Aplicación de impuestos sobre las bebidas alcohólicas

Resumen del tema en cuestión

Las bebidas alcohólicas—cerveza, vino y licores destilados—son una de las mercancías más reguladas.

El debate central respecto a la aplicación de impuestos a las bebidas alcohólicas es su eficacia y relevancia como herramienta para la salud pública.

La mayoría de las evaluaciones sobre la eficacia de la aplicación de impuestos como una herramienta para políticas de salud se basan en modelos predictivos y proyecciones de resultados en vez de basarse en el análisis de la información empírica.

La evidencia:

- Se ha argumentado que existe una relación inversa entre la aplicación de impuestos y los niveles totales de consumo per cápita; se prevé que el aumento de los impuestos reducirá el consumo y viceversa.
- Sin embargo, existen escasas evidencias empíricas de una correlación directa entre el nivel de aplicación de impuestos en un país y su nivel de consumo de alcohol.
- La experiencia a nivel nacional indica, por ejemplo, que la disminución de las tasas impositivas no implican una disminución del consumo.
- Las personas que beben de forma leve, moderada y excesiva responden de manera diferente a los cambios en la aplicación de impuestos; los bebedores excesivos son los menos afectados.
- Los patrones de consumo problemático resultan menos susceptibles a los cambios impositivos.
- El consumo de alcohol entre los jóvenes puede ser más susceptible a los cambios en la aplicación de impuestos que entre los adultos; se ha sugerido que dicho efecto es más pronunciado cuando los jóvenes compran sus propias bebidas alcohólicas.

Los ICAP Issues Briefings tratan temas específicos relativos a las políticas del alcohol y brindan un panorama sucinto de las evidencias clave. Cuando corresponde, incluyen un análisis de los resultados previstos y no previstos, casos prácticos de los países y las principales posturas respecto de un debate específico.

Resultados indeseados:

- Los elevados impuestos al consumo pueden generar un aumento del comercio de alcohol desregulado o el crecimiento del mercado gris o negro, especialmente cuando la carga tributaria es menor en las jurisdicciones aledañas.
- Los elevados impuestos al consumo también pueden desviar la demanda hacia productos sustitutos más baratos y nocivos.
- Las grandes diferencias en los impuestos al consumo entre jurisdicciones aledañas puede generar una pérdida de ingresos como resultado del comercio transfronterizo, tanto lícito como ilícito.

Limitaciones:

- El alcohol es diferente de otros productos en que los consumidores siempre tienen la opción de reemplazar las bebidas más caras por bebidas más baratas.
- Los cambios en las tendencias de consumo se pueden producir independientemente de la introducción o eliminación de impuestos u otras medidas políticas.
- La aplicación de impuestos como herramienta de políticas sólo es factible cuando los índices entre las jurisdicciones aledañas están en armonía.
- El apoyo popular a la aplicación de impuestos y otras medidas restrictivas es escaso, incluso cuando dichas medidas se han usado tradicionalmente.
- La aplicación de impuestos tiene un impacto limitado especialmente en los mercados en los que la mayor parte del alcohol que se produce y se vende es no comercial y, por lo tanto, se encuentra fuera del alcance de la regulación por parte del gobierno.

¿Cuál es la cuestión?

Las bebidas alcohólicas—cerveza, vino y licores destilados—son una de las mercancías más reguladas.

Al igual que la mayoría de los otros productos, las bebidas alcohólicas se encuentran sujetas a la aplicación de impuestos por parte del gobierno nacional, federal, estatal y/o local (país o ciudad).

A las bebidas alcohólicas de producción comercial se les aplican impuestos en todos los países en que se venden.

La aplicación de impuestos se usa con varios fines (1):

- Para generar ingresos para el gobierno;
- Para crear barreras al comercio;
- Para fomentar la compra de productos nacionales por sobre los productos importados.

La aplicación de impuestos sobre las bebidas alcohólicas representa una proporción significativa de los ingresos del gobierno. Por ejemplo:

- Durante el año fiscal 2004-2005, los impuestos sobre el alcohol representaron el 7% de los ingresos brutos totales provenientes de la aplicación de impuestos en el Reino Unido (2).
- Los ingresos totales que se obtuvieron mediante el impuesto al consumo sobre las bebidas alcohólicas en el Reino Unido durante el año fiscal 2006-2007 fueron:
- GBP 7913 millones (proveniente de todas las bebidas alcohólicas);
- GBP 2256 millones proveniente de los licores;
- GBP 564 millones proveniente del Whisky Escocés únicamente.

Algunos argumentan que la aplicación de impuestos sobre las bebidas alcohólicas se puede usar como herramienta social y de salud pública para reducir el consumo y el abuso de alcohol y los problemas relacionados con el alcohol. Los ingresos que se generan a través de la aplicación de impuestos tienen el objetivo aparente de cubrir los costos externos del daño relacionado con el alcohol. Sin embargo, en la mayoría de los países del mundo, la aplicación de estos impuestos se fundamenta en la generación de mayores ingresos en vez de compensar el costo social del consumo de alcohol.

El impacto y la eficacia de la aplicación de impuestos como herramienta de políticas de salud es aún objeto de gran debate.

¿Cuál es el debate?

El debate central respecto de la aplicación de impuestos es su eficacia y relevancia como herramienta para la salud pública.

Los defensores de la aplicación de impuestos como herramienta de políticas de salud argumentan que el aumento de la carga impositiva sobre las bebidas alcohólicas las hacen menos asequibles a los consumidores, lo que implica una disminución del consumo, del uso indebido del alcohol y del daño potencial.

Las siguientes citas resumen algunas de las posturas claves:

> La aplicación de impuestos al alcohol es un mecanismo eficaz para disminuir los problemas con el alcohol… Se ha demostrado que la noción de que los bebedores excesivos o dependientes son inmunes a la influencia del precio es incorrecta. Sencillamente, pero con toda la precisión científica, la aplicación de impuestos al alcohol es un instrumento de fácil acceso que se puede aplicar para salvar vidas y evitar el padecimiento relacionado con el alcohol. (3)

> Entre las diferentes estrategias que usan los estados y los países para controlar los problemas relacionados con el alcohol, la regulación de los impuestos y los precios del alcohol ha sido la más popular por mucho… La regulación de los impuestos y los precios es relativamente fácil de establecer en la ley y de aplicar en la práctica. (4)

Sin embargo, otros consideran que si bien la aplicación de impuestos debe ser parte de un marco regulatorio razonable respecto al alcohol, esta no es, por si sola, una herramienta eficaz para prevenir las consecuencias negativas:

> Existe un peligro al suponer que los controles de precio y disponibilidad representan una solución adecuada en sí misma o que, en caso de resultar insuficientes, todo lo que debe hacerse es hacerlos más rigurosos. La historia nos enseña que las restricciones excesivas en última instancia generan una apatía general, con excepción de aquellos que poseen un compromiso ideológico con dichas restricciones. (5)

> Al aplicar impuestos sobre el alcohol, los gobiernos deben equilibrar el deseo de los consumidores de comprar bebidas alcohólicas a un costo razonable con la necesidad de recaudar impuestos y el deseo de desalentar los patrones negativos de consumo de alcohol. (6)

¿Cuál es la evidencia?

Cuestiones metodológicas

La evaluación de la aplicación de impuestos como herramienta de política sanitaria eficaz se basa en gran medida en modelos predictivos y en proyecciones de resultados.

Las predicciones acerca del impacto que producen los cambios impositivos dependen en gran medida de la evidencia empírica sobre la relación entre el consumo per cápita de alcohol y los indicadores de daño (p. ej., accidentes automovilísticos, cirrosis hepática, suicidio y violencia). Entonces, las proyecciones generalmente se realizan acerca del posible impacto que producirán los cambios impositivos sobre esta relación.

- Por ejemplo, este modelo se ha aplicado para predecir el posible impacto de una disminución de impuestos en los países nórdicos luego de la incorporación en la UE y la armonización de las políticas (7-9).

Algunos estudios también han utilizado los denominados "experimentos naturales" históricos, en los que los niveles de consumo de alcohol y la incidencia del daño se correlacionaban con cambios en las tasas impositivas.

- Por ejemplo, los aumentos impositivos se correlacionaron con los niveles de cirrosis hepática (usado como indicador de daño) en Dinamarca en 1917 (durante la Primera Guerra Mundial) (10).

Estas metodologías se basan en diferentes supuestos:

- Que las relaciones empíricas históricas también se mantendrán en el futuro;
- Que no existen factores importantes, más allá de los cambios en el consumo de alcohol, involucrados en la relación (por ejemplo, revueltas sociales y otras influencias externas durante periodos de disturbios y tiempos de guerra). Este supuesto es conocido como "ceteris paribus" en el cual todas las variables, excepto una, permanecen constantes (11).

En general, existe una correlación muy débil entre los niveles de daños previstos y los daños observados por diferentes motivos (7):

- Los cambios en las tendencias y los patrones de consumo (por ejemplo, el aumento del consumo de alcohol entre las mujeres, o los cambios en la proporción de consumo total que representan los bebedores compulsivos);
- Los cambios en los criterios de diagnóstico y la recopilación de información sobre indicadores, tales como la cirrosis hepática;
- Los cambios en los servicios de tratamiento;
- Confusión por factores diferentes del alcohol que pueden afectar los indicadores de daño;
- Confusión por el consumo de alcohol no registrado;
- Desfase temporal entre el consumo y la aparición de indicadores de daño.

Aplicación de impuestos y niveles de consumo

Se ha argumentado que existe una relación inversa entre los niveles de aplicación de impuestos y el consumo total per cápita. El aumento de los impuestos reduce los niveles de consumo y viceversa.

Esta suposición se basa en gran medida en la teoría económica básica, sobre la relación entre oferta y demanda, como también en modelos que proyectan el impacto que la disminución de los impuestos causa sobre el consumo de alcohol (3, 7, 8).

Los estudios han indicado que los consumidores responden de manera diferente a los cambios de precios (incluidos los cambios impositivos) en diferentes países (12).

Existe escasa evidencia de una correlación directa entre el nivel de aplicación de impuestos en un país y el nivel de consumo de alcohol.

- Tal como indica el **Cuadro 1**, en algunos países con altos impuestos al consumo sobre el vino, la cerveza y los licores, los índices de consumo per cápita son bajos. Sin embargo, en otros países en los que los impuestos son altos, también lo son los niveles de consumo per cápita.

La evidencia empírica indica que, a pesar de las predicciones en contrario, la disminución de los impuestos no implica un mayor consumo.

- Luego de las disminuciones impositivas a gran escala que se produjeron en Dinamarca, Finlandia y Suecia en 2003, los niveles de consumo disminuyeron o permanecieron igual en los tres países (13).

Aplicación de impuestos y patrones de consumo de alcohol

Las personas que beben de forma leve, moderada y excesiva responden de manera diferente a los cambios impositivos:

- La demanda por parte de las personas que beben en forma leve y moderada es más susceptible al precio que la demanda por parte de las personas que beben en forma excesiva (14).
- Un análisis realizado en EE.UU. (15) indica que las personas que beben en forma moderada autoreportan un gasto promedio mayor por bebida que los

Cuadro 1: Tasas de impuestos al consumo sobre las bebidas alcohólicas y patrones de consumo en los países EU-15 y EU-10

País		Tasas de impuestos al consumo en Europa[1]			
		Cerveza	Vino no espumoso	Licores	Total de consumo[2]
Austria	AT	2,000	00,00	1000,00	11,08
Bélgica	BE	1,711	47,10	1752,24	10,63
Chipre	CY	4,860	00,00	606,90	11,52
República Checa	CZ	0,848	00,00	936,79	12,99
Dinamarca	DK	6,830	82,34[3]	2011,48	11,71
Estonia	EE	3,710	66,47	971,46	9,00
Finlandia	FI	19,450	212,0	2825,00	9,31
Francia	FR	2,600	3,40	1450,00	11,43
Alemania	DE	0,787	00,00	1303,00	11,99
Grecia	EL	1,130	00,00	1090,00	9,01
Hungría	HU	1,964	00,00	858,15	13,60
Irlanda	IE	19,870	273,0	3925,00	13,69
Italia	IT	2,350	00,00	800,01	8,02
Letonia	LV	1,870	43,10	905,17	9,61
Lituania	LT	2,030	43,44	926,78	9,89
Luxemburgo	LU	0,793	00,00	1041,15	15,56
Malta	MT	0,746	00,00	2329,37	6,02
Países Bajos	NL	5,500[4]	59,02	1504,00	9,68
Polonia	PL	1,730	34,34	1148,76	8,09
Portugal	PT	8,270[5]	00,00	956,83	11,54
Eslovaquia	SK	1,340	00,00	756,99	10,35
Eslovenia	SI	6,860	00,00	694,79	6,74
España	ES	0,910	00,00	830,25	11,68
Suecia	SE	15,750	236,6	5373,19	5,96
Reino Unido	UK	20,220	262,6	2885,38	11,75

1. Las tasas impositivas son tasas estándares por hectolitro de alcohol puro en el producto acabado de vino y licores. Respecto de la cerveza, los impuestos al consumo en Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Irlanda, Letonia, Lituania, Eslovenia, Suecia y el Reino Unido son por hectolitro por grado de alcohol. Las tasas impositivas sobre la cerveza en Chipre son por hectolitro. Para todos los otros países, las tasas impositivas al consumo sobre la cerveza son por hectolitro por grado Plato en el producto acabado. Consulte la información publicada en los Cuadros de Impuestos al Consumo de la Comisión Europea, Parte I—Bebidas Alcohólicas, disponible en http://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en.htm#.

2. Consumo per cápita de alcohol puro en litros entre adultos mayores de 15 años según la *Base de Datos Mundial sobre el Alcohol* de la Organización Mundial de la Salud, disponible en: http://www.who.int/globalatlas/loginManagement/autologins/gad_login.asp.

3. El índice indicado es el mínimo y se aplica al vino de entre 6 y 15% de alcohol por volumen. Para los vinos que contienen más de 15% de alcohol por volumen, el índice es EUR 123.37 por hectolitro de alcohol puro en el producto acabado.

4. El índice indicado es el mínimo y se aplica a la cerveza que contiene 7º Plato o menos; a continuación se indican los índices para las mayores concentraciones, por hectolitro por grado Plato del producto: EUR 18.84 para las cervezas que superan 7°, pero que no superan o que contienen 11º Plato; EUR 25.11 para las cervezas que superan 11°, pero que no superan o que contienen 15° Plato; y EUR 31.40 para las cervezas que superan 15° Plato.

5. El índice indicado es el mínimo y se aplica a la cerveza que contiene 8º Plato o menos; a continuación se indican los índices para las mayores concentraciones, por hectolitro por grado Plato del producto: EUR 13,.20 para las cervezas que superan 8°, pero que no superan o que contienen 11° Plato; EUR 16.53 para las cervezas que superan 11°, pero que no superan o que contienen 13° Plato; EUR 19.81 para las cervezas que superan 13°, pero que no superan o que contienen 15° Plato; y EUR 23.18 para las cervezas que superan 15° Plato.

bebedores más compulsivos (USD 4,75 y USD 0,79, respectivamente). Si bien los bebedores compulsivos consumen un mayor volumen de alcohol, estos son más propensos a sustituir las bebidas más caras por bebidas más baratas y de menor calidad, y a obtener bebidas a través de bebedores leves.

Los bebedores compulsivos son menos afectados por los cambios de precios producto de la aplicación de impuestos:

- La susceptibilidad al precio es menor entre los grupos de bebedores compulsivos (14).
- Ello resulta así en ambos sentidos: Una reducción impositiva en Dinamarca, Suecia y Finlandia en 2003, por ejemplo, no produjo efecto alguno sobre el consumo de los bebedores compulsivos (13).
- La evidencia indica que, al aumentar los precios, los bebedores compulsivos posiblemente dirijan su demanda a productos más baratos dentro de la misma categoría de bebidas (16).

Las tasas impositivas parecen producir un impacto limitado sobre los patrones problemáticos de consumo de alcohol.

A pesar de los altos índices impositivos, los patrones de consumo nocivo de alcohol y los resultados adversos persisten en muchos países (13).

- La cantidad de días de consumo excesivo constituye un indicador útil de los patrones de consumo nocivo. En general, los altos impuestos parecen tener un impacto menor sobre la cantidad de días de consumo excesivo que sobre los niveles totales de consumo de alcohol (14).

Los patrones nocivos o problemáticos de consumo de alcohol no se correlacionan con los índices impositivos en diferentes países (14, 17-21). Por ejemplo:

- En Irlanda, donde los índices impositivos son altos, tanto la prevalencia del consumo excesivo como el consumo general también permanecen altos. En Irlanda, el consumo general de alcohol supera el promedio de la UE en casi 25% y la proporción de bebedores compulsivos (26% de todos los bebedores) es la más alta de los países de la UE (20, 22).
- Tal como se indica en el Cuadro 2, Islandia, Finlandia y Alemania tienen altos índices de episodios de consumo excesivo, especialmente entre los hombres. Sin embargo, si bien los índices impositivos en Islandia y Finlandia son altos, en Alemania son relativamente bajos, lo que sugiere que los episodios de consumo excesivo se producen independientemente de los niveles de carga impositiva.
- En contraste, los índices de episodios de consumo excesivo son significativamente menores en Italia, Eslovaquia y España, que mantienen uno de los impuestos al consumo más bajos de Europa (ver **Cuadro 2**).

Cuadro 2: Índices de episodios de consumo excesivo en selectos países europeos

País	*Episodios de consumo excesivo entre la población de adultos*	
	Hombres	*Mujeres*
Finlandia	49,1	14,1
Islandia	42,7	20,0
Alemania	42,1	12,7
Eslovaquia	13,9	2,8
Italia	12,8	11,5
España	8,5	1,6

Fuente: Organización Mundial de la Salud (2004).

El consumo de alcohol entre los jóvenes puede verse más afectado que el consumo entre los adultos debido a los altos impuestos al alcohol:

- Algunos estudios sugieren que los jóvenes son más susceptibles a los cambios de precios (y a la aplicación de impuestos) que los adultos.
- Algunos estudios realizados en EE.UU. han determinado que los aumentos impositivos y los consecuentes aumentos de precios reducen la cantidad de bebidas alcohólicas que consumen los jóvenes (23, 24).
- Sin embargo, a pesar de los altos impuestos, los índices de consumo excesivo de alcohol entre los jóvenes de los países del norte de Europa presentan los mayores índices de consumo excesivo (25).

Se ha sugerido que es probable que los aumentos de precios afecten principalmente a jóvenes que compran sus propias bebidas alcohólicas.

- Generalmente, los jóvenes tienen menos ingresos disponibles que los adultos. Por lo tanto, son más propensos a verse afectados por los aumentos de precios que los adultos que poseen mayores ingresos.
- La mayoría de los jóvenes obtienen alcohol a través de los adultos; por lo tanto, cuando los padres y otros adultos son la fuente principal de obtención del alcohol, el precio no constituye un factor significativo para reducir el consumo entre los jóvenes (26, 27).
- Según el Eurobarómetro 2007 (28), el 68% de los europeos encuestados consideran que el aumento de precios no reducirá el consumo de alcohol entre los bebedores compulsivos o los jóvenes.

¿Existen resultados indeseados?

Los altos impuestos pueden generar un aumento del comercio desregulado del alcohol o un crecimiento del mercado gris o negro.

Un comercio transfronterizo vigoroso (desregulado) puede acompañar altos índices impositivos sobre las bebidas alcohólicas, especialmente si existe una disparidad entre las políticas de las jurisdicciones aledañas (29).

- Los rigurosos esfuerzos por controlar la disponibilidad de las bebidas alcohólicas en la Unión Soviética de mediados de 1980 generaron un brusco aumento de la producción ilegal y del contrabando transfronterizo (30-33).
- En el Reino Unido, los altos impuestos sobre las bebidas alcohólicas han generado un gran tráfico de bebidas alcohólicas desde Francia, donde los precios son menores.

Los elevados impuestos pueden desviar la demanda hacia productos sustitutos más baratos y a menudo nocivos.

- En Rusia, el samogon casero no sujeto al pago de impuestos se consume casi cinco veces más que el vodka que sí paga impuestos en algunas regiones, debido a su costo menor (el samogon cuesta entre la mitad y un cuarto de lo que cuesta el vodka) (34).
- Las alternativas baratas a los productos comerciales pueden incluir alcoholes no aptos para el consumo/derivados (p. ej., compuestos medicinales, productos de automóviles y cosméticos) o bebidas que se mezclan con dichos alcoholes (34).
- El metanol generalmente se usa como aditivo en los productos baratos y posee graves consecuencias para la salud (35).
- En forma contraria, la liberalización de precios en Suecia aumentó el comercio doméstico de productos comerciales y redujo a una quinta parte el consumo estimado de bebidas caseras (7).

Grandes diferencias en la carga impositiva entre jurisdicciones aledañas puede generar una pérdida de ingresos como resultado del comercio transfronterizo.

Se ha sugerido que las diferenciales de precios son un factor condicional más significativo del comercio transfronterizo que otros factores, tales como las cuotas a la importación personal (13).

Cuando las diferencias en los impuestos al alcohol son significativas, el tráfico transfronterizo también es elevado (7). Por ejemplo:

- Luego de las reducciones impositivas sobre las bebidas alcohólicas en Dinamarca (2003) y Finlandia (2004) para cumplir con los requisitos de armonización de la UE, el tráfico transfronterizo de alcohol hacia Suecia aumentó (36).

¿Cuáles son las limitaciones?

Sustitución

El alcohol se diferencia de otros productos en la medida en que los consumidores siempre tienen la opción de reemplazar un producto por otro.

- Los productos más caros (dentro de una determinada categoría de bebidas) se pueden reemplazar por productos más baratos o se pueden comprar al por mayor con descuento (15).
- Las bebidas de menor calidad pueden reemplazar a las bebidas de mayor calidad (y más caras) (37).
- El consumo de alcohol puede cambiar a contextos más económicos (por ejemplo, consumo en el hogar) para compensar los cambios de precios y mantener los patrones de consumo (44).
- Cuando el alcohol no comercial se consigue fácilmente, los productos comerciales afectados por impuestos pueden ser reemplazados por dicho alcohol no comercial (37).

Tendencias naturales

Los cambios en las tendencias de consumo se pueden producir independientemente de la introducción o eliminación de impuestos.

Algunos experimentos naturales indicaron que los cambios en los niveles impositivos no necesariamente generan cambios en el consumo. Por ejemplo:

- Luego de la reforma impositiva sobre los licores que se realizó en Suiza en 1999, los impuestos sobre productos importados fueron reducidos entre un 30-50% del precio minorista. El impacto inmediato fue un aumento de 30% en el consumo de licores, aunque el consumo total de todos los tipos de bebidas alcohólicas no sufrió cambios (38).
- La creación de un impuesto sobre los alcopops en Alemania en 2004 generó una disminución del consumo de esta clase de productos; sin embargo, se observó una disminución similar en Austria sin haberse creado dicho impuesto (39).

El periodo comprendido entre 1975 y 2000 indicó una disminución del 30% en el consumo de alcohol en los países mediterráneos que son parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD por

su sigla en inglés) (40). En general, estos países tienen menores impuestos al alcohol que los países nórdicos.

Armonización

La aplicación de impuestos como herramienta de políticas sólo es factible cuando la carga tributaria entre las jurisdicciones aledañas es consistente.

- Las disparidades impositivas entre las jurisdicciones aledañas reducen significativamente la eficacia de la aplicación de impuestos y pueden traer como consecuencica diferentes resultados indeseados.
- La aplicación de impuestos sólo se puede implementar de manera eficaz si las fronteras están cerradas y el tráfico se regula estrictamente, o cuando las políticas entre los estados están totalmente en armonía.

Apoyo popular

El apoyo popular a la aplicación de impuestos y otras medidas restrictivas está disminuyendo.

- Incluso en lugares donde tradicionalmente se han usado normas restrictivas sobre el alcohol, el apoyo público parece estar menguando (36, 41).
- Las encuestas realizadas en EE.UU. y Canadá han determinado que el apoyo a los impuestos elevados es bajo, mostrando un declive del 47,7% en 1989 a 35,3% en 2000 (42).
- El 68% de los encuestados dijo que los mayores impuestos y precios no impedirán el consumo de alcohol entre los bebedores compulsivos y los jóvenes (28).
- En Noruega, las encuestas que se realizaron sobre las actitudes de los consumidores han sugerido que estos están cada vez más a favor de una política más liberal respecto de la disponibilidad del alcohol (36).

Mercado desregulado

La aplicación de impuestos ha limitado el impacto en los mercados en los que la mayor parte del alcohol que se produce y se vende es no comercial y, por lo tanto, se encuentra fuera del alcance de la regulación del gobierno.

- El alcohol no comercial, generalmente no registrado en las estadísticas del gobierno, incluye una amplia gama de bebidas tradicionales y caseras, como también bebidas falsificadas y producidas en masa de manera ilícita. Ello representa una gran cantidad del alcohol que se consume en los países en vías de desarrollo (43).
- La proporción de alcohol no comercial que se consume varía enormemente entre una región y otra. Según las estimaciones de la OMS (22), representa:
- El 90% de todo el alcohol que se consume en África del Este;
- 2/3 de todo el alcohol que se consume en el Subcontinente Indio;
- 1/3 de todo el alcohol que se consume en Europa del Este y Latinoamérica.

Publicaciones pertinentes de ICAP

International Center for Alcohol Policies (ICAP). (2006). *Alcohol taxation*. ICAP Reports 18. Disponible : http://www.icap.org/Publications/ICAPReports

International Center for Alcohol Policies (ICAP). (2005). Module 21: Noncommercial alcohol. In *ICAP Blue Book: Practical guides for alcohol policy and prevention approaches (El libro azul de ICAP : guía práctica para las políticas sobre el alcohol e intervenciones específicas)*. Disponible : http://www.icap.org/PolicyTools/ICAPBlueBook

Stimson, G., Grant, M., Choquet, M., & Garrison, P. (Eds). (2007). Chapter 8: Fieasible interventions for minimizing harm. In *Drinking in context: Patterns, interventions, and partnerships (El consumo de alcohol en contexto : patrones, intervenciones y asociaciones)*. New York: Routledge.

International Center for Alcohol Policies (ICAP). (2000). *Geneva partnership on alcohol: Towards a global charter (La asociación de Ginebra sobre el alcohol hacia una carta global)*. Disponible : http://www.icap.org/Publication/OtherICAPPublications

Referencias

1. Koski, A., Siren, R., Vuori, E., & Poikolainen, K. (2007). Alcohol tax cuts and increase in alcohol-positive sudden deaths: A time-series intervention analysis. Addiction, 102, 362-368.
2. U.K. Economic and Social Research Council (ESRC). (2008). Taxation in the U.K. Available: http://www.esrcsocietytoday.ac.uk/ESRCInfoCentre/facts/UK/index25.aspx?ComponentId=7100&SourcePageId=18129.
3. Edwards, G., Anderson, P., Babor, T. F., Casswell, S., Ferrence, R., Giesbrecht, N., et al. (1995). Alcohol policy and the public good. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
4. Babor, T. F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., et al. (2003). Alcohol: No ordinary commodity. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
5. Stimson, G., Grant, M., Choquet, M., & Garrison, P. (Eds.). (2007). Drinking in context: Patterns, interventions, and partnerships. New York: Routledge.
6. International Center for Alcohol Policies (ICAP). (2000). The Geneva partnership on alcohol: Towards a global charter. Available: http://www.icap.org/Publication/OtherICAPPublications/tabid/149/Default.aspx.
7. Andreasson, S., Holder, H., Norstrom, T., Osterberg, E., & Rossow, I. (2006). Estimates of harm associated with changes in Swedish alcohol policy: Results from past and present estimates. Addiction, 101, 1096-1105.
8. Holder, H., Giesbrecht, N., Horverak, O., Nordlund, S., Norstrom, T., Olsson, O., et al. (1995). Potential consequences from pos¬sible changes to Nordic retail alcohol monopolies resulting from European Union membership. Addiction, 90, 1603-1618.
9. Osterberg, E. (2001). Effects of price and taxation. In N. Heather, T. J. Peters, & T. Stockwell (Eds.), International handbook of alcohol dependence and problems. Part VI: Prevention of alcohol problems (pp. 685-698). Chichester, United Kingdom: John Wiley & Sons.
10. Bruun, K., Edwards, G., Lumio, M., Makela, K., Pan, L., Popham, R. E., et al. (1975). Alcohol control policies in public health perspective. Helsinki, Finland: Finnish Foundation for Alcohol Studies (STAKES).
11. Fillmore, K. M., Roizen, R., Farrell, M., Kerr, W., Lemmens, P. (2002). Wartime Paris, cirrhosis mortality, and the ceteris paribus assump¬tion. Journal of Studies on Alcohol, 63, 436-446.
12. Osterberg, E. (1995). Do alcohol prices affect consumption and related problems? In H. Holder & G. Edwards (Eds.), Alcohol and public policy: Evidence and issues (pp. 145-163). Oxford, United Kingdodm: Oxford University Press.
13. Makela, P., Bloomfield, K., Gustafsson, N.-K., Huhtanen, P., & Room, R. (2007). Changes in volume of drinking after changes in alcohol taxes and travelers' allowances: Results from a panel study. Addiction, 103, 181-191.
14. Manning, W., Blumberg, L., & Moulton, L. (1995). The demand for alcohol: The differential response to price. Journal of Health Economics, 14, 123-148.
15. Kerr, W. C., & Greenfield, T. K. (2007). Distribution of alcohol consumption and expenditures and the impact of improved measurement on coverage of alcohol sales in the 2000 National Alcohol Survey. Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 31, 1714-1722.
16. Grunewald, P. J., Ponicki, W. R., Holder, H., & Romelsjo, A. (2006). Alcohol prices, beverage quality, and the demand for alcohol: Quality substitutions and price elasticities. Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 30, 96-105
17. Heyman, G. M. (1996). Elasticity of demand for alcohol in humans and rats. In L. Green & J. H. Kagel (Eds.), Advances in behavioral economics: Volume 3. Substance use and abuse (pp. 107-132). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
18. Heyman, G. M. (2000). Economic approach to animal models of alcoholism. Alcohol Research and Health, 24, 132-140.
19. Kenkel, D. S. (1996). New estimates of the optimal tax on alcohol. Economic Inquiry, 34, 296-319.
20. Cnossen, S. (2007). Alcohol taxation and regulation in the European Union. International Tax and Public Finance, 14, 699-732.
21. Österberg, E., & Karlsson, T. (Ed.). (2003). Alcohol policies in EU member states and Norway: A collection of country reports. Helsinki, Finland: Finnish Foundation for Alcohol Studies (STAKES).
22. World Health Organization (WHO). (2004). Global status report on alcohol. Geneva, Switzerland: Author.
23. Chaloupka, F. J., Grossman, M., & Saffer, H. (2002). The effects of price on alcohol consumption and alcohol-related problems. Alcohol Research and Health, 26, 22-34.
24. Cook, P. J., & Moore, M. J. (1994). This tax's for you: The case for higher beer taxes. National Tax Journal, 47, 559-573.
25. Hibell, B., Andersson, B., Bjarnason, T., Ahlström, S., Balakireva, O., Kokkevi, A. et al. (2004). The ESPAD report 2003: Alcohol and other drug use among students in 35 European countries. Stockholm: Swedish Council for Information on Alcohol and Other Drugs.
26. Lundborg, P. (2002). Young people and alcohol: An econometric analysis. Addiction, 97, 1573-1582.
27. National Research Council and Institute of Medicine. (2004). Reducing underage drinking: A collective responsibility. Washington, DC: National Academies Press.
28. European Commission. (2007). Attitudes towards alcohol. Special Eurobarometer 272b. Available: http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/alcohol/documents/ebs272_en.pdf.
29. Alavaikko, M., & Österberg, E. (2000). The influence of economic interests on alcohol control policy: A case study from Finland. Addiction, 95(Suppl. 4), S565-S579.
30. Loukomskaia, M. I. (1997). Recent alcohol policies in Russia. Alcologia, 9, 37-42.
31. McKee, M. (1999). Alcohol in Russia. Alcohol and Alcoholism, 34, 824-829.
32. Partanen, J. (1993). Failures in alcohol policy: Lessons from Russia, Kenya, Truk and history. Addiction, 88(Suppl.), S129-S134.
33. Zaigraev, G. (2004). The Russian model of noncommercial alcohol consumption. In A. Haworth & R. Simpson (Eds.), Moonshine markets: Issues in unrecorded alcohol beverage production and consumption (pp. 31-40). New York: Brunner-Routledge.
34. Stickley, A., Leinsalu, M., Andreev, E., Razvodovsky, Y., Vagerö, D., & MacKee, M. (2007). Alcohol poisoning in Russia and the countries in the European part of the former Soviet Union, 1970-2002. European Journal of Public Health, 17, 444-449.
35. Lachenmeier, D. W., Rehm, J., & Gmel, G. (2007). Surrogate alcohol: What do we know and where do we go? Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 31, 1613-1624.
36. Nordlund, S. (2007). The influence of EU on alcohol policy in a non-EU country. Journal of Substance Use, 12, 405-418.
37. Haworth, A., & Simpson, R. (Ed.). (2004). Moonshine markets: Issues in unrecorded alcohol beverage production and consumption. New York: Brunner-Routledge.

38. Heeb, J. L., Gmel, G., Zurbrügg, C., Kuo, M., & Rehm, J. (2003). Changes in alcohol consumption following a reduction in the price of spirits: A natural experiment in Switzerland. Addiction, 98, 1433-1446.

39. Uhl, A. (2005). Darstellung und kritische Analyse von Kostenberechnungen im Bereich des Substanzmissbrauchs. Sucht, 52, 121-132.

40. Nelson, J. P. (2007). Alcohol advertising bans, consumption, and control policies in seventeen OECD countries, 1975-2000. Available: http://econ.la.psu.edu/papers/Nelson_IOS_AdBans.pdf.

41. Giesbrecht, N., Ialomiteanu, A., Anglin, L., & Adlaf, N. (2007). Alcohol marketing and retailing: Public opinion and recent policy develop¬ment in Canada. Journal of Substance Use, 12, 389-404.

42. Greenfield, T., Ye, Y., & Giesbrect, N. (2007). Views of alcohol control policies in the 2000 National Alcohol Survey: What news for alcohol policy development in the U.S, and its states? Journal of Substance Use, 12, 429-445.

43. Rehm, J., & Gmel, G. (2001). Alcohol per capita consumption, pat¬terns of drinking and abstention worldwide after 1995: Appendix 2. European Addiction Research, 7, 155-157.

44. Wells, S. , Graham, K., & Purcell, J. (2009). Policy implications of the widespread practice of "pre-drinking" or "pre-gaming" before going to public drinking establishments: Are current prevention strategies backfiring? Addiction, 104, 4-9.

International Center for Alcohol Policies
Analysis. Balance. Partnership.

1519 New Hampshire Avenue, NW
Washington, DC 20036 USA

Tel: +1.202.986.1159
Fax: +1.202.986.2080

www.icap.org

© International Center for Alcohol Policies, 2009

El Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol (International Center for Alcohol Policies, ICAP) es una organización sin fines de lucro cuya misión consiste en promover la comprensión del rol que el alcohol ocupa en la sociedad a través del diálogo y las asociaciones que incluyen a la industria de las bebidas alcohólicas, la comunidad de la salud pública y otros interesados en la política sobre el alcohol y en ayudar a reducir el abuso del alcohol en el ámbito internacional. ICAP recibe el apoyo de los principales productores internacionales de bebidas alcohólicas.