

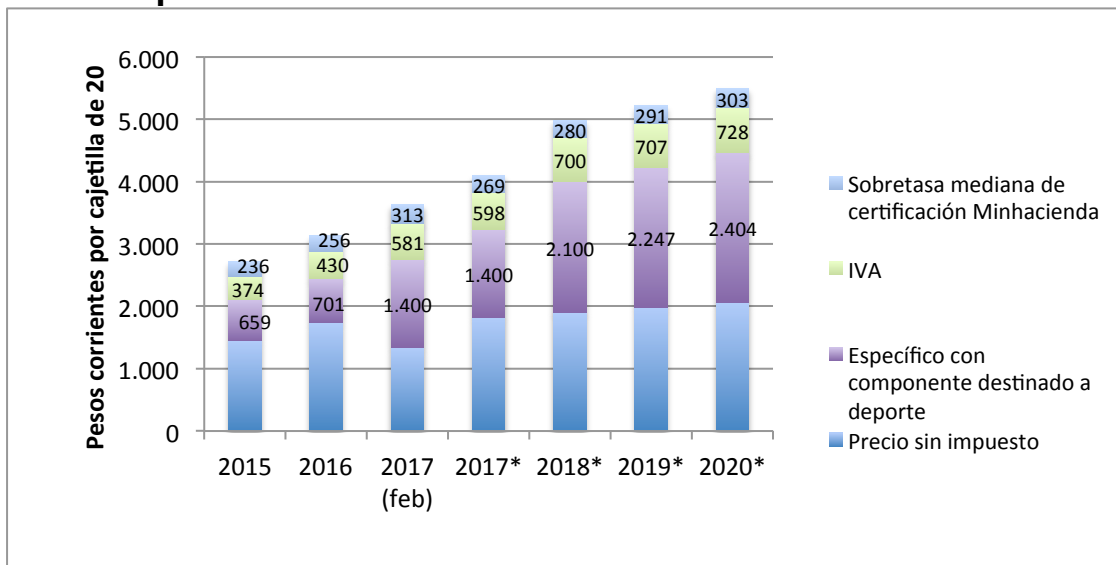


Colombia

Monitoreo impuestos de cigarrillos

Este informe resume trimestralmente la evolución variables relacionadas con la política de impuestos al cigarrillo. Los indicadores provienen de registros oficiales a nivel nacional y sondeos de precios realizados por Anáas en Bogotá.

Estructura impositiva ⁽¹⁾



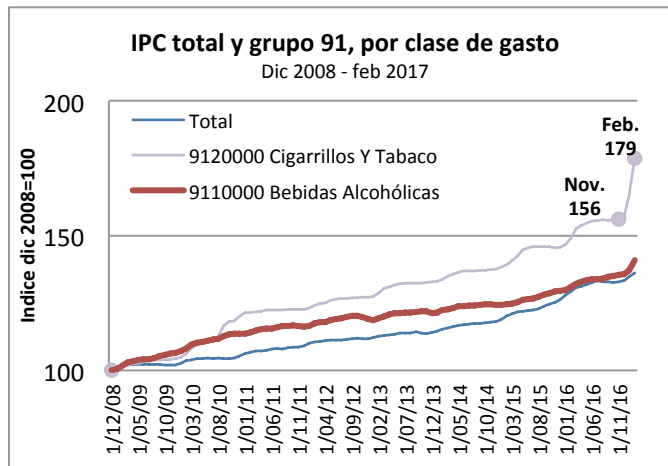
Fuente: Cálculos de Anáas con base en DANE, Minhacienda.

La evolución del IPC de cigarrillos a febrero es consistente con una **transferencia parcial del impuesto al precio** de venta al público. Ajustando los precios de la encuesta en supermercados del DANE por este índice, una cajetilla de 20 unidades cuesta COP 3.640, unos 2,86 dólares internacionales(2). La carga impositiva total aumentó de 44,3% a 63%, resultado de duplicar el impuesto específico, y en menor medida, del ajuste del IVA al 19% y del cambio en la manera de calcular el *ad valorem*(3).

Los precios en mercado nacional



Fuente: Cálculos de Anáas con base en DANE.



Fuente: DANE.



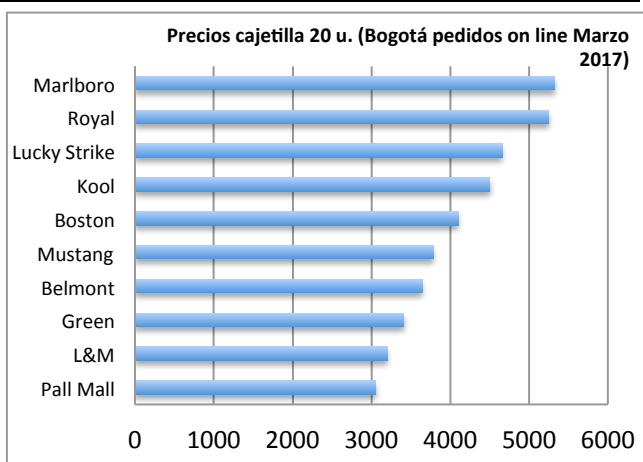
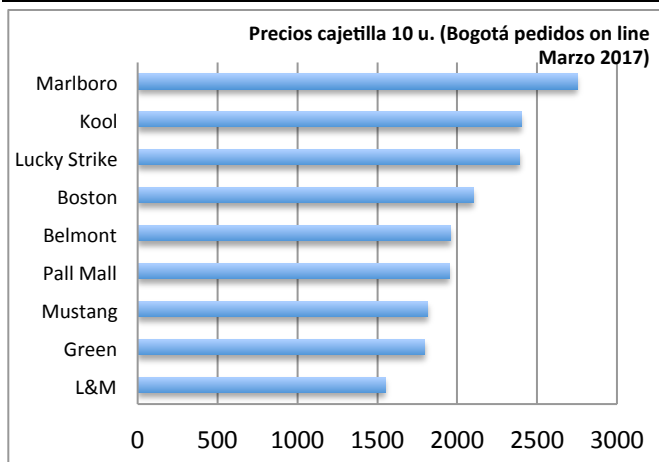
Colombia

Monitoreo impuestos de cigarrillos

Los precios han aumentado un poco por debajo de lo esperado según la evolución del IPC de cigarrillos. La variación anual del primer bimestre de este año fue de 16,4%. En supermercados (3) parece que el ajuste se anticipó en diciembre, antes de que entrara en vigencia el impuesto: los precios de la encuesta anual del DANE para este canal aumentaron 15,1% respecto al año anterior. El precio real, que entre 2009 y 2016 creció moderadamente, ha tenido en lo corrido de este año el incremento más acelerado que se haya observado desde mediados de los 90.

Resultados del sondeo de precios en Bogotá

Bogotá: tiendas de barrio	Número de unidades	Ago-sep 2016	Enero	Febrero
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	10	\$ 1.881	\$ 2.038	\$ 2.309
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	20	\$ 3.208	\$ 3.809	\$ 4.367
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	1	\$ 346	\$ 400	\$ 375
		Var. % periodo anterior		
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	10		8%	13%
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	20		19%	15%
Promedio marca más vendida (Mustang/Belmont)	1		16%	-6%



Fuente: Anáas, encuesta sobre comercio ilícito 2016 y sondeos propios en 2017 en a) tiendas de barrio en las localidades Rafael Uribe Uribe, Antonio Nariño, Engativá y Barrios Unidos y b) Servicios de domicilios on-line de Rappi, Mercadoni y Merqueo.

Notas técnicas y fuentes

(1) Los precios observados 2015-2016 corresponden a la mediana de las certificaciones de precios en supermercados. * Precios estimados con un supuesto moderado de overshifting, es decir, un ajuste en el precio al consumidor mayor que el aumento del impuesto: En el escenario base 2017-2020 los precios antes de impuestos aumentan a un ritmo superior en 1 punto a la inflación. El IVA se calcula sobre un precio base igual al 84% del PVP en febrero 2017 y a partir de ese período el precio base se ajusta en función del crecimiento combinado del impuesto específico y el precio antes de impuestos.

(2) Índice PPP tomado de: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/weodata/weoselser.aspx?c=233&t=1>

(3) A partir de 2017 la sobretasa se modificó por un impuesto ad valorem (1) cuya base es el precio certificado por el DANE. Ver comunicación Dirección de Apoyo Fiscal a consulta almacenes la 14 sobre declaración y pago de sobretasa en 2017. Disponible en:

[Concepto DAF enero 2017](#)

(4) Calculado con base en DANE. Precio real(t) = IPC Clase Cigarrillos(t)/IPC Total (t)

(5) Los supermercados son el canal de compra de menor peso. Las ventas callejeras y en pequeñas tiendas de barrio y cigarrerías atienden más del 60% del mercado.