

Impuestos al alcohol: ¿Qué sabemos y que no sabemos en America Latina?

Guillermo Paraje, PhD
Universidad Adolfo Ibáñez
Chile

Lo que se sabe...

- Al igual que con cualquier producto, la demanda de bebidas alcohólicas es sensible a cambios en el precio: manteniendo todo lo demás constante, un incremento en el precio reduce la cantidad demandada de bebidas alcohólicas.
- No hay, sin embargo, tantos estudios sobre este comportamiento como nos gustaría. Pero hay algunos...
- Estudio de Marilina Urrutia (tesis de magíster en Economía de la Universidad Di Tella), sobre economía del alcohol en Argentina. Elasticidad-precio en torno a -0.3 (similar a la encontrada en la evidencia internacional). Un 10% de aumento en el precio real disminuye el consumo de vino genérico en un 3%.

Lo que se sabe...

- Estudio de Martín González-Rozada (Profesor de Economía de la Universidad Di Tella), sobre elasticidad-precio del alcohol en Perú. El autor encuentra:
 - La elasticidad-precio de la cerveza es -0.234
 - La elasticidad-precio de la chicha es -2.487
 - La elasticidad-precio de las otras bebidas es -0.523

Lo que se sabe...

- Estudio de Daniel Araya y G Paraje (2018), sobre elasticidad-precio del alcohol en Chile encuentra que dichas elasticidades son iguales a:
 - -0,14 para destilados
 - -0,77 para vinos
 - -0,93 para cervezas
- Estudio de Ricardo Chávez para Ecuador (2018) encuentra que la elasticidad-precio de una bebida alcohólica estándar (o de un grado de alcohol) es de -0,44.
- Además, Paraje, Guindon y Chaloupka encuentran que la elasticidad-precio del inicio del consumo en Chile es negativa y fuertemente significativa.

Lo que se sabe...

- En definitiva, sabemos que las elasticidades-precio encontradas en ALyC son similares a las encontradas en otros países: negativas (el precio hace bajar el consumo) y menores a uno, en valor absoluto (el consumo baja menos que proporcionalmente al incremento de precios).
- Lo primero nos indica que los impuestos al alcohol pueden ser efectivos en bajar el consumo (si logran hacer que los precios suban significativamente). Lo segundo nos dice que no debemos esperar todo, solamente de los impuestos.

Impuestos al alcohol

- El consumo de alcohol produce enormes costos sociales. En países donde se cuantificaron estos costos, se estimaron en equivalentes a alrededor 2% del PIB. Existen costos directos (atenciones médicas vinculadas al consumo de alcohol) e indirectos (pérdida de productividad y capital humano; violencia y crimen; destrucción de propiedad; sufrimiento, etc). Algunos de esos costos son internos (afrentados por el bebedor) y otros son externos (afrentados por el resto de la sociedad).
- Para corregir las “externalidades” se requieren impuestos correctivos.
- Si lo que causa el daño (directo o indirecto) es la cantidad de alcohol, el impuesto debiera ser a la cantidad (graduación) de alcohol por unidad (ej, litro).

Impuestos al alcohol en ALyC

- De acuerdo a una revisión reciente, todos los países de América del Sur y Central tienen impuestos al alcohol. En todos los casos son impuestos relativamente antiguos y no parecen tener una motivación en corregir externalidades.
- Siete países (Argentina, Chile, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay y Venezuela) tienen impuestos ad-valorem (ej, graban el valor de lo que se consume). A menudo, el consumo de algunas bebidas se lo asocia a “lujo” y se grava ese lujo.
- Sólo tres países (Bolivia, Honduras, Panamá) tienen impuestos específicos (graban la cantidad de algo –volumen o graduación alcohólica).

Impuestos al alcohol en ALyC

- En el caso de Bolivia y Honduras, el impuesto es por volumen (una cierta cantidad por litro). En el caso de Panamá, el impuesto es por grado de alcohol por litro.
- El resto de los países (Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Perú, República Dominicana) tienen sistemas mixtos, con una parte ad-valorem y una específica.
- De estos países, Colombia; Costa Rica; Ecuador; y Rep. Dominicana tienen componentes específicos que dependen de la graduación alcohólica.

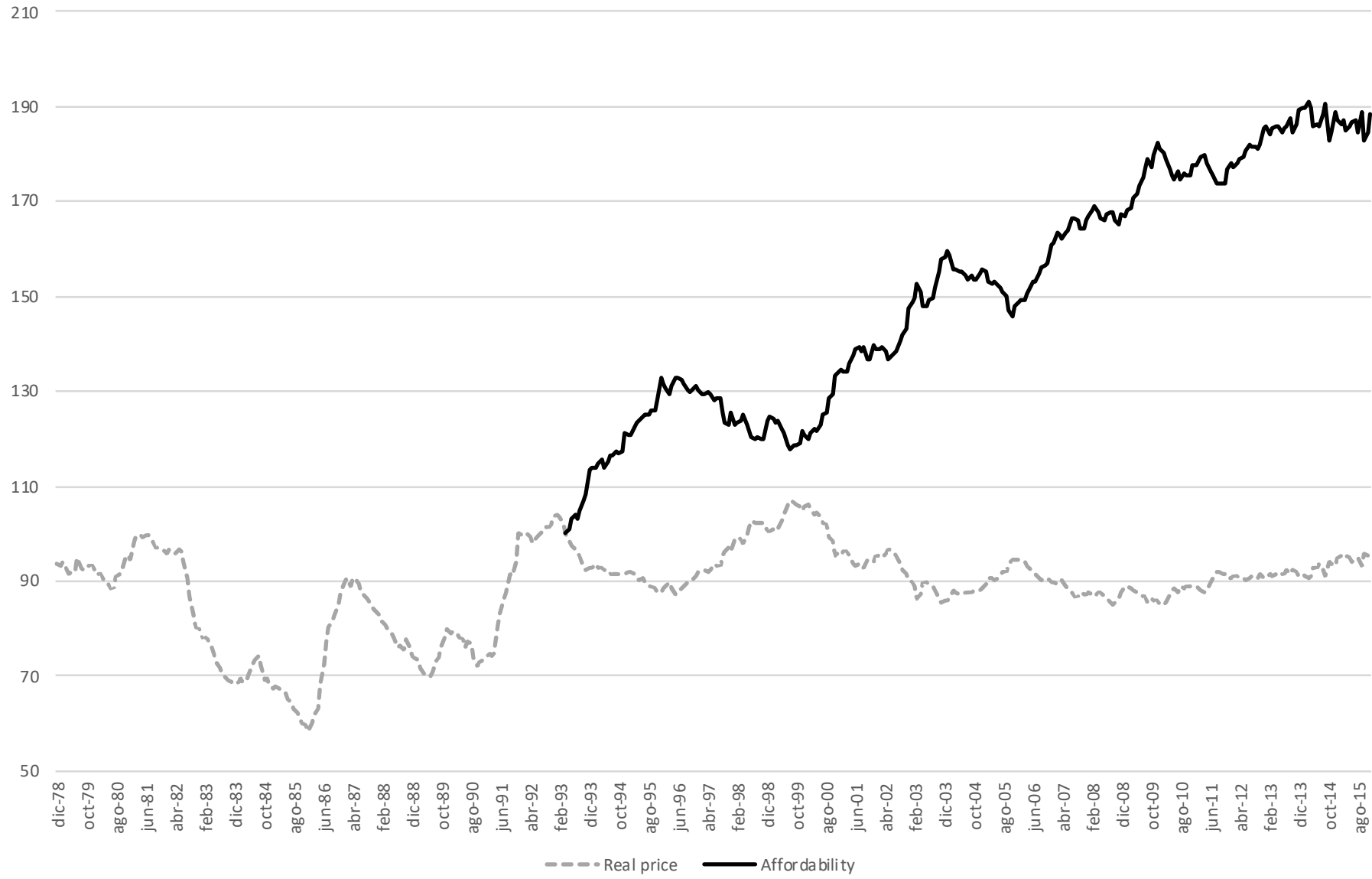
No sabemos...

- Contrariamente a lo que sucede con el tabaco, por ejemplo, no sabemos qué tan alta es la carga tributaria. No conocemos qué proporción del precio corresponde a impuestos al alcohol.
- No existe, como en el caso del tabaco, un “umbral” de carga tributaria a la que los países debieran aspirar. Este es un problema “de segundo orden”, pero sería útil tener esto.
- De todas maneras, pilotos realizados indican que los impuestos son bajos.

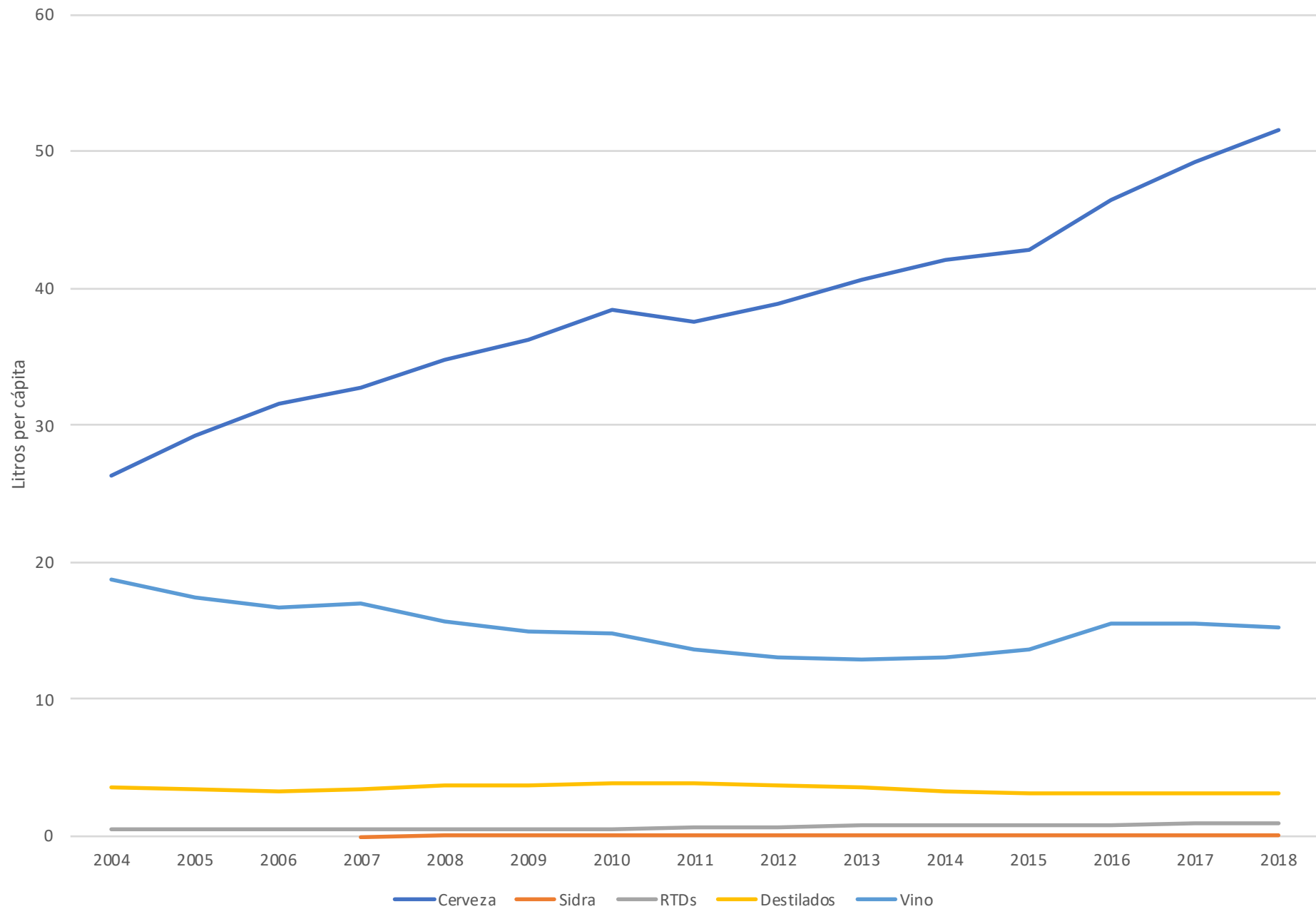
El caso de Chile

- En Chile los impuestos al alcohol son ad-valorem. En el caso de la cerveza y el vino pagan el 20,5% del precio sin IVA. Los destilados pagan el 31,5% sobre la misma base.
- Esto determina que el peso de los impuestos sobre el precio sea de alrededor del 14% en el caso de cervezas y vinos; y del 21% en el caso de los destilados. Un incremento del impuesto al alcohol del 50%, implicaría que la carga impositiva fuera de sólo el 43% para vinos y cervezas y del 47% para destilados. Tabaco tiene más del 70% en la marca más vendida.
- La recaudación del impuesto alcanza a menos del 20% del costo social del consumo.

Real price and affordability of alcohol in Chile (April 1993=100)

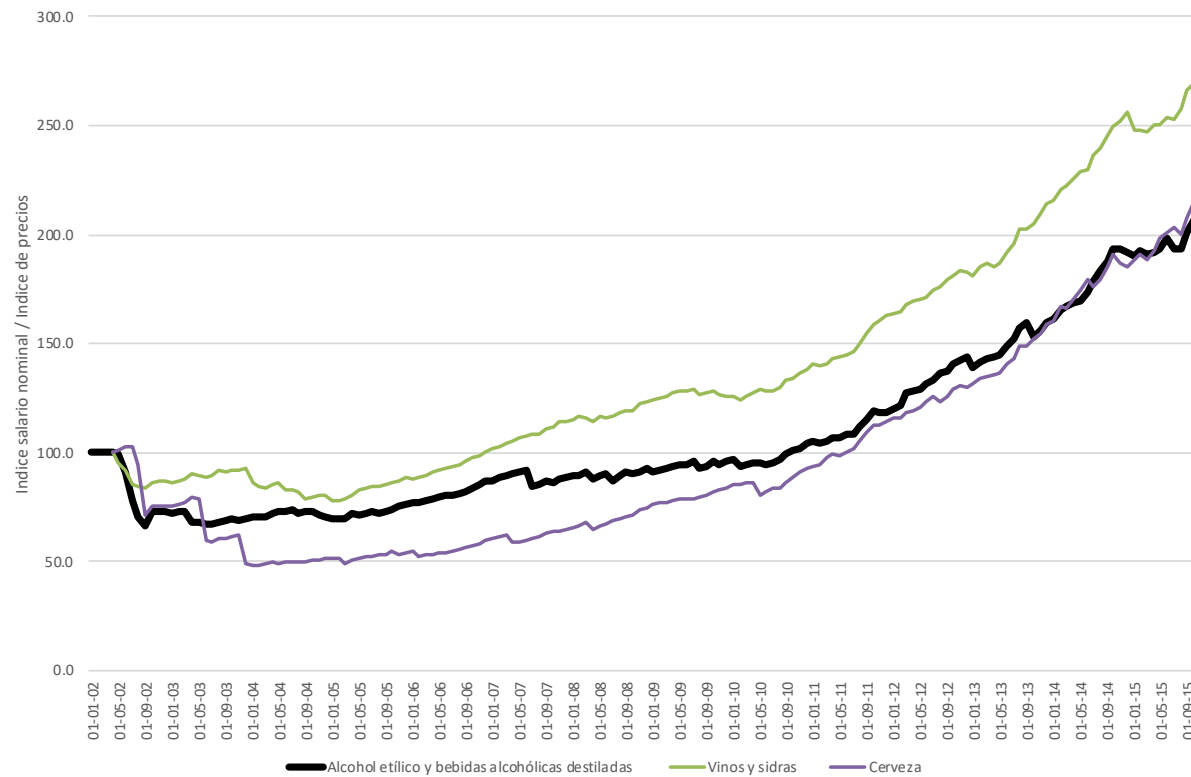


Evolución consumo per cápita por tipo de bebida

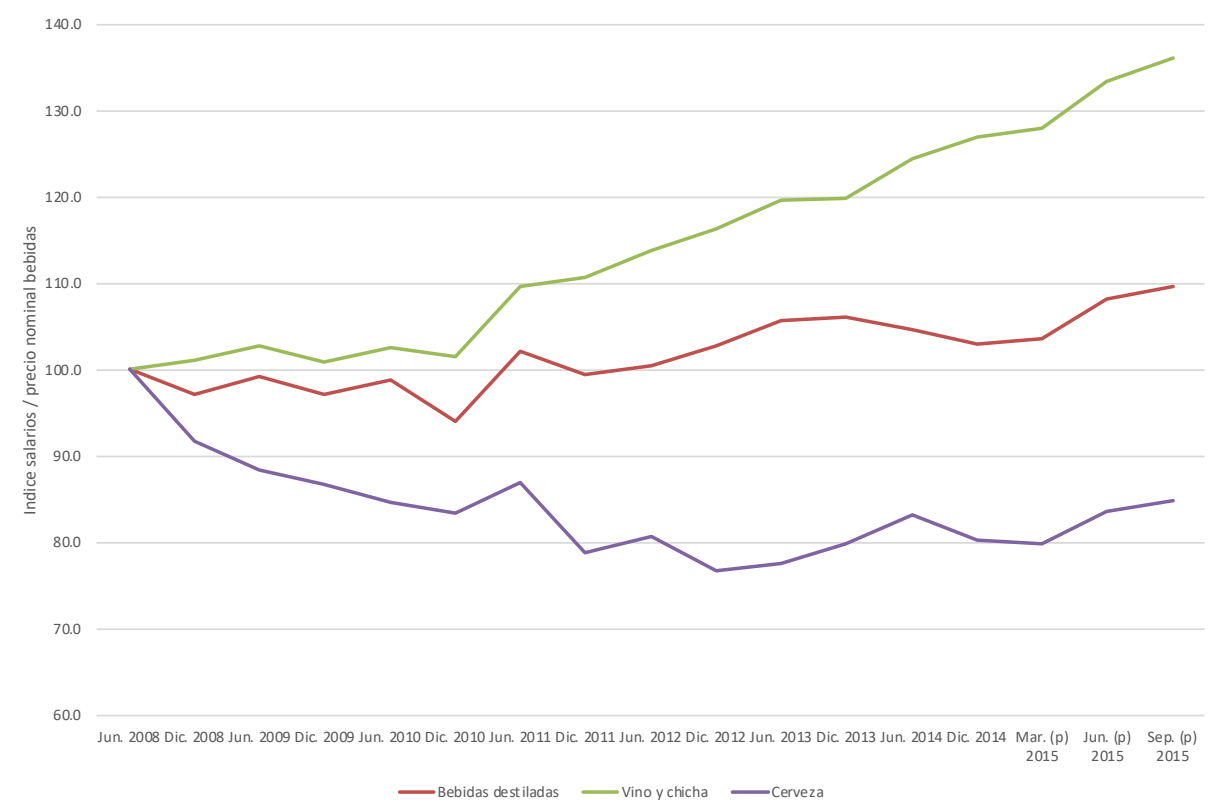


¿Y en el resto de la región?

Argentina - Asequibilidad de las bebidas alcohólicas
(base enero 2002 = 100)

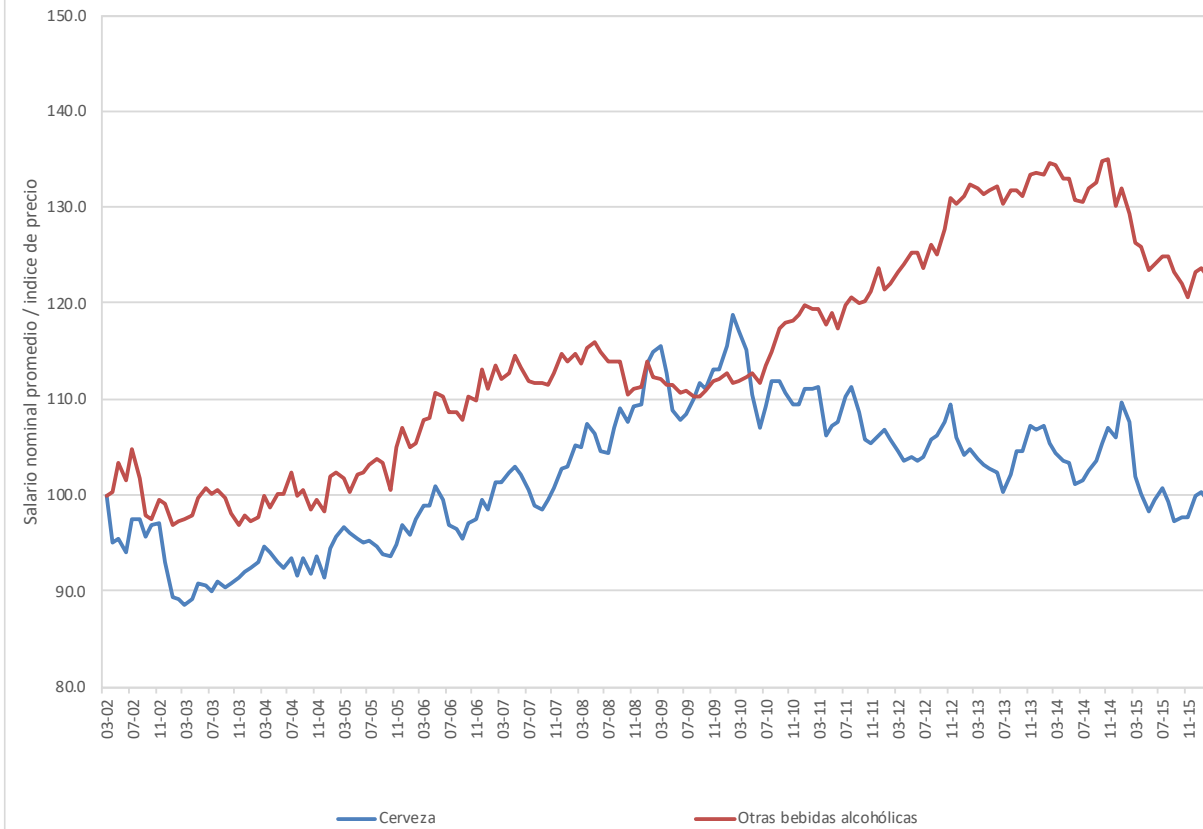


Bolivia - Asequibilidad de bebidas alcohólicas
(base junio 2008 = 100)

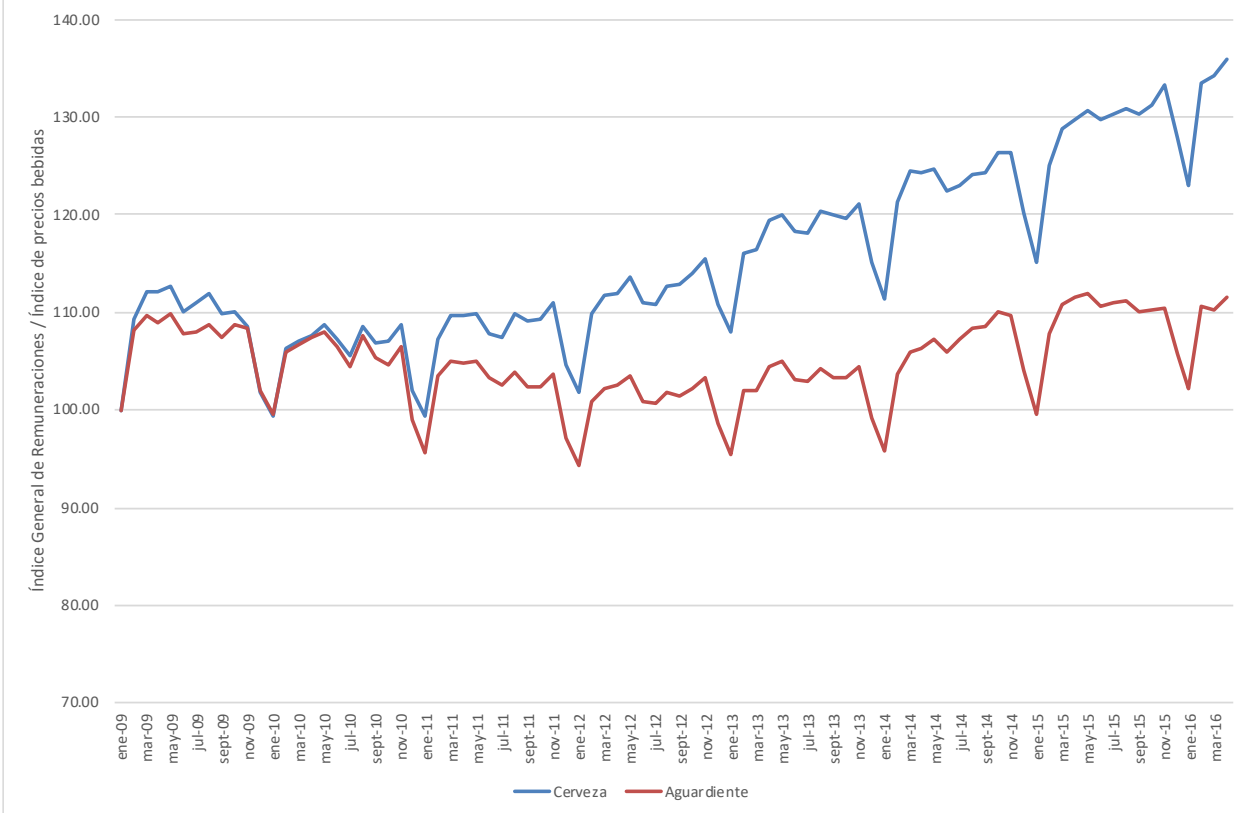


¿Y en el resto de la región?

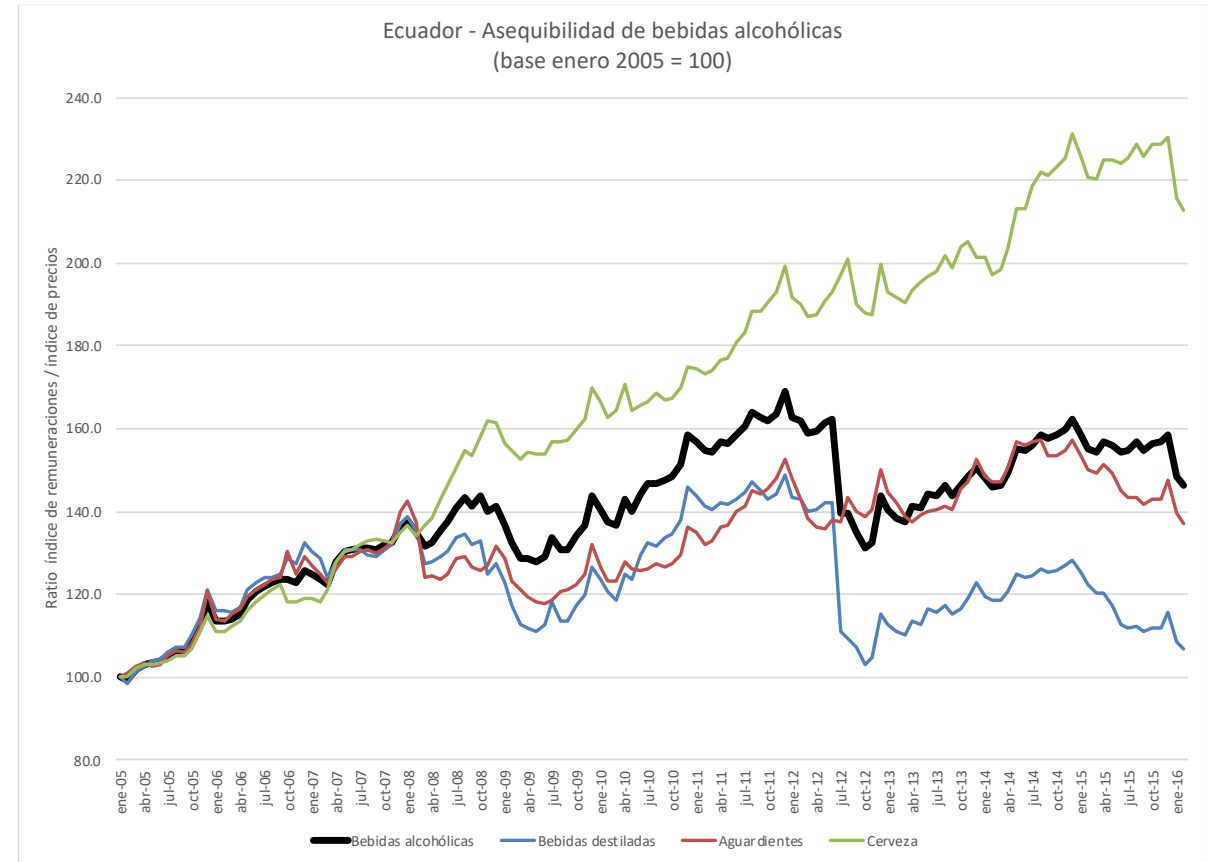
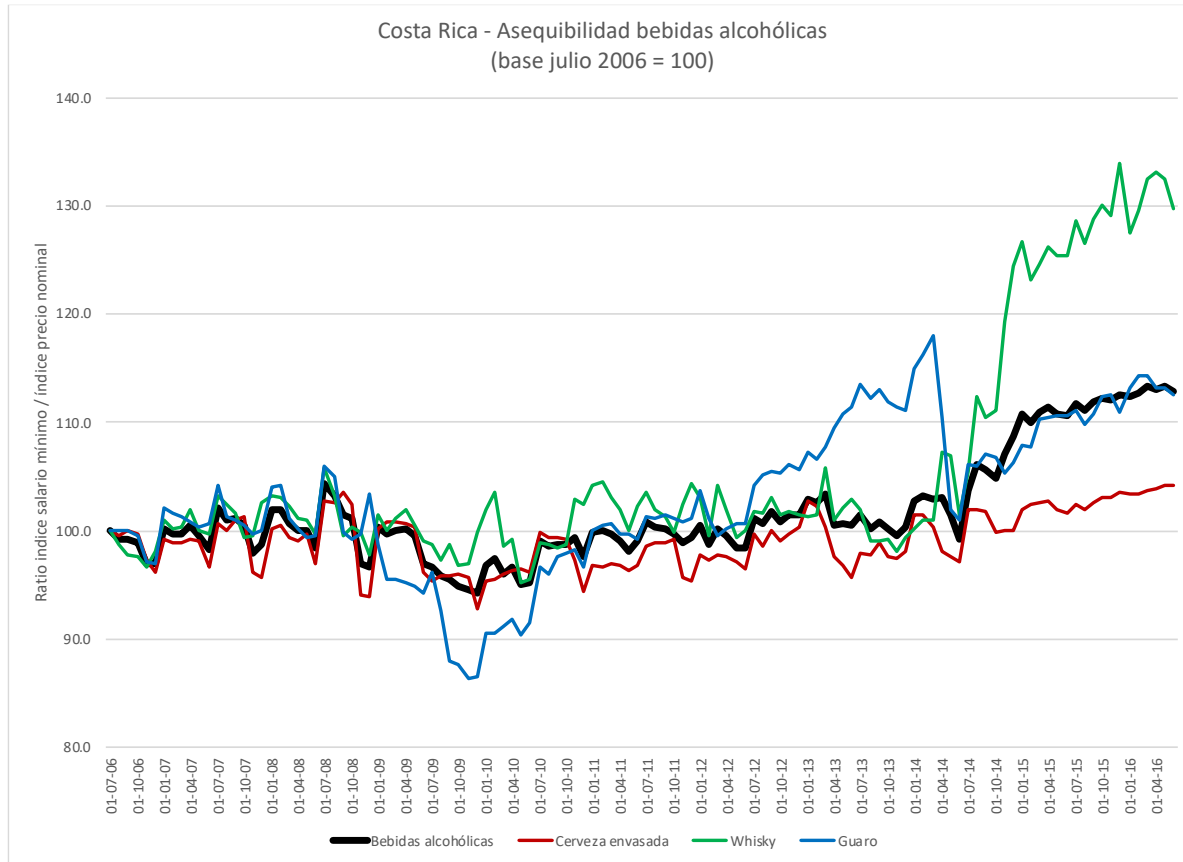
Brasil - Asequibilidad de las bebidas alcohólicas
(base marzo 2002=100)



Colombia - Asequibilidad bebidas alcohólicas y azucaradas
(Base enero 2009=100)

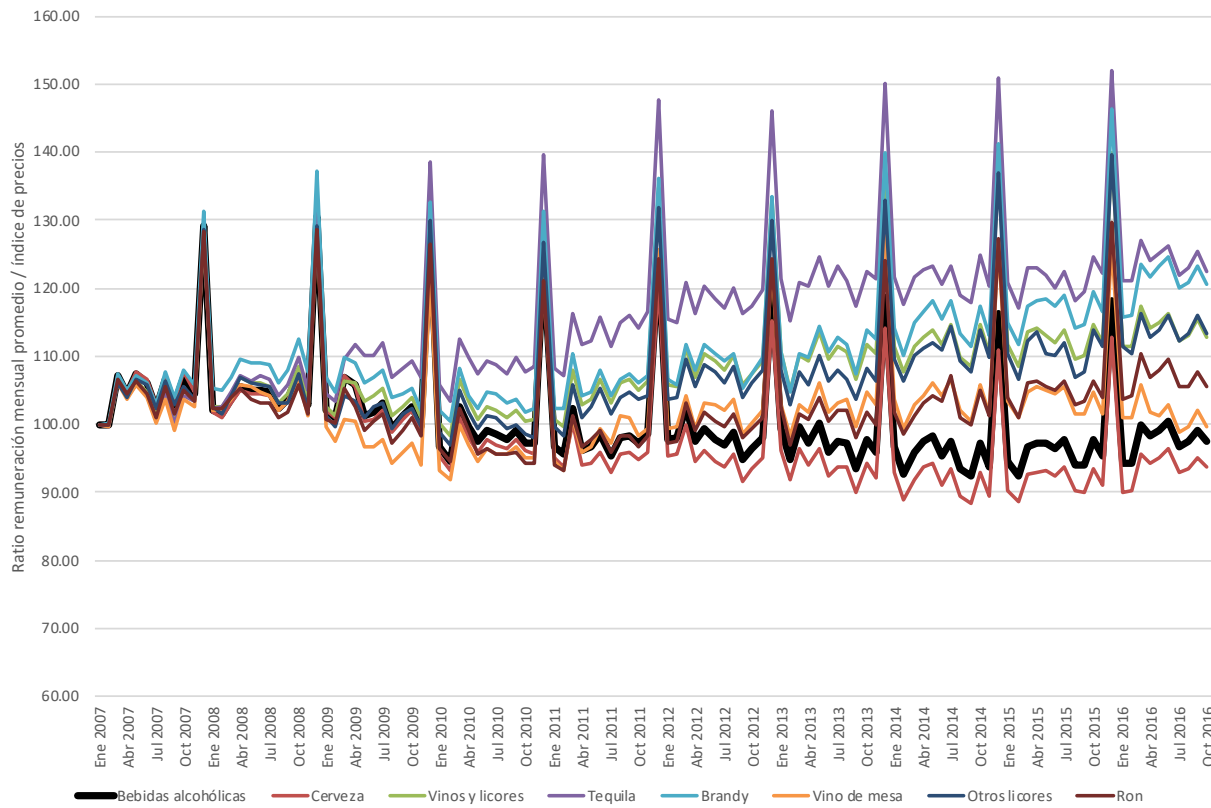


¿Y en el resto de la región?

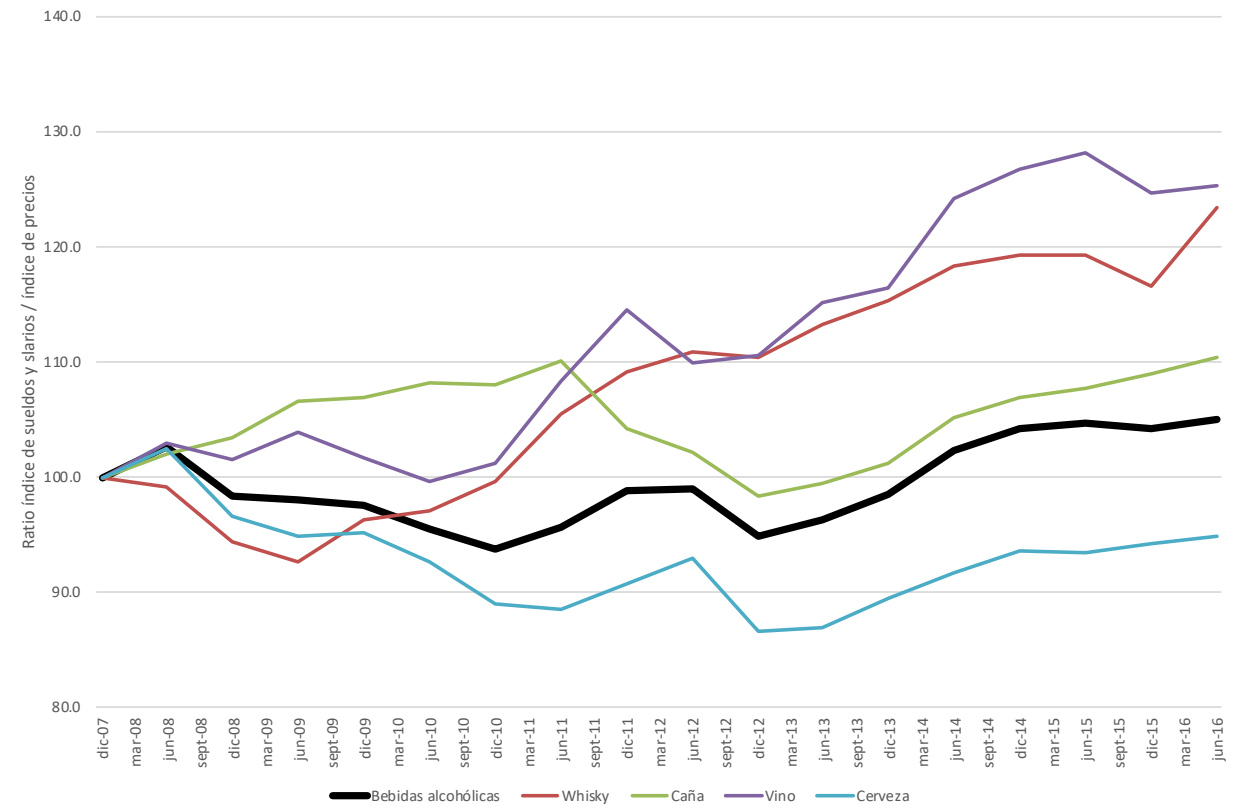


¿Y en el resto de la región?

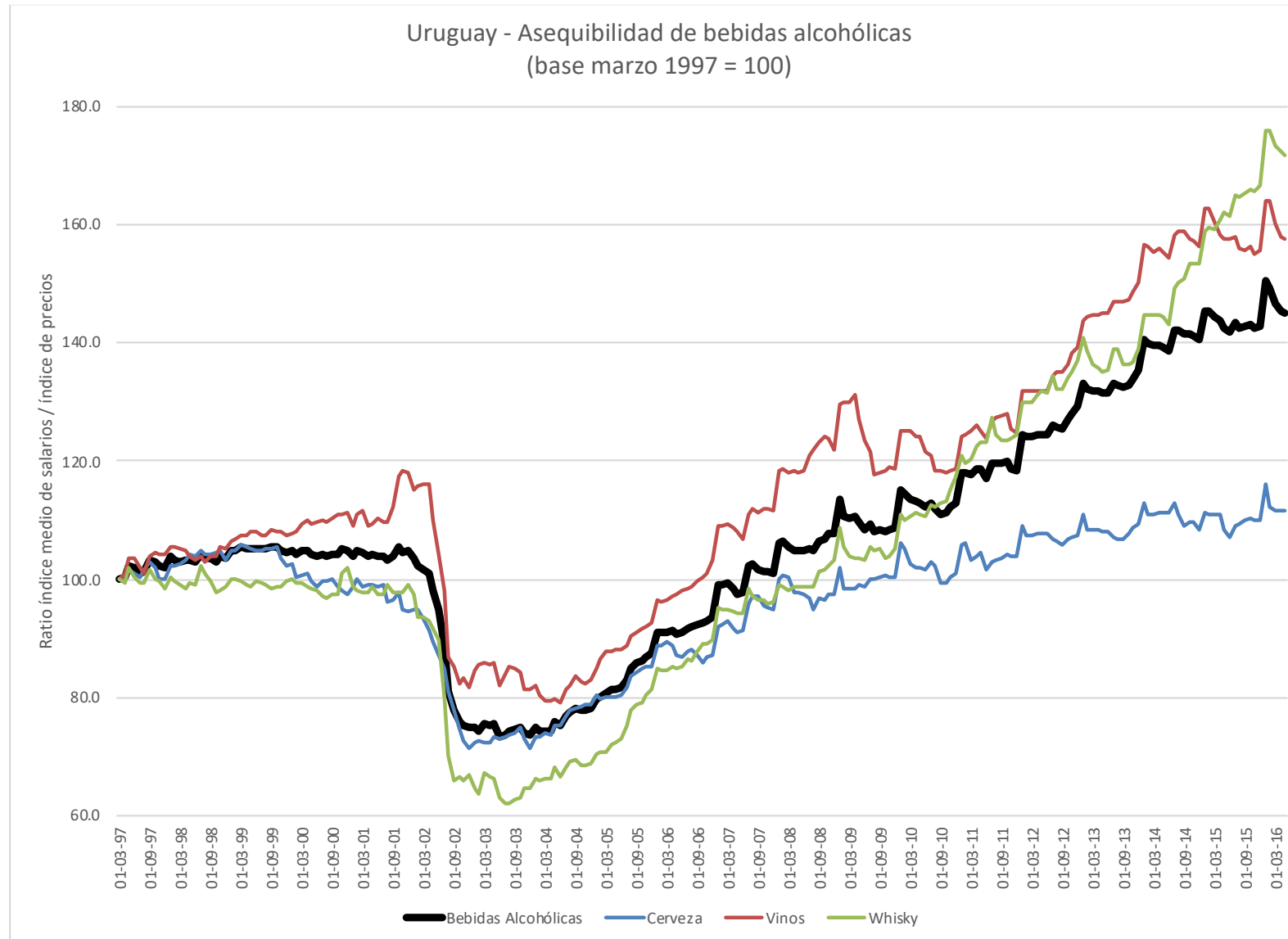
México - Asequibilidad de bebidas alcohólicas
(base enero 2007 = 100)



Paraguay - Asequibilidad de bebidas alcohólicas
(base junio 2004 = 100)



¿Y en el resto de la región?



Conclusiones generales

- La región se encuentra atrasada en cuanto a información sobre impacto de los impuestos al alcohol en precios y, al final, consumo.
- La evidencia parece mostrar que la asequibilidad de las bebidas alcohólicas ha aumentado o se ha mantenido constante en la región. Esto apuntaría a que los impuestos no están cumpliendo parte de su objetivo.
- Es indispensable generar esta evidencia si se quiere impulsar el incremento de impuestos al alcohol (de lo más costo-efectivo, de acuerdo a la Bloomberg Task Force reciente).

¡Gracias!

guillermo.paraje@uai.cl