

## La presión fiscal sube más de un 600% el precio de la cajetilla de cigarrillos en los últimos 25 años

- El coste de un paquete de cigarrillos pasa de 0,61 euros en 1990 a 4,37 euros en 2014
- El precio medio de una cajetilla se incrementa el triple que el IPC desde 1990
- El tabaco es el bien de consumo que soporta mayores impuestos en el PVP

Madrid, 9 de noviembre de 2015. La constante subida de la fiscalidad del tabaco ha multiplicado por 7,14 veces, el equivalente a una subida del 614%, el coste medio de la cajetilla de cigarrillos en los últimos 25 años, al pasar de 0,61 euros en 1990 a 4,37 euros en 2014.

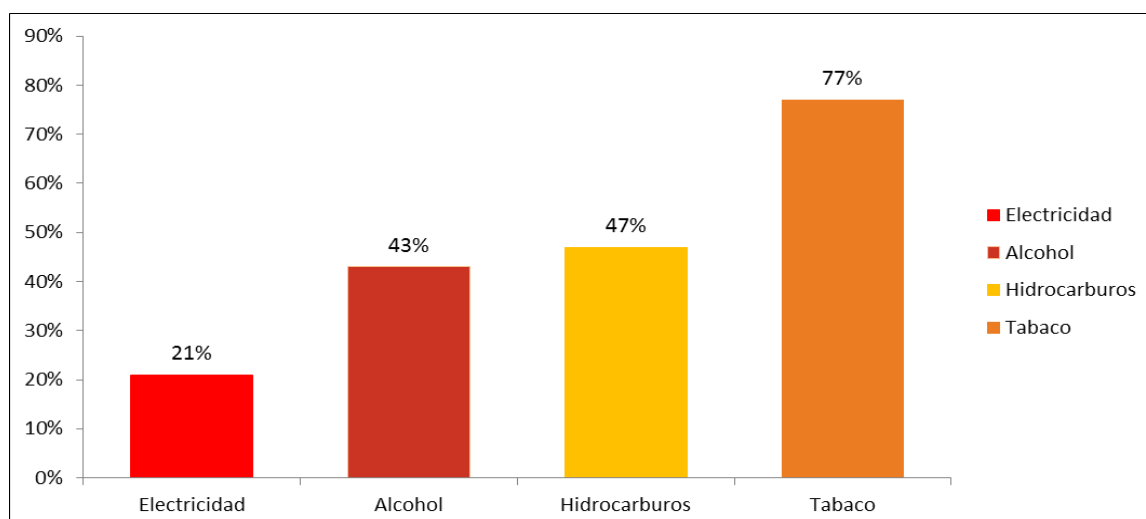
De esta forma y, como consecuencia de los elevados impuestos que soporta, el tabaco es el producto que más ha subido de precio en los últimos cinco lustros. En este periodo, el precio de la cajetilla aumentó tres veces más rápido que el de la cesta básica de bienes y servicios [el IPC general se duplicó, al aumentar un 120,8%].

Ésta es una de las conclusiones del estudio 'La industria del tabaco en España: 1990-2015' elaborado por Analistas Financieros Internacionales (AFI) con motivo del 25 Aniversario de la Asociación Empresarial del Tabaco (ADELTA). Entre otras conclusiones, el informe refleja que la evolución del precio del tabaco está totalmente ligada a la constante subida de su fiscalidad.

### El producto más gravado

En la actualidad, el tabaco es el bien de consumo más gravado del mercado, como consecuencia del impuesto especial al que está sujeto. En concreto, el 77% del precio de venta al público del tabaco equivale a impuestos –porcentaje que sube a casi el 80% en el caso de los cigarrillos, la categoría más vendida-, frente al 47% de los hidrocarburos o el 43% del alcohol.

### Carga fiscal de distintos productos con régimen tributario especial, 2014

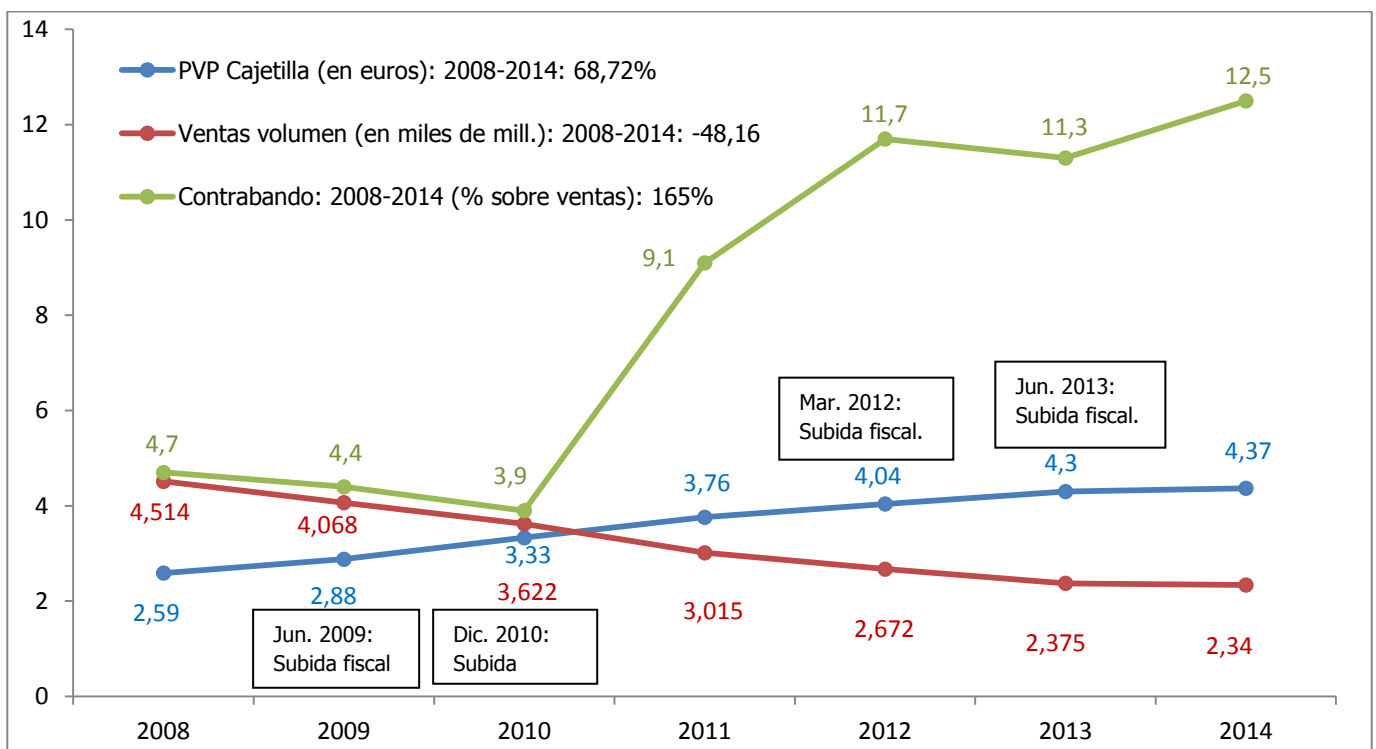


Tal y como se explica en el informe, tradicionalmente una de las razones para elevar la fiscalidad especial del tabaco partía del principio de que la demanda era poco sensible al encarecimiento del producto. Sin embargo, lo ocurrido en el mercado español en los últimos años refleja que una fuerte subida de la fiscalidad acaba provocando el efecto contrario. Se produce una distorsión del mercado, principalmente porque favorece el trasvase hacia el comercio ilegal de tabaco, en la medida en que el consumidor busca alternativas más asequibles, y no tiene el efecto deseado en cuanto a reducción del consumo.

Entre 1990 y 2014, se han reducido prácticamente a la mitad las ventas de cigarrillos, la labor más representativa del mercado, al pasar de los 4.096 millones de unidades vendidas en 1990 a los 2.340 millones en 2014. La mayor caída se produce a partir de 2008. Es precisamente a partir de ese año cuando el comercio ilegal de cigarrillos, prácticamente erradicado en España, vuelve a convertirse en un grave problema.

En 2014, el 12,5% de los cigarrillos consumidos en España no pagó sus impuestos en la Península, porcentaje que en Andalucía casi rozó el 50%. El comercio ilegal tiene graves consecuencias más allá de las pérdidas fiscales, que el pasado año ascendieron a 1.010 millones de euros, porque dificulta la consecución de los objetivos sanitarios, facilita el acceso de los menores, carece de controles y financia a las organizaciones criminales.

El siguiente gráfico compara la evolución de los precios de los cigarrillos, las ventas en volumen y el crecimiento del comercio ilícito:



Lo ocurrido en años anteriores con los impuestos del tabaco pone de manifiesto que la regulación del tabaco (fiscalidad incluida) puede haber llegado a un punto en el que los efectos buscados por el regulador comiencen a verse comprometidos, además de producirse otros efectos no deseables sobre el mercado legal, el ilícito y la recaudación fiscal.

Por ello, diversas iniciativas sectoriales o incluso más horizontales apelan a la reformulación de la regulación, dando paso a un concepto de "regulación inteligente" (smart regulation o better regulation) que compagine más eficaz y eficientemente la realización de los grandes objetivos públicos, con la defensa de los legítimos intereses de los agentes del sector que pretende regular, sin dar paso a operadores ilícitos o conductas elusivas por parte de los consumidores que socaven la consecución de dichos objetivos e intereses.

### **Otras aportaciones a la economía:**

A pesar de la contracción del mercado vivida en los últimos 25 años y, sin considerar la recaudación fiscal vía impuestos especiales e IVA, la industria del tabaco se mantiene como un contribuyente significativo al conjunto de la economía española en términos de rentas, empleos y recursos para las arcas públicas. El impacto económico conjunto, compuesto por los efectos directos, indirectos e inducidos, se situó en 2013 en 1.010 millones de euros. En términos de empleo, en 2013 la industria del tabaco generó 14.853 puestos del trabajo.

### **Sobre ADELTA**

La Asociación Empresarial del Tabaco (ADELTA) es una organización empresarial sin ánimo de lucro fundada en 1990, que representa los fines comunes de las empresas fabricantes y comercializadoras de cigarrillos, cigarros y otras labores del tabaco ante las administraciones públicas, corporaciones, entidades y organizaciones públicas y privadas.

En la actualidad, ADELTA está compuesta por las siguientes compañías: Altadis-Imperial Tobacco España, British American Tobacco España, Compañía Canariense de Tabacos, Davidoff of Geneva Iberia, El Guajiro, Ibertabac Comercial, Japan Tobacco International Iberia, Landewyck Tabacos España, LP Promociones de Tabaco, Scandinavian Tobacco Group Spain y Tabacalera.

*Para más información:  
Itziar Elizalde  
ADELTA  
91 431 24 72  
[www.adelta.es](http://www.adelta.es)*

*MAS Consulting Group  
Rubén Rodríguez / Roberto Rodríguez  
Tel. 91 702 47 65 / 650662557*