



Unidad de Prevención del Tabaquismo

Informe sobre la evolución de la política impositiva de las labores del tabaco y su impacto en los precios de venta al público

Fecha del informe: marzo de 2020

Índice

1. Introducción

2. Estructura de la política fiscal sobre las labores del tabaco

3. Impacto en las ventas y en el precio de los productos del tabaco

3.1. Periodo 2010-2014

3.2 Periodo 2015-2019

4. Conclusión



1. Introducción

En la actualidad, el tabaco representa la causa más frecuente de mortalidad prevenible en el mundo. Si las tendencias actuales siguen su curso, se estima que el tabaco matará a más de ocho millones de personas para el año 2030. Por ello, la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** adoptó en 2003 el **Convenio Marco para el Control del Tabaco** el cual se marca como objetivo principal el de reducir la prevalencia actual y dar la vuelta a esas previsiones actuales.

El Convenio incluye entre su articulado una serie de medidas entre las cuales podemos encontrar las relacionadas con los precios e impuestos. Así, su artículo 6 plasma la importante relación que existe entre consumo y precios del tabaco facilitando la reducción de la prevalencia especialmente en el sector de población joven. Por otro lado, reconociendo la competencia de los Estados en cuestiones fiscales apoya el uso de las políticas fiscales con estos objetivos. El texto del artículo es el siguiente:

Artículo 6

Medidas relacionadas con los precios e impuestos para reducir la demanda de tabaco.

1. Las Partes reconocen que las medidas relacionadas con los precios e impuestos son un medio eficaz e importante para que diversos sectores de la población, en particular los jóvenes, reduzcan su consumo de tabaco.

2. Sin perjuicio del derecho soberano de las Partes a decidir y establecer su propia política tributaria, cada Parte tendrá en cuenta sus objetivos nacionales de salud en lo referente al control del tabaco y adoptará o mantendrá, según proceda, medidas como las siguientes:

a) aplicar a los productos de tabaco políticas tributarias y, si corresponde, políticas de precios para contribuir al logro de los objetivos de salud tendentes a reducir el consumo de tabaco; y



b) prohibir o restringir, según proceda, la venta y/o la importación de productos de tabaco libres de impuestos y libres de derechos de aduana por los viajeros internacionales.

3. De conformidad con el artículo 21, en sus informes periódicos a la Conferencia de las Partes, éstas comunicarán las tasas impositivas aplicadas a los productos de tabaco y las tendencias del consumo de dichos productos.

En la misma línea, la OMS reconoce en su informe "**Raising Tax on Tobacco-What you need to know**"¹ el claro valor de las subidas de impuestos como medida de salud pública más efectiva en relación con el coste. Así, un incremento de precios del 33% tiene un coste 15 veces menor que otras medidas consiguiendo el mismo beneficio para la salud².

El informe de la OMS establece que un aumento de los precios de un 10% permitiría reducir en un 4% su consumo en países de rentas altas y en un 5% en los de rentas bajas y medias.

Como señalado anteriormente, esta medida es especialmente eficaz en la prevención del consumo entre los adolescentes y los grupos de población más desfavorecidos. Según un estudio de 2010³ un incremento del precio en un 10% reduciría el consumo en jóvenes de 14 años un 18%, una tasa tres veces mayor que lo que se conseguiría entre adultos.

Además, el documento "**The tobacco control Scale**"⁴ que evalúa la aplicación de las 6 medidas consideradas más eficaces para el control del tabaquismo en 36 países del entorno europeo otorga el mayor peso (30 puntos) a las políticas de aumento de impuestos del tabaco. Posteriormente, esto ha sido secundado por los expertos internacionales en control del tabaquismo y ha sido corroborado en la práctica en diferentes países, como por

¹ Raising Tax on Tobacco-What you need to know". OMS. 2014

<http://www.who.int/campaigns/no-tobacco-day/2014/brochure/en/>

² Disease Control Priorities in Developing Countries. The World Bank. 2006

<http://elibrary.worldbank.org/doi/book/10.1596/978-0-8213-6179-5>

³ Prices and Cigarette Demand: Evidence from Youth Tobacco Use in Developing Countries. NBER WP No. 15781.

<http://www.nber.org/papers/w15781>

⁴ The tobacco control Scale.

<https://www.tobaccocontrolscale.org/>



ejemplo Francia, con la aplicación de su conocido "*Plan Cáncer*" que consiguió en poco tiempo fuertes descensos de consumo en el país galo.

Continuando con la esfera internacional, la **Unión Europea** también ha enfatizado el papel importante que tiene la fiscalidad y los precios de las labores del tabaco en las políticas de salud pública. Dentro de los países de la Unión existían grandes diferencias en cuanto a su configuración lo cual desemboca en la gran disparidad de precios de venta al por menor. A través de las diferentes directivas europeas se ha tratado de paliar estas grandes diferencias en cuanto a los niveles de imposición y garantizar un nivel mínimo de armonización. Esto se ha conseguido en gran parte, pero el hecho de permanecer un importante margen de discrecionalidad en cuanto a la configuración global del impuesto, contribuye a la existencia de estas diferencias de precio.

La regulación europea se inició en 1992 y su última modificación es de 2011⁵. De manera resumida decir que establece que los cigarrillos fabricados en la UE y los importados de terceros países están sujetos a un impuesto especial proporcional ("ad valorem") calculado sobre el precio máximo de venta al por menor, comprendidos todos los tributos, así como a un impuesto especial específico calculado por unidad de producto. El tipo del impuesto especial proporcional y el importe del impuesto especial específico se aplicarán a todos los cigarrillos. La variedad de precios de venta al por menor se debe a la diferencia entre los precios de venta de los fabricantes.

Tras esto, decir que, en **España**, el precio del tabaco sigue siendo bajo en relación con los países de nuestro entorno, y en particular, muy bajo en determinados productos. Esto es más llamativo en el caso de las picaduras de liar, por lo que se había observado un traspaso de consumidores de cigarrillos manufacturados al de estas labores de tabaco. Sin embargo,

⁵ Council Directive 95/59/EC of 27 November 1995 on taxes other than turnover taxes which affect the consumption of manufactured tobacco.

Council Directive 2011/64/EU of 21 June 2011

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:176:0024:0036:EN:PDF>



durante los últimos años se han adoptado cambios legislativos que han mejorado esta situación al haberse alcanzado una tributación fiscal de las labores del tabaco más equilibrada.

Pasamos a analizar ahora la configuración del impuesto sobre el tabaco.

2. Estructura de la política fiscal sobre las labores del tabaco

En primer lugar, se hace necesario ofrecer primero algunas nociones básicas sobre conceptos impositivos y sus tipos para poder comprender mejor la estructura del impuesto, el cual se enmarca dentro de los impuestos especiales como el de otros productos como el alcohol o los hidrocarburos, y que es norma común en todos los países de la Unión Europea.

Así, la base imponible estará constituida por un lado por los *tipos "ad valorem"* que son aquellos tipos expresados como un porcentaje a aplicar sobre el dinero procedente de las ventas y que por tanto, está directamente influido por el precio. Se habla también en estos casos de alícuota. Es el sistema empleado en la generalidad de los impuestos sobre la renta o el patrimonio (IRPF, IPPF, ISD), así como en las más significativas figuras de la imposición sobre el consumo como la del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

En el extremo opuesto tenemos los *tipos específicos*, consistentes en una cantidad fijada como base por rentas de producto con independencia de su precio. En general, los tipos específicos se recogen como x€/1000 cigarrillos. Esta es la técnica empleada en la mayoría de los impuestos especiales.

La propia ley emplea la denominación de tipos específicos cuando quiere diferenciarlos de los porcentajes o tipos ad valorem. En el caso que nos ocupa, sobre las labores del tabaco, además del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) se conjugan las dos clases de tipos de



gravamen que hemos visto anteriormente (una tasa porcentual sobre el precio “tipo ad valorem” o elemento proporcional y una cantidad concreta por cada producto – “tipo específico” o componente lineal).

Dentro de los impuestos del tabaco, se considera que los impuestos específicos tienen más capacidad para reducir el consumo de tabaco, en particular si se ajustan al ritmo de la inflación. Por otra parte, los impuestos ad valorem aseguran mayores ingresos si la industria aumenta el precio de sus productos. Sin embargo, en los países con grandes diferenciales en los precios de los productos de tabaco consumidos, el aumento de los impuestos ad valorem básicamente puede proporcionar un incentivo a los fumadores para que pasen a consumir productos más baratos.

En España tiene un mayor peso proporcional el impuesto ad valorem mientras que la OMS aconseja que el mayor peso recaiga sobre el impuesto específico.

La ventaja del impuesto ad valorem es que cambia paralelamente a la inflación. El resultado es que el precio de los productos y los ingresos por impuestos sobre el tabaco se modifican junto con la inflación. Su desventaja es que resulta vulnerable a las estrategias económicas del mercado. Los fabricantes pueden disminuir la base imponible al abaratar sus productos (por ejemplo, disminuyendo la calidad, reduciendo los márgenes de los minoristas u otras técnicas), lo cual puede conllevar consecuencias negativas en los ingresos del Estado.

La ventaja del impuesto específico es que resulta más complicado de evadir en comparación con el impuesto ad valorem y al ser independiente del precio favorecen la eliminación de los productos de precio más bajo. Esto hace a la recaudación de impuestos mucho menos dependiente de las decisiones de la industria. Tal gravamen presenta el inconveniente, inexistente en el impuesto ad valorem, de que los beneficios asociados no cambiarían al ritmo de los precios. Para evitar este efecto, puede ajustarse periódicamente el gravamen específico según los cambios en el índice de precios.



Por último, las leyes sobre impuestos del tabaco pueden incluir un impuesto mínimo, en la misma línea que el impuesto específico, de forma que si la suma del impuesto ad valorem y del específico para un determinado producto se sitúa por debajo del nivel fijado, el valor impositivo sería el de este impuesto mínimo. Un paso más en esta imposición mínima se introdujo mediante la Ley 16/2012, de 27 de diciembre, al establecer un novedoso sistema de “doble impuesto mínimo” para cigarrillos y cigarrillos, cigarrillos y picadura de liar. Su objetivo es el de elevar el precio de las marcas más baratas del mercado disminuyendo la accesibilidad de tales productos a las rentas más bajas. En este sentido, se había detectado que ciertas marcas escapaban de los límites marcados por el impuesto mínimo tal y como estaba configurado inicialmente y a través de esta modificación se pretendía solucionar esta deficiencia.

En cuanto al resto de labores del tabaco se extendió el sistema de imposición mínima a estas mediante el Real Decreto-ley 7/2013, de 28 de junio, incluyendo de esta manera la picadura de pipa, que anteriormente estaba exenta, y con el objetivo de evitar el trasvase de consumidores.

Posteriormente, se publicó el **informe de la Comisión de Expertos**, nombrada por Acuerdo de 5 julio de 2013, **para la reforma del sistema tributario**⁶. En el informe, analiza la configuración actual del impuesto en España y aporta la siguiente información:

- España cuenta con una accisa relativa (componente específico más ad valorem) del 62,92% del precio medio ponderado situándose en una posición intermedia en relación con el resto de países de la UE (puesto 12 de 28, ordenados de mayor a menor imposición).
- Esta situación intermedia se mantiene cuando, además de los impuestos especiales, se toma en consideración el IVA (80,28% del precio final; posición 15 de 27 países).

⁶ Informe de la comisión de expertos para la reforma del sistema tributario español. Marzo 2014.
http://www.minhap.gob.es/es-es/prensa/en%20portada/2014/Paginas/20140313_CE.aspx



- El tipo mínimo establecido en España (128,65 euros por cada 1000 cigarrillos) es el octavo más elevado de la Unión Europea.
- El componente específico sigue teniendo un peso muy reducido en la imposición total (14,94% del total de específico, más ad valorem, más IVA; el quinto más bajo de los 28 países de la UE). En el caso de la picadura para liar, el componente específico en España (22 euros por kilogramo) es también significativamente más bajo que en la media de la UE.

Ofrecemos a continuación el cuadro comparativo de la estructura fiscal del impuesto sobre el tabaco tal y como ha sido configurado durante los últimos años a través de las sucesivas reformas de la Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales⁷. (Ver Tabla 1).

⁷ Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales. Texto consolidado <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28741&p=20181006&tn=1#cviii>

Tabla 1. Evolución de los impuestos sobre las labores del tabaco

Labores del tabaco	R.D-Ley 12/1996, de 26 de julio	R.D-Ley 1/2006 de 20 de enero	R.D -Ley 2/2006 de 10 de feb.	R.D-Ley 8/2009 de 12 de junio	R.D-Ley 13/2010 de 3 de diciembre	R.D-Ley 12/2012 de 30 de marzo	R.D Ley 20/2012 de 13 de julio	Ley 16/2012 de 27 de diciembre	R.D. Ley 7/2013, de 28 de junio	Real Decreto-ley 3/2016, de 2 de diciembre,
Cigarros y cigarrillos (epígrafe 1)	12,5%	13%	13,5%	14,5%	15,8%	15,8%	15,8%	15,8%	15,8%	15,8%
								34€ por 1.000 ud ¹ 36,5€ por 1.000 ud ¹ .	41,5€ por 1.000 ud ⁵ .	41,5€ por 1.000 ud ⁵ .
									44,5€ por 1.000 ud ⁵ .	44,5€ por 1.000 ud ⁵ .
Cigarrillos (epígrafe 2) Tipo proporcional	54%	55,95%	57%	57%	57%	55%	53,1%	53,1%	51%	51%
Cigarrillos (epígrafe 2) Tipo específico	500 pts por 1000 cigarrillos	6,20 € por 1000 cigarrillos	8,20 € por 1000 cigarrillos	10,2 € por 1.000 cigarrillos	12,7 € por 1.000 cigarrillos	19€ por 1.000 cigarrillos	19,1€ por 1.000 cigarrillos	19,1€ por 1.000 cigarrillos	24,1€ por 1.000 cigarrillos	24,7€ por 1.000 cigarrillos
Cigarrillos Impuesto mínimo			55 € por 1000 cigarrillos ¹	70 € por 1000 cigarrillos ¹	91,3 € por 1000 cigarrillos ¹	116,9 € por 1.000 cigarrillos ¹	119,1 € por 1.000 cigarrillos ²	123,97 € por 1.000 cig ³ 132,97 € por 1.000 cig ^{3*}	128,65 € por 1.000 cig ⁷	131,5 € por 1.000 cig ⁷
									138 € por 1.000 cig ⁷	141 € por 1.000 cig ⁷
Picadura para liar (epíg 3) Tipo proporcional	37,5%	40,00%	41,5%	41,5%	41,5%	41,5%	41,5%	41,5%	41,5%	41,5%
Picadura para liar (epíg 3) Tipo específico				6 € por kilogramo	8 € por kilogramo	8 € por kilogramo	8 € por kilogramo	8 € por kilogramo	22€ por kilogramo	23,5€ por kilogramo
Picadura para liar Impuesto mínimo					50 € por kilogramo ²	75 € por kilogramo ²	80 € por kilogramo ³	85 € por kilogramo ⁴ 92 € por kilogramo ⁴	96,5 € por kilogramo ⁸	98,75€ por kilogramo ⁸
									100,5€ por kilogramo ⁸	102,75€ por kilogramo ⁸
Demás labores del tabaco (epíg. 4)	22,5%	24%	25%	26%	28,4%	28,4%	28,4%	28,4%	28,4%	28,4%
									22€ por kg ⁶	22€ por kg ⁶

- **1. Tipo único que se aplica cuando la cuota que resultaría de la aplicación del tipo porcentual del epígrafe 1 sea inferior a la cuantía del tipo único.**
- **2. El importe del impuesto se incrementará hasta 36,5 euros cuando a los cigarros y cigarrillos se les determine un precio de venta al público inferior a 205 euros por cada 1.000 unidades.**
- **3. Tipo único que se aplica cuando la suma de las cuotas que resultarían de la aplicación de los tipos del epígrafe 2 sea inferior a la cuantía del tipo único establecido en este epígrafe. El importe del impuesto se incrementará hasta 132,97 euros cuando a los cigarrillos se les determine un precio de venta al público inferior a 188,50 euros por cada 1.000 cigarrillos**
- **4. Tipo único que se aplica cuando la suma de las cuotas que resultarían de la aplicación de los tipos del epígrafe 3 sea inferior a la cuantía del tipo único establecido en este epígrafe. El importe del impuesto se incrementará hasta 92 euros cuando a la picadura para liar se le determine un precio de venta al público inferior a 138 euros por kilogramo.**
- **5. El importe del impuesto no puede ser inferior al tipo único de 41,5 euros por cada 1.000 unidades, y se incrementará hasta 44,5 euros cuando a los cigarros y cigarrillos se les determine un precio de venta al público inferior a 215 euros por cada 1.000 unidades.**
- **6. Las demás labores del tabaco estarán gravadas al tipo único de 22 euros por kilogramo cuando la cuota que resultaría de la aplicación del tipo establecido en el párrafo anterior sea inferior a la cuantía de este tipo único.**
- **7. El importe del impuesto no puede ser inferior al tipo único de 128,65 euros por cada 1.000 cigarrillos, y se incrementará hasta 138 euros cuando a los cigarrillos se les determine un precio de venta al público inferior a 196 euros por cada 1.000 cigarrillos.**
- **8. El importe del impuesto no puede ser inferior al tipo único de 96,5 euros por cada kilogramo, y se incrementará hasta 100,5 euros cuando a la picadura para liar se le determine un precio de venta al público inferior a 165 euros por kilogramo.**



Por su parte, el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco y la mayoría de los Estados son partidarios de dar un mayor peso al impuesto específico frente al ad valorem debido a su elevada eficiencia a la hora de asegurar ingresos presupuestarios. Además, es más previsible a la hora de garantizar la recaudación estatal y protegerla frente a posibles guerras de precios de las empresas tabaqueras. Como señalado anteriormente, el impuesto ad valorem tiene la ventaja de ajustarse automáticamente según la inflación y además, reduce el margen de beneficios de la industria. Por otro lado, cabe decir que este tipo de configuración suele ser promovida por países que tengan una industria tabaquera de menor implantación y que cuenten con producción nacional de cultivos de tabaco de bajo precio ya que ofrece una mayor protección frente a la baja calidad de sus cultivos.

Si bien cada sistema impositivo tiene sus ventajas y desventajas tal y como hemos señalado, la mejor respuesta debe ser la de optar por un sistema equilibrado en el que los diferentes impuestos que gravan las labores del tabaco tengan su adecuado peso e importancia sin que se produzcan grandes diferencias entre uno y otro u optar en exclusiva por un determinado sistema. Solo de esta manera podemos evitar que existan grandes fluctuaciones del precio de venta, o que existan en el mercado varios rangos de productos ofreciéndose labores de bajo coste y otras de precio más elevado. Es necesario tender a una cierta uniformidad entre todos los productos del tabaco lo cual se consigue con un sistema impositivo equilibrado. Sólo esto garantiza que las empresas del sector tengan un menor margen de actuación en cuanto a tácticas comerciales o guerras de precios.

Estas consideraciones están en línea con el informe de la Comisión de Expertos para la reforma del Sistema Tributario anteriormente citado y en el que se justifica seguir aumentando el peso del componente específico frente al ad valorem manteniendo el camino de la reforma realizada en junio de 2013.

También se defiende seguir equilibrando la imposición sobre los diferentes productos del tabaco. Así, el informe establece lo siguiente:



- “El peso relativo de la imposición sobre los distintos tipos de tabaco puede producir efectos de sustitución en el consumo. La igualación relativa que se ha producido en los últimos años entre la imposición de los cigarrillos y la picadura de liar era deseable para evitar el fenómeno de trasvase que se estaba produciendo en el consumo. En todo caso, teniendo en cuenta que para liar un cigarrillo se necesitan entre 0,625 y 0,75 gramos de picadura, un tratamiento fiscal equivalente entre las dos variedades requeriría que un kilo de picadura soportase al menos la misma carga que 1.333 cigarrillos, esto es 171,5 euros”.
- “En la actualidad, el tipo único mínimo de la picadura para liar es de 96,5 euros por kilogramo, por lo que existiría abundante margen para seguir eliminando esta asimetría, lo que evitaría el desplazamiento de la demanda hacia la picadura de liar, especialmente entre los fumadores de menor poder adquisitivo y, en particular, entre los jóvenes”.

La Comisión de expertos aporta dos propuestas específicas en materia de tabaco:

Propuesta núm. 83:

“En la imposición sobre el tabaco debería revisarse periódicamente el impuesto específico y el valor mínimo de imposición, de forma que se mantenga el peso de la accisa sobre el precio de consumo”.

Propuesta núm. 84:

“Debería continuarse la política de igualar la imposición de las labores del tabaco distintas de los cigarrillos a la imposición de estos últimos, para evitar trasvases en el consumo”.



3. Impacto en las ventas y en el precio de los productos del tabaco

- **3.1. Periodo 2010-2014**

El periodo de tiempo comprendido entre 2010 y 2014 fue convulso y estuvo marcado con importantes cambios, tanto a nivel de actividad de las empresas del sector como en la política fiscal en reacción a la misma. Así, en el primer aspecto, cabe citar la circunstancia de tácticas comerciales o “*guerras de precios*” vivida en España durante los meses de mayo y junio de 2011 en donde se observaron importantes bajadas de precio. Esto provocó la respuesta de las autoridades de ordenación fiscal, especialmente en el año 2012, con hasta 3 reformas diferentes en un periodo corto de tiempo (Ver Tabla 1).

Tras la reforma fiscal adoptada en 2012 y que consiguió aumentar el precio final de los productos del tabaco, subida media de 40 céntimos en diciembre, las principales empresas del sector iniciaron una serie de bajadas en cadena del precio de sus marcas en función de los movimientos estratégicos de sus competidores. Esta situación volvió a la normalidad posteriormente, observándose mayor estabilidad en el PVP desde la segunda mitad de 2013 hasta mediados de 2014.

Cabe mencionar aquí el concepto económico de “*elasticidad precio de la demanda*” (EPD), el cual muestra el grado de respuesta, o elasticidad, de la cantidad demandada de un bien o servicio a los cambios en el precio de dicho bien o servicio. Esta variable nos ofrece el cambio porcentual de la cantidad demandada en relación a un cambio porcentual en el precio, considerando que el resto de determinantes de la demanda, como la renta, permanecen constantes. Como ejemplo cabe decir que si un producto tiene una EPD de -0,4 esto significaría que un aumento del 10% en el precio provocaría una caída en el consumo del 4% con respecto a su nivel de precio. En el caso de los productos del tabaco y según los estudios disponibles⁸, la EPD total (aquella que tiene en cuenta la prevalencia

⁸ Reducing Tobacco Use and Secondhand Smoke Exposure: Interventions to Increase the Unit Price for Tobacco Products. Community Preventive Services Task Force (CPSTF)
<https://www.thecommunityguide.org/sites/default/files/assets/Tobacco-Increasing-Unit-Price.pdf>



y la cantidad consumida de manera conjunta) es de -0,37 para los adultos y de -0,74 para la población joven.

Como ejemplo se presenta en el siguiente cuadro (Tabla 2) la evolución que experimentaron en este periodo los precios de venta al por menor de las 4 marcas de cigarrillos seleccionadas por su importancia y representatividad. Así, en primer lugar se analizan las modificaciones en el precio de la cajetilla de “*Marlboro Red*” por ser esta la marca de referencia a nivel internacional en cuanto a las diferentes comparativas de precios entre países en los estudios científicos de control de tabaquismo y coincidiendo esto con ser el de mayor ventas en nuestro país⁹. Junto a esta marca se han seleccionado las marcas “*Fortuna*” y “*Ducados*” por su especial implantación y presencia histórica en el mercado nacional y su popularidad entre las personas fumadoras. El primero de ellos es un tabaco de tipo rubio similar a Marlboro mientras que el segundo de ellos es el principal en ventas de tabaco negro, muy popular en España. Por último, se incluye también los precios de la marca “*Winston*” por ser en aquel momento la segunda marca más vendida en España (en 2019 es la tercera después de Camel).

⁹ Datos del Ranking por marcas elaborado por el Comisionado para el Mercado de Tabacos
<https://www.hacienda.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/CMTabacos/Paginas/Default.aspx>



Tabla 2. Evolución del precio de las principales marcas de tabaco vendidas en España. Mayo de 2011-junio de 2014.

Marca/ mes	05/2011	06/2011	07-08/ 2011	09/2011	04-08/ 2012	12/ 2012	01/ 2013	07/ 2013	06/ 2014
Marlboro Red	4,00	3,85	7 de julio 4,00	S/C	4 de Abril 4,50	S/C	4,65	4,75	S/C
			31 de agosto 4,25						
Fortuna Rojo	9 de mayo 3,85	S/C	1 de julio 3,70	3,85	9 de abril 4,10	4,30	4,25	4,35	S/C
	19 mayo 3,70		19 de julio 3,60		31 de agosto 4,40				
	31 mayo 3,50								
Ducados Azul/Bla nco	9 de mayo 3,95	3,60	1 de julio 3,80	3,95	9 de abril 4,20	4,40	4,35	4,45	S/C
	19 mayo 3,85		19 de julio 3,70						
	31 mayo 3,70								
Winston Redvolu tion	S/C	2 de junio 3,40	3,50	3,75	11 de abril 4	S/C	4,10	4,20	S/C
		15 de junio 3,30			26 de abril 3,95				

S/C: Sin cambios en estas marcas.

Tal y como se aprecia en el cuadro, la situación pudo normalizarse tras un primer semestre convulso y en septiembre de 2011 los precios recuperaron sus niveles anteriores. Además, como resultado de la modificación de la normativa realizada en marzo de 2012 se produjo un claro aumento en el precio de las cajetillas de cigarrillos durante el mes de abril. Por último, se observan los cambios producidos a través de las modificaciones fiscales de julio de 2012 y diciembre de 2012 aunque la primera de ellas tardó en trasladarse a los precios de venta al por menor.



Todos los fabricantes de cigarrillos trasladaron los cambios fiscales de junio de 2013 al PVP habiendo subido éste un total de 10 céntimos de euro en todas las marcas seleccionadas.

Por otro lado, y aunque los cigarrillos siguen siendo con diferencia el producto de tabaco líder, el consumo de otros productos diferentes a estos se incrementó durante este periodo distanciándose de la situación anterior en la cual las ventas de este tipo de productos eran muy reducidas y de escasa importancia en comparación con el canal principal representado por los cigarrillos. (Ver gráfico 2). Esta circunstancia es la que ha marcado que haya existido una menor atención hacia las adaptaciones impositivas de estos productos a las nuevas circunstancias siendo poco variable y menos complejo.

En cuanto a los datos de ventas del periodo marcado podemos decir, respecto a la comparativa entre los dos años centrales y con más cambios (2012-2013), lo siguiente:

- **Cigarrillos:** durante el año 2013 se produjo una reducción importante de las ventas de cigarrillos. Así, el total de cajetillas vendidas fue de 2.375 millones lo que supone un 11,1% menos respecto a la cifra de 2.671 millones de cajetillas alcanzada en el año 2012. En número de cajetillas la caída fue cercana a los 300 millones.
- **Cigarros:** Se mantuvo la tendencia de aumento de ventas iniciada en años anteriores. Así, el aumento anual fue de un 4,8% (106.507.382 unidades más).
- **Picadura para liar:** En 2013 se observó un aumento de las ventas acumuladas respecto al año anterior de un 6,3% (409.948 kilogramos más).
- **Picadura de pipa:** El consumo de picadura de pipa experimentó un fuerte descenso del 39,7% con un total de 351.152 kilogramos menos vendidos en 2013.

El análisis de las diferentes estructuras impositivas de cigarros y cigarrillos, picadura para liar y demás labores del tabaco se muestra en la tabla relativa a la evaluación de los impuestos ofrecida anteriormente (Tabla 1).



Siguiendo los datos del Ranking por marcas elaborado por el Comisionado para el Mercado de Tabacos ofrecemos a continuación dos tablas sobre las ventas y precios de cigarros (Tablas 3 y 4) y de picadura de liar (Tablas 5 y 6).

Tabla 3. Ranking de ventas de cigarros. Acumulado anual

	31-diciembre-2013		31-diciembre-2012	
Puesto	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje
1º	292.782.060 (Braniff)	12,568%	317.950.940 (Coburn)	14,302%
2º	280.354.581 (Coburn)	12,035%	313.365.280 (Braniff)	14,096%



Tabla 4. Precio marcas seleccionadas de cigarrros*.

Febrero de 2011-junio de 2014.

Marca/mes	02/ 2011	04/ 2011	05/ 2011	02/ 2012	07/ 2012	12/ 2012	07/ 2013	06/ 2014
Coburn Capa Natural Blue/Red (el envase de 20)	S/C	1,85	1,00 (Capa Natural Red)	2,20	19 de julio 2,65	2,60	2,85	S/C
					31 de julio 2,40			
Farias Superiores 25	1,20	S/C	S/C	S/C	19 de julio 1.25	S/C	S/C	S/C

S/C: Sin cambios en estas marcas. * Selección de la marca más vendida y la más popular en 2011. Se mantiene la selección por cuestiones de referencia.

Tabla 5. Ranking de ventas de picadura de liar. Acumulado anual.

Puesto	31-diciembre-2013		31-diciembre-2012	
	Kilogramos	Porcentaje	Kilogramos	Porcentaje
1º	911.171 (Ducados Rubio)	13,149%	1.394.658 (Ducados)	21,391%
2º	710.540 (Pueblo)	10,253%	680.597 (Pueblo)	10,439%



Tabla 6. Precio marcas seleccionadas de picadura de liar *.

Mayo de 2011-junio de 2014.

Marca/mes	05/ 2011	01/ 2012	02/ 2012	05/ 2012	07/ 2012	08/ 2012	12/ 2012	07/ 2013	02/ 2014	06/ 2014
Ducados Rolling (30 g)	3,65		3,85	S/C	3,95		4,40	4,95	S/C	S/C
Rubio para Liar o Entubar (80 g)*	9,75	10,25	S/C	9,95	10,45	10,75	11,70	S/C	11,55	S/C
Pueblo Burley Blend (30 g)	S/C	S/C	S/C	S/C	4,15		4,40	4,95	S/C	S/C
Fine Cut (100 g)	S/C	S/C	S/C	S/C	13,20	13,50	14,25	16,35	S/C	S/C

* Selección de la marca más vendida y la más popular en 2011. Se mantiene la selección por cuestiones de referencia.

*Denominado como "Ducados Rubio 142 c para Liar o Entubar (80 g)" hasta 2011, posteriormente ha sido denominado como "Ducados Rubio 160 c para Liar o Entubar (80 g)" hasta mediados de 2013. En la actualidad, Ducados Rubio 140 c para liar/entubar (70 g). S/C: Sin cambios en estas marcas.



- **3.2. Periodo 2015-actualidad**

En contraste con lo anterior, el periodo en el que nos encontramos actualmente ha estado marcado por una clara estabilidad en el ámbito fiscal, con una única modificación llevada a cabo en todo el periodo, es decir, la de finales del año 2016, a través del “*Real Decreto-ley 3/2016, de 2 de diciembre por el que se adoptan medidas en el ámbito tributario dirigidas a la consolidación de las finanzas públicas y otras medidas urgentes en materia social*”. Como aspectos a destacar de esta reforma respecto a la normativa anterior cabe decir lo siguiente:

- Cigarros y cigarrillos
 - Sin cambios.
- Cigarrillos:
 - Subida del tipo específico pasando de 24,1€ por 1.000 cigarrillos a 24,7€.
 - Subida del impuesto mínimo, pasando de 128,65 € por 1.000 cigarrillos a 131,5 o bien de 138€ a 141€ según aplicable. (Ver Tabla 1)
- Picadura para liar:
 - Subida del tipo específico pasando de 22€ por kilogramo a 23,5€.
 - Subida del impuesto mínimo, pasando de 96,5 € por kilogramo a 98,75€ o bien de 100,5€ a 102,75€ según aplicable. (Ver Tabla 1)
- Demás labores del tabaco:
 - Sin cambios.

El resultado final de esta configuración trasladada al precio de venta al público que actualmente se da en el mercado nacional puede verse a través de la siguiente tabla.



Tabla 7. Precio de las principales marcas de cigarrillos y picadura de liar vendidas en España. Marzo de 2020.

Marca	Cigarrillos €	Marca	Picadura de liar €
<i>Marlboro Red</i>	5	<i>Pueblo Blue (30 g)</i>	5,2
<i>Camel</i>	4,7	<i>Winston Picadura de Liar (30g)</i>	5.2
<i>Winston Classic</i>	4,6	<i>Flandria English Virginia/Negro (30 g)</i>	5,20
<i>Chesterfield</i>	4,7	<i>Marlboro (30g)</i>	5,2
<i>Fortuna Azul</i>	4,6	<i>Ducados Rubio Bote (30 g)</i>	5

Por su parte, en el ámbito de la normativa sanitaria, cabe citar la trasposición tardía, durante el año 2017, de la Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de abril de 2014, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de fabricación, presentación y venta de los productos del tabaco y de los productos relacionados.

En cambio, ese retraso normativo y la estabilidad experimentada en el ámbito fiscal, no se observó en cuanto a la gran actividad del sector empresarial, destacando la aparición de los productos de tabaco novedosos y emergentes. Así, en este periodo España vivió un auge repentino de la comercialización de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina (DSLN), con apertura de numerosos puntos de venta en tiendas físicas y a través de Internet. Posteriormente, el mercado se fue reconfigurando y tras el periodo de transición inicial nos encontramos actualmente con un mercado bastante diferente al de años anteriores en el que debemos hacer frente a los nuevos retos que suponen para el ámbito impositivo los productos de tabaco calentado, o el trato diferenciado de este y de los DSLN respecto a productos clásicos como los cigarrillos, la picadura de liar o los puros.



En cuanto a estas nuevas realidades, cabe mencionar aquí uno de los primeros estudios al respecto, llevado a cabo por parte de la Unidad de Prevención del Tabaquismo de este Departamento. Así, bajo el título *“Productos de Tabaco por Calentamiento: Consideraciones de tipo sanitario y legal”*¹⁰, podemos obtener mayor información sobre su consideración fiscal así como obtener datos de ventas y sus patrones de uso.

Por último, y como consideraciones a tener en cuenta actualmente respecto a los cambios que deben adoptarse en política fiscal, cabe citar la *“Declaración de Madrid-2018: Por la salud y para el avance de la regulación del tabaco en España”*, en el cual, las diferentes entidades que lo componen han llevado a cabo la siguiente solicitud en el ámbito de la política fiscal:

“Según la evidencia científica disponible, estas son las principales medidas que los poderes públicos deberían adoptar en España:

1) relacionadas con el artículo 6 del Convenio Marco del Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud de 2003 (CMCT):

- equiparar al alza la fiscalidad de todos los productos del tabaco;*
- equiparar la fiscalidad también a los productos relacionados con el tabaco que contengan nicotina y a los productos novedosos del tabaco;*
- incrementar la presión fiscal de todos los productos de tabaco, haciéndola similar a la de los países más desarrollados de nuestro entorno, con el fin de disminuir su accesibilidad a las poblaciones más vulnerables, sobre todo a los menores de edad;”*

¹⁰http://www.msbs.gob.es/ciudadanos/proteccionSalud/tabaco/docs/Informe_productos_tabaco_calentado.pdf



4. Conclusión

Como señalado en la introducción, las variaciones en el precio del tabaco tienen una serie de repercusiones y tienen el poder de producir cambios en los patrones de consumo de las personas fumadoras. Bien sea mediante una reducción de su consumo o un cese total junto al cambio de una marca a otra en función del precio o de un tipo de tabaco a otro.

La política fiscal tiene una elevada incidencia en el mercado. Así, tras los fuertes cambios experimentados en el periodo de 2010 a 2014, nos encontramos actualmente ante una fase de estabilidad en las ventas y en los precios de las labores de tabaco, al haberse mantenido la política fiscal sin cambios desde 2016.

La falta de adaptación y actualización continua de la política fiscal compromete de manera grave su efectividad y razón de ser. En este sentido, cabe recordar las implicaciones de tipo sanitario que el impuesto especial sobre las labores del tabaco tiene, siendo esta una de sus partes más relevantes, y no sólo un mero generador de ingresos para las arcas públicas. Así, resulta necesario adoptar cambios automáticos en los componentes del impuesto para conseguir un balance entre los mismos que permita alcanzar objetivos de salud pública y obtener unos claros y evidentes resultados en la salud individual de los ciudadanos ya que sólo de esta manera es posible:

- Ofrecer una adecuada protección pública a las personas fumadoras.
- Minimizar el impacto del consumo de tabaco al fomentar su cese.
- Obtener beneficios para la sociedad en general y para sus personas allegadas.

Por el contrario, mantener una política fiscal obsoleta supone una clara pérdida de oportunidad al no desincentivar el consumo, provocando una clara carga de morbi-mortalidad evitable.

En cuanto a las dos propuestas de la Comisión de expertos señaladas anteriormente, podemos concluir que estas no se están cumpliendo plenamente. Así, la número 83 relativa a la revisión periódica del impuesto específico y del valor mínimo de imposición, se encuentra paralizada tras 3 años sin cambios en la normativa. Por otro lado, en cuanto a la



número 84 tendente a evitar trasvases de consumo, y atendiendo a la comparativa de datos de ventas de productos de tabaco en los 5 últimos años, cabe decir que esta se ha cumplido solo de manera parcial, ya que podemos observar que la bajada experimentada en la picadura de liar ha sido trasladada a la subida experimentada en la picadura de pipa.

Por tanto, debemos adoptar políticas decididas y con continuidad en el tiempo, evitando medidas puntuales que respondan a intereses momentáneos. En este sentido, y siguiendo la recomendación de los expertos en la materia, habría que aplicar un escalador automático que ajustase el valor del impuesto por encima de la inflación. Un claro ejemplo de buenas prácticas a nivel internacional sería el contemplado en Reino Unido, donde se aplica un incremento sobre todos los productos del tabaco igual a la tasa de incremento en el Índice de Precios al Consumo aumentada en 2 puntos porcentuales. De manera complementaria, y para evitar trasvases de consumo, Reino Unido aplica además un incremento específico de entre el 1% y el 3% para la picadura de liar¹¹.

Por último, deberá prestarse atención a la nueva realidad del mercado, mediante la innovación que supone la comercialización de nuevos productos mixtos o emergentes según las tácticas comerciales de las empresas del sector y a los cuales la política fiscal no se encuentra convenientemente adaptada.

¹¹ Policy paper. Tobacco products duty rates. Published 22 November 2017
<https://www.gov.uk/government/publications/tobacco-products-duty-rates/tobacco-products-duty-rates>



Anexo I. Evolución de ventas de productos de tabaco por tipos y cuota de mercado en España.

Tabla 1. Ventas de productos de tabaco por unidad de venta. Años 1999-2019

	Cigarrillos (cajetilla, 20)	Cigarros (unidades)	Picadura de liar (en Kg.)	Picadura de pipa (en Kg.)
1999	4.293.029.000	959.472.000	883.592	139.288
2000	4.376.085.000	1.076.365.000	1.040.369	145.666
2001	4.496.065.000	1.135.369.000	1.510.326	143.161
2002	4.530.781.000	1.060.191.000	1.450.492	144.983
2003	4.616.664.000	1.062.958.000	1.773.791	146.976
2004	4.663.050.000	1.136.970.000	2.228.239	150.279
2005	4.634.976.821	1.118.949.838	2.734.757	139.821
2006	4.504.878.829	1.035.489.728	2.598.024	131.181
2007	4.455.138.251	1.102.492.737	3.044.172	141.198
2008	4.514.441.352	1.128.719.060	4.131.748	157.234
2009	4.067.825.494	1.177.662.604	5.476.524	196.833
2010	3.621.537.558	1.535.600.067	5.399.853	376.311
2011	3.015.433.443	1.879.961.508	5.053.787	1.402.335
2012	2.671.732.736	2.223.120.655	6.519.834	883.806
2013	2.375.413.227	2.329.586.398	6.929.780	532.652
2014	2.339.948.159	2.302.566.576	6.219.190	685.265
2015	2.325.042.311	2.286.042.514	6.100.372	693.053
2016	2.323.450.270	2.201.469.897	5.917.874	688.669
2017	2.237.286.405	2.123.398.320	5.702.303	788.720
2018	2.231.204.734	2.073.218.516	5.812.746	921.335
2019	2.242.955.171	2.011.956.935	6.012.356	1.290.006

Cigarrillos: cajetillas de 20 unidades

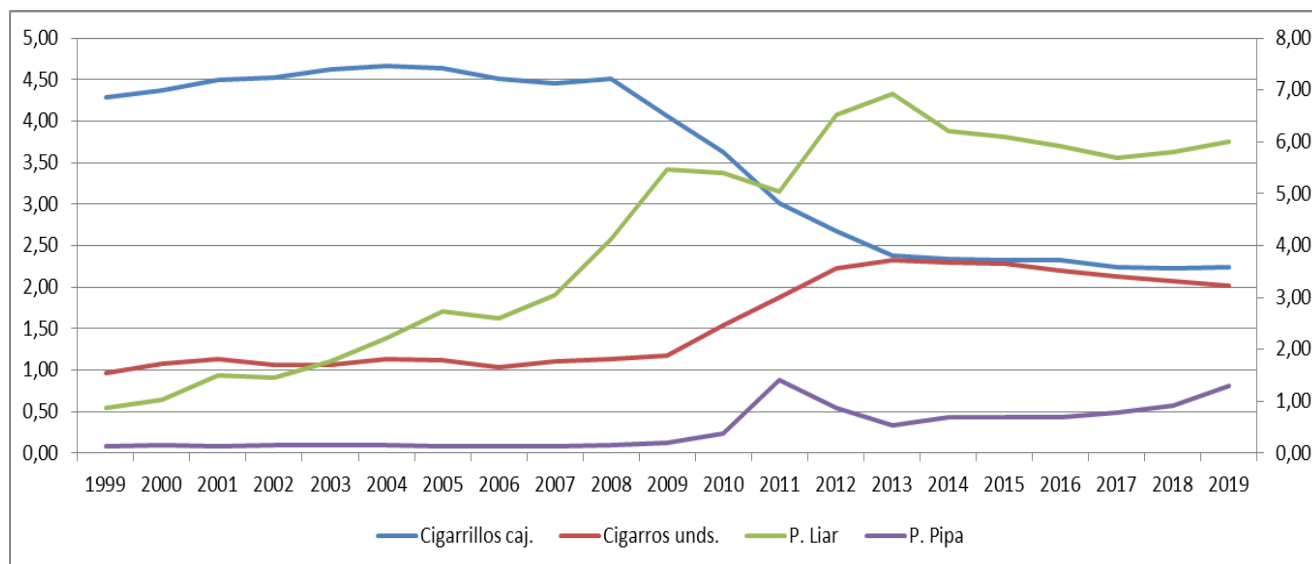
Cigarros: unidades

Picadura para liar y de pipa: En el año 2008 se produjo un cambio en la recogida de los datos pasando de ser por kilogramos en lugar de por bolsas. Datos desde 2008 hasta 2013 facilitados por el Comisionado para el Mercado de Tabacos. Los datos de los años anteriores han sido calculados a partir de la equivalencia proporcionada por el Comisionado en 2008.

Fuente: Comisionado para el Mercado de Tabacos

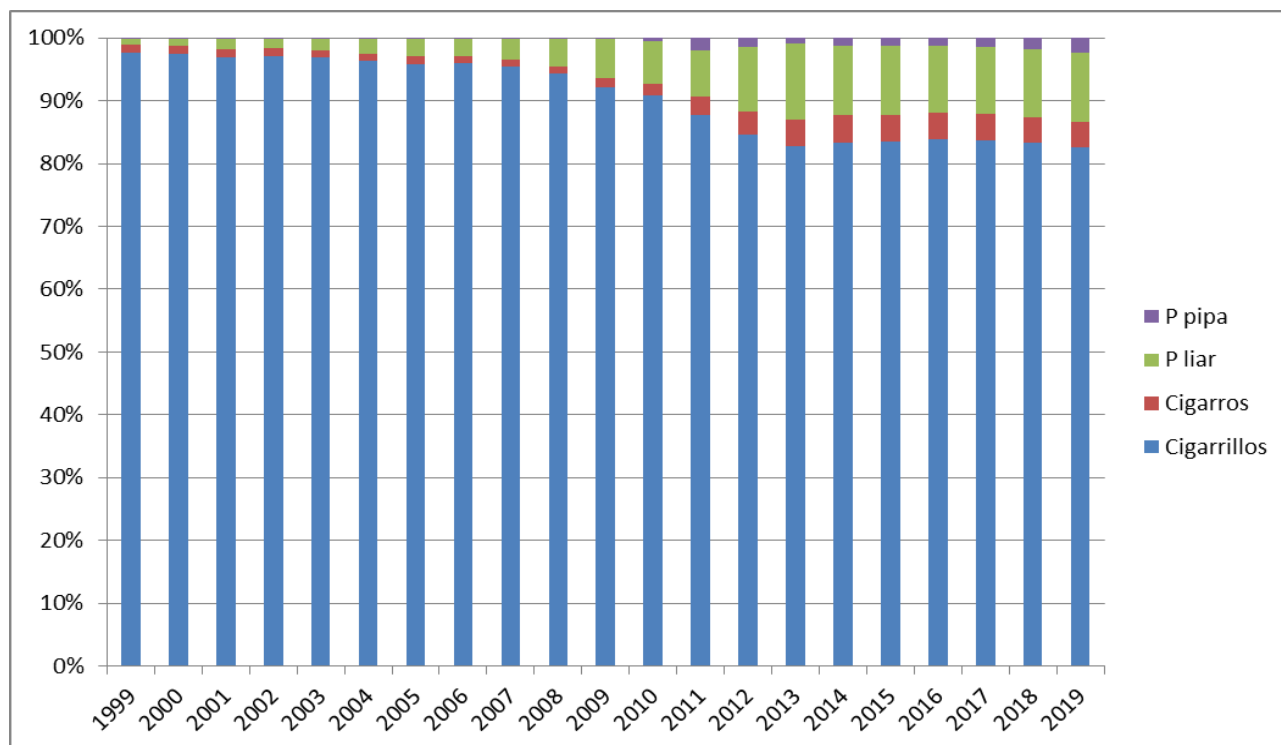


Gráfico 1. Comparativa de la evolución de las ventas de productos de tabaco por valores a escala. Años 1999-2019.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del Comisionado para el Mercado de Tabacos. Eje principal para cigarrillos y cigarrillos y secundario para picaduras de liar y de pipa.

Gráfico 2. Comparativa de la evolución de la cuota de mercado de productos de tabaco. Años 1999-2019.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del Comisionado para el Mercado de Tabacos.



Anexo II. Datos Unión Europea.

Tabla comparativa de la política fiscal de los EEMM de la UE. CE. Marzo de 2019.

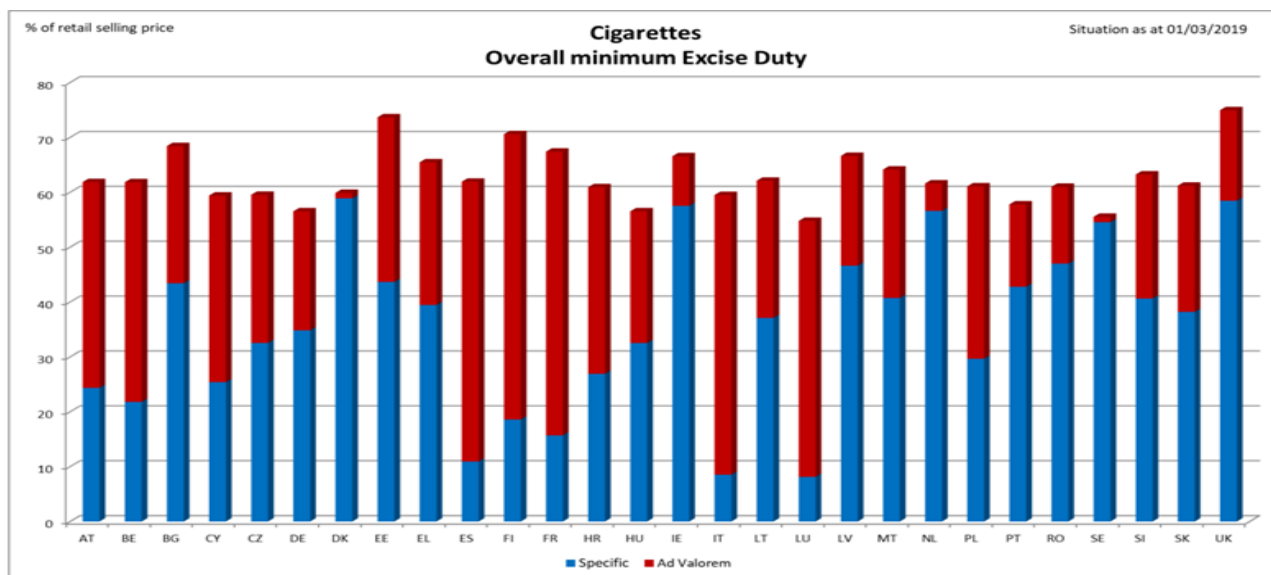
	Imp. específico (€ por 1000 cig.) Casillas 2 y 3		Imp. Ad valorem (% del PVP) Casilla 5	IVA (% del PVP) Casilla 6	Imp. Ad valorem +IVA (% del PVP) Casilla 7	Impuesto total incluido IVA (% del PMP) Casilla 8	Impuesto mínimo. Art. 8 Dir. 2011/64/EU. €/1000 cig. Casilla 14
	€	%					
Austria	58	24.36	35.7	16.67	54.17	78.53	144.34
Bélgica	66.4691	21.8	40.04	17.36	57.4	79.19	188.575
Bulgaria	55.7317	43.43	25	16.67	41.67	85.09	90.5001
Chipre	55	25.4	34	15.97	49.97	75.37	121.50
Rep. Checa	56.666	32.55	27	17,36	44,36	76.9	102.065
Alemania	98.2	34.84	21.69	15,97	37.66	72.49	165.01
Dinamarca	158.6035	58.9	1	20	21	79.9	N/A
Estonia	77.5	43.66	30	16,67	46.67	90.33	124.72
Grecia	82.5	39.46	26	19.35	45.35	84.82	117.5
España	24.7	10.93	51	17,36	68,36	79,28	131,5
Finlandia	62.25	18.59	52	19,35	71,35	88.94	206.5
Francia	61.1	15.71	51.7	16.67	68.37	84.08	279
Hungría	56.3398	32.54	24	21.26	45.26	77.8	96.5825
Irlanda	327.1	57.54	9.04	18.7	27.74	85.28	376.82
Italia	20.8956	8.53	50.97	18.03	69.01	77.53	-
Lituania	59	37.11	25	17,36	42,36	79.46	96
Luxemburgo	18.8914	8.14	46.65	14.53	61.18	69.32	116
Letonia	74.6	46.63	20	17,36	37.36	83.99	109.2
Malta	107	40.74	23.4	15.25	38.65	79.4	165
Holanda	175.2	56.62	5	17,36	22.36	78.97	191.28
Polonia	48.3129	29.68	31.41	18,7	50,11	79.79	99.4462
Portugal	96.12	42.79	15	18,7	33.7	76.49	136.75
Rumania	79.9764	47.01	14	15.97	29.97	76.97	100.6817
Suecia	152.9526	54.54	1	20	21	75.54	N/A
Eslovenia	71.3238	40.64	22.61	18,03	40.64	81.28	111
Eslovaquia	61.8	38.21	23	16,67	39,67	77.88	96.5
Reino Unido	256.281	58.46	16,5	16,67	33,17	91.63	329.9917

Fuente: CE. Excise Duty Tables. Part III—Manufactured Tobacco. PVP: Precio de Venta al Público. PMP: Precio Medio Ponderado.

https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/excise_duties/tobacco_products/rates/excise_duties-part_iii_tobacco_en.pdf



Gráfica comparativa de la proporción existente entre los impuestos específicos y ad valorem en los Estados miembros de la UE. (% sobre el PVP). Marzo de 2019.



Fuente: Comisión Europea. Dirección General de Impuestos y Unión Aduanera. Excise Duty Tables. Part III—Manufactured Tobacco.

Tras analizar la tabla y el gráfico anteriores, podemos observar que existen algunas diferencias en cuanto a la configuración de la imposición sobre las labores del tabaco en los países miembros de la Unión. Así, en cuanto al país con el mayor PVP de la cajetilla de cigarrillos, Reino Unido, y del segundo mayor, Irlanda, (Tabla de niveles de precio), podemos destacar la clara preponderancia del impuesto específico frente al ad valorem. Esto contrasta con la situación inversa que podemos observar en los casos de países mediterráneos como son España o Italia, en donde se da una mayor preponderancia de la parte ad valorem frente a la específica. En general, aquellos sistemas que cuentan con una mayor proporción del impuesto específico tendrán precios de venta al público mayores que aquellos en los que la mayor proporción del impuesto viene dada por la parte ad valorem.



Tabla de niveles de precio de venta al consumidor en los Estados miembros de la UE.

Índice comparativo de niveles de precios 2018. Bebidas alcohólicas y tabaco			
País	INP*	País	INP*
1. Irlanda	178	14. Estonia	94
2. Reino Unido	157	15. Portugal	92
3. Finlandia	145	16. Luxemburgo	90
4. Suecia	127	17. Chipre	90
5. Dinamarca	113	<u>18. España</u>	<u>85</u>
6. Francia	113	19. Letonia	84
7. Holanda	106	20. Eslovenia	78
8. Bélgica	105	21. Lituania	77
UE28	100	22. Croacia	77
EA19*	99	23. Eslovaquia	75
9. Malta	99	24. Rep. Checa	74
10. Grecia	96	25. Rumanía	70
11. Italia	95	26. Polonia	70
12. Alemania	95	27. Hungría	69
13. Austria	95	28. Bulgaria	58

Fuente: Eurostat. Índice de 2018¹². Incluye tabaco junto a bebidas espirituosas, vino y cerveza.

* El Índice comparativo de niveles de precios se expresa en la forma de "Índice de Nivel de Precio (INP)". INP ofrece una comparativa de los niveles de precios en los Estados miembros respecto a la media de la Unión Europea¹³.

*EA=Euro área, actualmente 19 países.

¹² Consumer price levels.

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Price_level_index_for_food_beverages_clothing_and_footwear_2018_EU-28%3D100_.png#filehistory

¹³[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Price_level_index_\(PLI\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Price_level_index_(PLI))



Anexo III. Informe “The Tobacco Control Scale 2019 in Europe”

Tabla comparativa de los precios de venta al por menor de la cajetilla de cigarrillos.

Comparativa de precios en los Estados miembros de la UE. 2019.			
País	Precio Medio Ponderado*	País	Precio Medio Ponderado*
Reino Unido	8,43	Hungría	4,94
Francia	7,48	Países Bajos	4,69
Irlanda	6,08	Suecia	4,63
Finlandia	6,07	Alemania	4,59
Portugal	5,90	Polonia	4,59
Grecia	6,15	Letonia	4,54
Malta	5,36	Estonia	4,83
Croacia	5,32	Dinamarca	4,28
Rumanía	5,31	Eslovenia	4,03
Bélgica	5,30	Eslovaquia	3,92
Italia	5,16	Lituania	3,91
Bulgaria	5,14	República Checa	3,87
Chipre	4,98	Austria	3,75
<u>España</u>	<u>4,97</u>	Luxemburgo	1,83

Fuente: The Tobacco Control Scale 2019 in Europe. Liga Europea de Asociaciones contra el Cáncer.

<https://www.tobaccocontrolscale.org/>

Ordenados según la puntuación asignada por parte de los autores del estudio.

*El precio medio ponderado o “Weighted Average Price” (WAP) se ha establecido teniendo en cuenta los Estándares de Poder de Compra (PPS) publicados por la Comisión Europea.



Anexo IV. Datos Organización Mundial de la Salud

Tabla comparativa de la proporción de impuestos totales en el PVP de la marca de cigarrillos más vendida en los países de la UE.

Ranking de proporción de impuestos totales UE 2019.			
País	%	País	%
1. Finlandia	87,41%	15. Polonia	76,79%
2. Bulgaria	83,59%	16. Italia	76,04%
3. Francia	82,45%	17. Rep. Checa	75,42%
4. Grecia	81,22%	18. Austria	75,26%
5. Letonia	79,99%	19. Chipre	74,41%
6. Estonia	79,38%	20. Dinamarca	74,15%
7. Reino Unido	79,39%	21. Lituania	73,83%
8. Eslovenia	79,19%	22. Hungría	72,28%
9. Croacia	78,80%	23. Eslovaquia	72,12%
10. Irlanda	78,40%	24. Países Bajos	71,81%
<u>11. España</u>	<u>78,24%</u>	25 Rumanía	68,57%
12. Portugal	77,66%	26. Suecia	68,38%
13. Malta	77,56%	27. Alemania	68,35%
14. Bélgica	76,98%	28. Luxemburgo	68,31%

Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS)¹⁴.

¹⁴ "WHO report on the global tobacco epidemic, 2019:". World Health Organization
https://www.who.int/tobacco/global_report/en/



Tabla comparativa de la política fiscal sobre las labores del tabaco aplicada en otros países del mundo y en España. 2019

Política fiscal sobre las labores del tabaco					
País	Precio MMV en \$	Imp. Específico (% del PVP)	Imp. Ad valorem (% del PVP)	IVA (% del PVP)	% Impuestos totales
España	7,70	9,9	51	17,4	78,2
Australia	14,47	68,4	0	9,1	77,5
Nueva Zelanda	16,8	69,2	0	13	82,2
Canadá	9,78	55,3	0	9	64,3
Estados Unidos	6,86	37,8	0	5,2	43
Japón	4,45	55,7	0	7,4	63,1
Uruguay	6,17	48	0	18	66,1
México	5,49	14	39,2	13,8	67
Brasil	2,45	30	10	32	83
Argentina	4,04	0	53,6	5	76,2
Rusia	5,31	27,5	15	15,3	57,7

Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS) Perfiles de país¹⁵. Datos informe "WHO report on the global tobacco epidemic, 2019"

MMV: Precio Marca Más Vendida (paquete estándar de 20 cigarrillos). En dólares internacionales (ajustados por paridad de poder adquisitivo)

¹⁵ Tobacco control country profiles
https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/en/#R