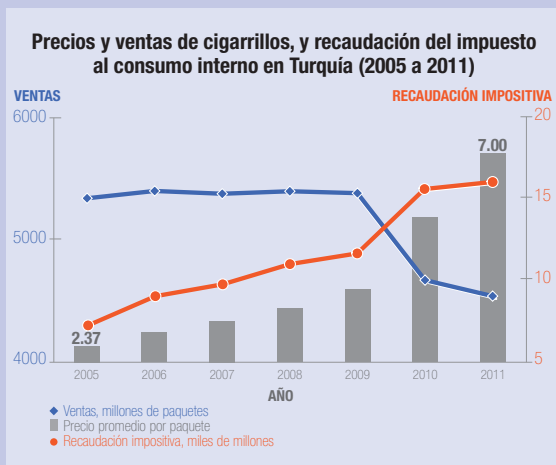


TURQUÍA HISTORIA ACERCA DEL ÉXITO DEL IMPUESTO AL TABACO

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 2005 y 2011, el precio de los cigarrillos en Turquía aumentó el 195%. Durante este período, las ventas de cigarrillos cayeron un 15,5% y los ingresos gubernamentales aumentaron un 124%. Los cálculos establecen que el aumento al impuesto en 2010 reducirá la cantidad de fumadores en más de medio millón.



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

- Centers for Disease Control and Prevention. Global Adult Tobacco Survey—Turkey. CDC, WHO; 2010.
- Warren CW, Erguder T, Lee J, Lea V, Goding Sauer A, Jones NR, Bilir N. Effect of policy changes on cigarette sales: the case of Turkey. Eur J Public Health. 2012 Mar 31.
- Yürekli A, Önder Z, Elibol M, Erk N, Cabuk A, Fisunoglu M, Erk SF, Chaloupka FJ. The Economics of Tobacco and Tobacco Taxation In Turkey. Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease; 2010.

Consumo de tabaco

Cerca de un tercio (31%) de adultos (mayores de 15 años) en Turquía fuman cigarrillos (el 48% son hombres y el 15% son mujeres). En el caso de los adolescentes (de 13 a 15 años), el 7% fuma cigarrillos actualmente.

Estructura impositiva

El impuesto al consumo interno del cigarrillo se calcula según el impuesto ad

valorem, con un nivel impositivo mínimo específico. Por ejemplo, en 2010, la tasa de impuesto ad valorem al tabaco fue del 63% del precio minorista. Si se calculaba que el impuesto ad valorem era menor que 2,65 TL, se aplicaba el impuesto específico de 2,65 TL en vez de la tasa de impuesto ad valorem. Todos los productos están sujetos al impuesto al valor agregado (IVA), que representa el 18% del precio minorista.

Cambio impositivo

En octubre de 2010, la tasa de impuesto ad valorem aumentó del 58% al 63% respecto del precio minorista, el nivel impositivo mínimo específico aumentó a 2,65 TL y los impuestos al tabaco aumentaron nuevamente en 2011. En el año 2011, los impuestos al consumo interno de tabaco fueron de un promedio del 65% respecto del precio minorista,

mientras que el impuesto total (incluido el IVA) fue de un promedio del 80,25% respecto del precio minorista.

En 2012, se agregó un impuesto específico por sobre la tasa de impuesto ad valorem. Tanto el impuesto específico como el nivel impositivo mínimo específico se modificarán conforme a la inflación.

Impuestos al tabaco en Turquía

Año	Impuesto ad valorem (%)	Nivel impositivo mínimo específico	Año	Impuesto ad valorem (%)	Nivel impositivo mínimo específico
2005	58	1.20	2009	58	2.05
2006	58	1.40	2010	63	2.65
2007	58	1.50	2011	65	2.90
2008	58	1.55			

Reacción de la industria. En octubre de 2009, la industria tabaquera empezó a producir cigarrillos en exceso para cubrir los primeros meses de demanda en 2010. La industria pagó el impuesto de 2009 aplicado a dichos cigarrillos, que después se vendieron en el año 2010. Dicha industria entonces redujo la producción en el primer trimestre de 2010.

A principios de 2010, la industria afirmó que el aumento impositivo perjudicó de manera significativa las ventas de cigarrillos debido al aumento de precios y a la comercialización ilícita. Gracias al sistema de control de producción de Turquía, el gobierno determinó que la sobreproducción se llevó a cabo y pudo refutar los reclamos de la industria.

Impacto del aumento impositivo

Impuesto y precio

Los precios minoristas de los cigarrillos económicos aumentaron el triple entre 2005 y 2011, mientras que los cigarrillos de marcas prestigiosas aumentaron el 128% durante dicho período.

Ventas

Las ventas de cigarrillos disminuyeron más del 15%; es decir, de 106.700 millones de cigarrillos en 2005 a 90.800 millones en 2011.

Reducción del número de fumadores

En un estudio realizado por Yurekli et al., se calcula que el aumento del precio de cigarrillos en 2010 reducirá la cantidad de fumadores en 590.000 y salvará 340.000 vidas.

Ingreso gubernamental

Entre 2005 y 2011, los ingresos provenientes de impuestos al tabaco aumentaron de 7.100 millones TL a 15.900 millones TL. Los ingresos aumentaron un 124% durante este período, incluso cuando el consumo disminuyó debido a los aumentos a impuestos al tabaco.