

ASEQUIBILIDAD DEL ALCOHOL: ¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS IMPUESTOS SOBRE EL ALCOHOL?



¿Qué es la asequibilidad del alcohol?

La asequibilidad del alcohol es una medida de la capacidad de los consumidores para comprar bebidas alcohólicas, que varía según el precio del alcohol y los ingresos de los consumidores. Un aumento en el precio del alcohol implica una disminución de su asequibilidad, en tanto un incremento en los ingresos de los consumidores la aumenta. Reducir la asequibilidad del alcohol es una de las políticas públicas fundamentales recomendadas para que su consumo disminuya (1).

¿Cuáles son las ventajas de los impuestos sobre el alcohol?



1. Cuando se diseñan y aplican de forma adecuada, los impuestos sobre el alcohol representan una opción de política en la que todos ganan, al:

- a)** reducir el consumo de bebidas alcohólicas, especialmente por parte de las personas jóvenes y las personas que tienen un consumo excesivo de alcohol.
- b)** reducir los costos sociales y de salud asociados al consumo de alcohol, como:
 - gastos directos en atención de salud.
 - costos por pérdida de productividad.
- c)** aumentar los ingresos de los gobiernos.

2. Reducir la asequibilidad del alcohol puede conducir a una reducción de (1):

- a)** el consumo de bebidas alcohólicas y la prevalencia de la dependencia del alcohol, así como las enfermedades y muertes relacionadas con el alcohol.
- b)** la prevalencia de la conducción bajo los efectos del alcohol y del número de traumatismos y muertes por colisiones de tráfico relacionadas con el alcohol.
- c)** el inicio temprano del consumo de alcohol entre las personas jóvenes y los episodios de consumo excesivo posteriores.
- d)** el consumo de alcohol y los problemas conexos en

¿Cómo se puede reducir la asequibilidad del alcohol?



- La asequibilidad del alcohol se puede reducir aumentando su precio relativo por medio de impuestos sobre las bebidas alcohólicas y de políticas de fijación de precios.
- Estas políticas son medidas de control sumamente costo-eficaces (2).

las personas que tienen un consumo excesivo de alcohol.

e) el número de suicidios, episodios de violencia y casos nuevos de enfermedades de transmisión sexual.

3. Los ingresos procedentes de los impuestos sobre el alcohol podrían destinarse a intervenciones de prevención, tratamiento, promoción de la salud y control del consumo de alcohol que tengan en cuenta consideraciones específicas de cada contexto.

ASEQUIBILIDAD DEL ALCOHOL: ¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS IMPUESTOS SOBRE EL ALCOHOL?

¿Cuál es la opción de política fiscal más eficaz?

1. Los impuestos selectivos al consumo de bebidas alcohólicas son aquellos que se aplican únicamente a este tipo de bebidas. Se encuentran entre las políticas de mayor costo-efectividad para prevenir los daños, reducir el consumo y postergar y prevenir el comienzo del consumo de alcohol por parte de la población joven.

2. El diseño de los impuestos es importante. Algunos elementos a considerar incluyen:

a) Los impuestos selectivos al consumo de alcohol pueden estructurarse como un impuesto específico basado en la cantidad (como el volumen total del producto o la cantidad de etanol), como un impuesto *ad valorem* basado en el valor de la bebida alcohólica (por ejemplo, el precio al por menor del producto) o como una combinación de impuestos

específicos e impuestos *ad valorem*.

b) Los impuestos selectivos pueden estructurarse, además, de manera uniforme (se aplica la misma tasa impositiva a todas las categorías de bebidas alcohólicas) o escalonada (tasa impositiva escalonada según el tipo de bebida alcohólica y su contenido de etanol).

c) El impacto de este impuesto estará determinado por su estructura; por lo tanto, este se debe elaborar y aplicar en función de los objetivos de las políticas.

d) Los impuestos al consumo de alcohol deberían aplicarse a todas las categorías de bebidas alcohólicas, para



reducir o evitar las sustituciones.

e) El efecto de las políticas fiscales y de precios sobre el consumo está influenciado por la elasticidad de la demanda con respecto al precio. La elasticidad de todas las bebidas alcohólicas con respecto al precio está en torno a $-0,5$, lo que significa que un aumento del 10% en el precio del alcohol dará lugar a una reducción de su consumo del 5%. Estas tasas son similares para los países de ingresos altos, bajos y medianos (2), si bien existen diferencias según el tipo de bebida y los hábitos de consumo.

Opciones eficaces de políticas de precios no relacionadas con los impuestos que pueden complementar las políticas relativas a los impuestos

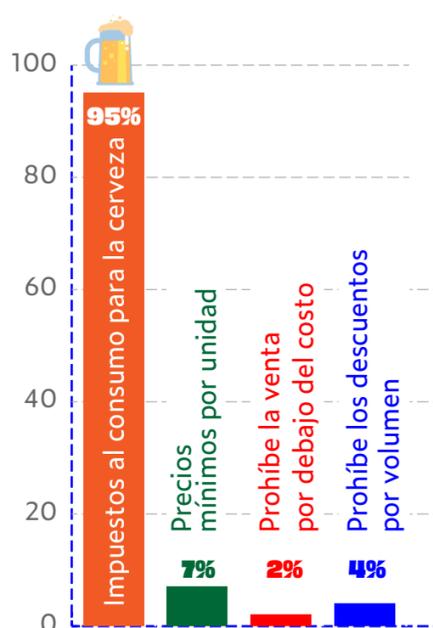
▪ Fijación de precios mínimos y precios mínimos por unidad: establece un precio mínimo por bebida alcohólica estándar o por unidad de etanol (en el caso de precios mínimos por unidad) por debajo del cual no se puede vender el producto a los consumidores.

▪ Prohibición de venta a un precio inferior al de costo: se obliga a los vendedores a no establecer precios por debajo de su costo comercial con la finalidad de atraer a los consumidores o de excluir a la competencia.

▪ Aplicación de restricciones a las promociones comerciales: se

prohíben las estrategias de comercialización con descuentos que los vendedores utilizan de forma temporal para mejorar las ventas de alcohol (por ejemplo, descuentos en determinados horarios y eventos y descuentos por volumen).

De los 164 países de todo el mundo que presentaron información, el 95% tiene impuestos al consumo para la cerveza, el 7% tiene precios mínimos por unidad, el 2% prohíbe la venta por debajo del costo y el 4% prohíbe los descuentos por volumen (3).



Consideraciones fundamentales sobre las políticas

1. El aumento de las tasas de impuestos debe ser periódico y mayor que el aumento relativo de la inflación y el incremento de los ingresos, con la finalidad de lograr una disminución constante del consumo y los daños ocasionados por el alcohol.

2. Es poco probable que el aumento de las tasas impositivas incremente el consumo de alcohol no registrado si, en forma simultánea, se aplican medidas integrales de control para combatir la producción y venta de alcohol de origen ilegal.

3. Las tasas de impuesto sobre el alcohol no deberían reducirse durante una recesión o depresión económica, ya que

en esos períodos puede aumentar la prevalencia del consumo nocivo de alcohol.

4. Es poco probable que el aumento de las tasas impositivas perjudique a la economía (4); los beneficios para la salud pública de las políticas de fijación de precios del alcohol compensan con creces cualquier posible desventaja económica (2).

5. Las medidas relativas a los impuestos selectivos al consumo deben complementarse con otras intervenciones de políticas de control del alcohol específicas de cada país y basadas en la evidencia, encaminadas a reducir el consumo de alcohol.

Referencias

- Organización Panamericana de la Salud. Sinopsis de política. Políticas tributarias y de precios del alcohol en la Región de las Américas. Washington, DC: OPS; 2019. Datos de catalogación
- Babor T, Casswell S, Graham K, Huckle T, Livingston M, Österberg E, et al. Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy. 3.a edición. Oxford: Oxford University Press; 2022.
- Organización Mundial de la Salud. Global status report on alcohol and health 2018. Ginebra: OMS; 2018.
- Cesur R, Kelly IR. Who pays the bar tab? Beer consumption and economic growth in the United States. *Economic Inquiry*. 2014;52(1):477-494.

OPS/NMH/MH/22-0025

© Organización Panamericana de la Salud, 2022. Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible en virtud de la licencia **CC BY-NC-SA 3.0 IGO**.