

El Gobierno fija un impuesto mínimo del tabaco para frenar la bajada de precios

Hacienda estima unos ingresos adicionales de 600 millones con esta nueva medida

SANTIAGO HERNÁNDEZ, Madrid
El Gobierno contraataca en la guerra del tabaco. Ante la rebaja escalonada de los precios por parte de las empresas, el Consejo de Ministros aprobó ayer la segunda

subida de impuestos en lo que va de año. El impuesto proporcional pasa del 55,95% al 57% y el específico fijo sube de 6,20 a 8,20 euros por cada 1.000 cigarrillos. Además, establece un nivel mínimo impositi-

vo de 55 euros por cada 1.000 cigarrillos. Esto significa que cada cajetilla llevará un mínimo de impuesto de 1,10 euros. Hacienda puede ingresar con esta segunda subida 600 millones de euros.

El Gobierno ha aprovechado el error del PSOE el pasado jueves en la votación para convalidar la subida de impuestos de pasado del 20 de enero y dar una vuelta de tuerca a la fiscalidad del tabaco. El objetivo es frenar la bajada de precios de venta al público, al tiempo que desincentivar el consumo por razones de salud pública. La estimación de ingresos con esta subida es de unos 600 millones de euros, que habría que sumar a los 600 estimados de la anterior bajada con el mismo consumo que el anterior si no se hubiera bajado el precio.

En esta ocasión el Gobierno, además de subir los impuestos especiales (el proporcional hasta el 57% y el específico hasta 8,20 euros por 1.000 cigarrillos) ha fijado un nivel mínimo de imposición de 55 euros por cada 1.000 cigarrillos. Este impuesto se aplicará cuando la suma del impuesto específico y el proporcional (también llamado *ad valorem*) sea inferior a esa cifra de 55 euros por 1.000 cigarrillos (1,10 por cajetilla).

El objetivo de este nuevo impuesto mínimo es que las marcas baratas suben el precio de su cajetillas, objetivo que no se consiguió con la anterior subida fiscal. Según el Gobierno, el fijar este nivel mínimo de imposición permite asegurar que todos los cigarrillos del mercado tendrán que soportar una tributación de impuestos espaciales de al menos el 1,10 euros, a lo que hay que añadir el 16% de IVA. Las empresas calculan que con este nivel obligado de impuesto mínimo, nadie puede vender sin perder dinero una cajetilla de tabaco a menos de 1,55 euros, ya que hay contar con los gastos de fabricación y estancos.

Más de dos euros

El Ministerio de Sanidad ha defendido que la fiscalidad del tabaco debía ser tal que ninguna empresa pudiera vender una cajetilla a menos de dos euros. El impuesto mínimo ha sido un instrumento que han utilizado ya al menos 16 países de la UE para frenar al avance de las marcas baratas que tratan de buscar clientes entre los jóvenes. Tanto Philip Morris como Altadis, las dos empresas que controlan casi el 80% del mercado español de cigarrillos han defendido este impuesto mínimo.

Sin embargo, Philip Morris bajó los precios de sus principales productos para luchar contra la subida de impuestos decretada por el Gobierno, provocando que Altadis le siguiera los pasos. En definitiva, lo que

La fiscalidad del tabaco

	Tipo proporcional de los cigarrillos (% del PVP)	Tipo específico por cada 1.000 cigarrillos	IVA (% sobre el PVP impuestos incluidos)
16-9-2005	54,95%	4,20 euros	16%
20-1-2006	55,95%	6,20 euros	16%
10-2-2006	57,00%	8,20 euros	16%

■ IMPUESTO MÍNIMO EN EUROPA

Euros por cada 1.000 cigarrillos

Alemania	138,6
Francia	128,0
Finlandia	103,6
Holanda	101,8
Malta	100,8
Bélgica	97,4
Suiza	90,6
Italia	87,7
Austria	83,0
Portugal	73,9
Luxemburgo	70,7
España	55,0
Grecia	50,4
Hungría	45,4
República Checa	37,6
Eslovaquia	36,5
Polonia	32,2

■ RECAUDACIÓN BRUTA DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE LABORES DE TABACO

En millones de euros.	4.519	4.779	5.261	5.620	5.955
Entre paréntesis, % sobre el año anterior	(11,2)	(5,8)	(10,1)	(6,8)	(5,9)
	2000	2001	2002	2003	2004

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda y elaboración propia.

EL PAÍS

Mejora la comisión de los estancieros y los quioscos podrán expender cajetillas

S. H., Madrid
También el Gobierno en su reunión de ayer se acordó de los 15.000 estancieros, que se hallan en pie de guerra desde que las tabaquerías han entrado en la dinámica de rebaja de precios en una pugna comercial sin precedentes en el mercado español. Los estancos tendrán desde ahora y hasta el próximo 30 de junio una comisión del 8,75% sobre las ventas de tabaco, lo que supone mejorar en 0,25 puntos la comisión que tenían hasta ahora. Hacienda, además, estudiará subir esta comisión hasta un punto (llegaría hasta 9,50%), según evolucione el mercado. El sector de estancieros ha protagonizado en las dos últimas semanas intentos de cierre para protestar por la caída de los precios y reclamar una mejora de su margen comercial. Ayer, el presidente de la Or-

ganización Nacional de Organizaciones de Estancieros (ONAE), Felipe Plaza, valoró la medida y pronosticó que se aprobarán más en los próximos meses.

También el Consejo de Ministros ha incluido a los quioscos de prensa que tengan autorización administrativa entre los establecimientos que pueden vender tabaco. Esta venta, en todo caso, deberá realizarse a través de máquinas expendedoras en el interior de los quioscos y la autorización no afecta a los que estén situados en los lugares en los que se prohíbe fumar. En España hay 115.000 quiosqueros.

Ahora la pelota está en el tejado de las empresas tabaquerías que deberán estudiar sus estrategias comerciales y decidir si repercuten la subida de impuestos al precio final con lo que ganarán más los expendedores.

ha conseguido es que se imponga el impuesto mínimo como ya hicieran antes otros países europeos. El impuesto mínimo fijado de 55 euros por 1.000 cajetilla se halla por debajo de la media europea. La fiscalidad global del tabaco en España (sumando los impuestos especiales y el IVA) se situaba antes de esta subida en el 74,7%, justo en la media europea. Fortuna, la marca más vendida, desde hoy tiene una fiscalidad total del 79,7% sobre el precio al público. Hasta ayer era de 76,5% del precio final.

La nueva subida fiscal del tabaco, la segunda en lo que va de año y la tercera en seis meses, busca asestar un golpe a las marcas baratas de tabaco. Estas marcas, a las que se han apuntado la mayoría de los fabricantes, siguen creciendo en el mercado y son criticadas abiertamente por las autoridades sanitarias. Las marcas de cigarrillos de bajo precio duplicaron sus ventas durante el pasado año, al pasar de 8,2 billones de unidades a 16,5 billones

Marcas baratas

En cuota sobre mercado total de cigarrillos pasaron desde el 8,8% de final de 2004 al 17,8% a final de 2005. Esta espiral de crecimiento casa poco con la gran campaña de concienciación de la Ley Antitabaco que el Gobierno ha puesto en marcha en enero pasado.

En el segmento de cigarrillos rubios el crecimiento de las marcas baratas ha sido espectacular hasta el punto de que a final de 2005 ya controlaban el 35% del mercado.

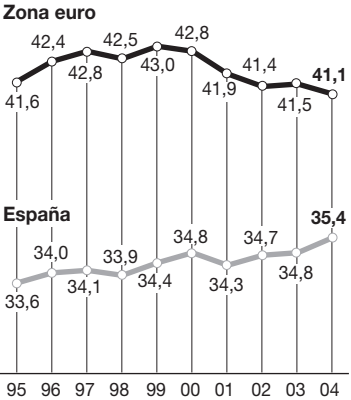
El mercado español de cigarrillos en 2005 ascendió a 93,1 billones de unidades, con un ligero descenso del 0,9% sobre final de 2004. El segmento de cigarrillos rubios ha logrado un crecimiento del 1,5% en el año, mientras que el de cigarrillos negros cayó el 16,3%.

En junio de 2005 y tras varios meses de estudio, Altadis se subió al carro de las marcas baratas que ya avanzaban a un gran ritmo. La empresa afirma que nunca ha estado cómoda en este segmento. Altadis ha defendido una fiscalidad de mínimos obligados para que los precios al público subieran. Altadis lanzó el Ducados Rubio en julio de 2006 a un precio de 1,35 euros y ha logrado una buena cuota en el mercado. Ahora está a 1,75 euros.

En esta línea, se sitúa el análisis que hace Philip Morris, que ha sido la principal impulsora de la guerra de las tabaquerías en España.

La presión fiscal

En % del PIB



Fuente: Eurostat

EL PAÍS

La presión fiscal creció seis décimas el primer año de Gobierno socialista

ANDREU MISSÉ, Bruselas
La presión fiscal en España en 2004 se situó en 35,4% del producto interior bruto (PIB), lo que significó un aumento de 0,6 puntos respecto al año anterior. La presión fiscal (que mide la recaudación total de los impuestos a la producción, importaciones, renta y patrimonio y las cotizaciones sociales en relación con el PIB) en España es, sin embargo, todavía muy inferior en más de cinco puntos a la de la Europa de los Veinticinco (40,7%) y a la de la Eurozona (41,1%), según los datos de la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat). En ambas zonas, no obstante, la presión fiscal en 2004 descendió en 0,2 y 0,4 puntos.

La presión fiscal española, la más baja de la zona euro con la excepción de Irlanda, registra un crecimiento sostenido desde 2001 en que estaba situada en el 34,3%. Los aumentos más significativos se han registrado en la recaudación de los impuestos que gravan la producción y las importaciones que han pasado del 11,9% del PIB en 2000 al 12,2% en 2004 y en las cotizaciones sociales que en el mismo periodo del 12% al 12,2%. Sin embargo, el aumento de la recaudación en los impuestos sobre la producción y las importaciones fue mucho más acusado en el periodo anterior al pasar del 10,7% en 1995 al 11,9% en 1999.

Fuentes del Ministerio de Economía y Hacienda precisaron ayer que "el incremento de la presión fiscal no es consecuencia de un aumento de los tipos impositivos sino de la actividad económica". "Los incrementos de recaudación fueron especialmente importantes en el IVA y en el impuesto de Sociedades", añadieron.

Entre el conjunto de los Estados miembros de la UE, las diferencias en el campo de la fiscalidad siguen siendo acusadas. Suecia (51,2%); Dinamarca (49,9%); Bélgica (47,4%); Finlandia (44,5%), y Austria (44,3) registran las tasas más elevadas de presión fiscal. Alemania e Italia, que se sitúan entre los países de fuerte presión fiscal, registraron una reducción significativa en 2004 al pasar de 41% a 40% y de 43% a 42,1%, respectivamente. Los países nórdicos como Dinamarca, (30%); Suecia (19,4%) y Finlandia (17,8%) son los que obtienen mayores ingresos por renta y patrimonio.