sus productos para sortear los obstáculos que representaban las nuevas tasas impositivas más altas. El tabaco para liar (Roll-your-own, RYO) y los cigarrillos pequeños se incluyeron en la categoría de cigarrillos para que perciban la misma tasa impositiva que los cigarrillos, mientras que las tasas impositivas al tabaco en pipa y los cigarros se aumentaron en menor grado. Los productores manipularon sus productos de modo que los paquetes de tabaco para liar se etiquetaran como "tabaco para pipa", con pequeños cambios en los productos en sí.

**Respaldo público.** Una encuesta realizada en 2007 reveló que dos tercios de todos los votantes están de acuerdo con un aumento significativo en el impuesto federal al cigarrillo destinado a proporcionar cobertura médica a los niños que no la tienen.

## Impacto del aumento impositivo

### Impuesto y precio

El precio promedio minorista de cigarrillos aumentó el 22% entre noviembre de 2008 y noviembre de 2009, en particular debido al aumento del impuesto federal.

### Ventas

Las ventas de cigarrillos cayeron el 11,1% en los 12 meses posteriores a la aplicación del aumento del impuesto al tabaco.

### Prevalencia

La prevalencia del hábito de fumar en adultos disminuyó el 6,3%; es decir, del 20,6% en 2008 al 19,3% en 2010. Inmediatamente después del aumento al impuesto federal, el consumo de tabaco en adolescentes (estudiantes de secundaria) disminuyó entre el 9,7% y el 13,3%.

### Reducción del número de fumadores

Se calcula que el aumento del impuesto federal redujo la cantidad de fumadores adultos en 3.100.000 y provocó una disminución entre el 9,7% y el 13,3% de fumadores jóvenes, lo cual previno que de 220.000 a 287.000 jóvenes se convirtieran en fumadores.

### Ingreso gubernamental

Los aumentos de los impuestos al tabaco y de los precios de los cigarrillos generaron mayores recaudaciones de impuestos al tabaco, a pesar de que el consumo disminuyó. La recaudación del impuesto federal al cigarrillo aumentó el 129%, de US\$6.800 millones durante los 12 meses previos al aumento a US\$15.500 millones durante los 12 meses posteriores a dicho aumento.