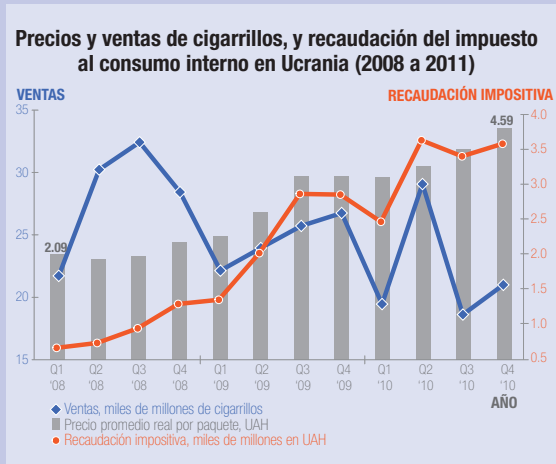


# UCRANIA HISTORIA ACERCA DEL ÉXITO DEL IMPUESTO AL TABACO

## 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 2008 y 2010, los impuestos totales al tabaco en Ucrania aumentaron del 36% al 60% del precio minorista, lo que a su vez aumentó el precio real por paquete un 120%. Durante el mismo período, las ventas de tabaco disminuyeron un 25% y el gobierno recaudó un monto adicional de UAH 9.500 millones provenientes de impuestos al tabaco. Se calculó que los aumentos de precios reducirán la cantidad de fumadores en 2.700.000 al prevenir el desarrollo del hábito de fumar y al aumentar el abandono del hábito en fumadores actuales.



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

- CDC. Global Adult Tobacco Survey—Ukraine. CDC, WHO; 2010.
- Quirk Global Strategies. Ukraine Opinion Poll. Kyiv, Ukraine. 2008.
- Ross H, Stoklosa M, Krasovsky K. Economic and public health impact of 2007–2010 tobacco tax increases in Ukraine. *Tobacco Control*. 2012;21(4):429–435.

## Consumo de tabaco

En 2010, más de 11 millones (29%) de ucranianos adultos (mayores de 15 años) fuman cigarrillos. La mitad de los hombres (50%) y más de una de diez mujeres (11%) fuman cigarrillos. En el caso de los adolescentes (de 13 a 15 años), el 24% fuma cigarrillos actualmente.

## Estructura impositiva

En la actualidad, el sistema impositivo en Ucrania incluye un impuesto ad valorem (según los precios minoristas) y un impuesto específico. El IVA se aplica al 20% respecto del precio mayorista. Los impuestos totales al consumo interno deben ser mayores que el 24% o iguales a esta cifra, respecto del precio minorista máximo neto del IVA y del impuesto al consumo interno.

## Cambio impositivo

Entre 2008 y 2010, Ucrania aumentó los impuestos al tabaco en cinco oportunidades. El impuesto específico al consumo interno se quintuplicó de UAH 0,28 a UAH 1,80. El impuesto total al consumo interno aumentó de UAH 0,50 en agosto de 2008 a UAH 3,14 en julio de 2010.

**Reacción de la industria.** Antes de 2008, la industria tabaquera pudo asimilar el pequeño aumento impositivo y mantener a su vez los precios bajos. Después de grandes aumentos impositivos en 2009, la industria tabaquera reflejó estos aumentos

en el precio de venta para consumidores a fin de aumentar los márgenes de ganancias. Desde enero de 2009 a diciembre de 2010, el precio real de la industria (sin aplicación de impuestos) aumentó de UAH 1,32 a UAH 1,84, lo que representa un aumento del 39%.

**Respaldo público.** Una encuesta de opinión pública realizada en 2008 reveló que más de la mitad de los ucranianos (57%) estaba de acuerdo con el aumento de impuestos al cigarrillo para financiar mejoras en el sistema de asistencia médica.

Impuesto específico al consumo interno en UAH/paquete	% de aumento en el impuesto específico	Impuesto ad valorem
antes de sept 2008	0.28	12,5% del precio máximo minorista, menos el IVA, menos el impuesto al consumo interno
sept 2008	0.60 (↑114%)	16% del precio máximo minorista, menos el IVA, menos el impuesto al consumo interno
feb 2009	0.75 (↑25%)	16% del precio máximo minorista, menos el IVA, menos el impuesto al consumo interno
mayo 2009*	1.20 (↑60%)	20% del precio máximo minorista, menos el IVA únicamente
enero 2010	1.38 (↑15%)	25% del precio máximo minorista, menos el IVA únicamente
jul 2010	1.80 (↑30%)	25% del precio máximo minorista, menos el IVA únicamente

\* A principios de mayo de 2009, se aplicó el impuesto ad valorem al precio máximo minorista, menos el IVA únicamente, lo que duplicó de manera eficaz la recaudación de impuestos al consumo interno y de impuestos ad valorem.

## Impacto del aumento impositivo

### Impuesto y precio

Entre el primer trimestre de 2008 y el último trimestre del 2010, el impuesto real al consumo interno de cigarrillo aumentó el 400%; es decir, de UAH 0,40 a UAH 2,00. Los precios reales de cigarrillos aumentaron el 120%, de UAH 2,09 a UAH 4,59 durante el mismo período.

### Ventas

Las ventas de cigarrillos cayeron el 25%, de 112.800 millones de cigarrillos en 2008 a 84.300 millones en 2010.

### Reducción de número de fumadores

Entre 2008 y 2010, se calcula que los aumentos de precios de cigarrillos redujeron la cantidad de fumadores en 2.700 millones al prevenir el desarrollo del hábito de fumar y al aumentar el abandono del hábito en fumadores actuales.

### 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. Los ingresos gubernamentales aumentaron más del 400%, de UAH 2.400 millones en 2007 a UAH 13.100 millones en 2010.