

EFECTOS DE LA LEY 28705 E IMPUESTOS EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA BAT

Juan Fernando Vallejos Díaz¹

RESUMEN

Los análisis de las ventas de clientes, estados financieros de la empresa, resultados obtenidos según los métodos utilizados como la observación, encuestas, entrevistas, ficha documental y su relación con la ley antitabaco, Ley 28705 y el incremento de impuestos. La importancia del estudio está sustentada en la necesidad de las empresas tabacaleras en conocer sus tendencias futuras y determinar si es o no rentable el negocio. Es innegable que la elaboración de estrategias para que las empresas relacionadas a la industria del tabaco puedan sobrevivir, requiere necesariamente estudios en base a hechos y datos concretos; así mismo el análisis de leyes relacionadas a la industria del tabaco. Adicionalmente hay una relación con la salud de los consumidores. British American Tobacco (BAT) es la empresa que lidera el mercado del tabaco peruano y por ende tiene la necesidad de estar constantemente buscando las mejores alternativas para lidiar con las restricciones impuestas por ley, especialmente en la rentabilidad que tuvo cierto declive.

Palabras clave: Tabaco, restricciones, leyes.

ABSTRACT

The present article includes the analysis of the sales of clients, financial statements of the company, results obtained according to the methods used as observation, surveys, interviews, documentary file and its relation with the anti-smoking law, Law 28705 and tax increase. The importance of the study is based on the need for tobacco companies to know their future trends and determine whether or not the business is profitable. It is undeniable that the development of strategies for tobacco-related enterprises to survive, necessarily requires evidence-based studies and concrete data; As well as the analysis of laws related to the tobacco industry. Additionally, there is a relationship with the health of consumers. British American Tobacco (BAT) is the company that leads the peruvian tobacco market and therefore has the need to constantly seek the best alternatives to deal with the restrictions imposed by law, especially in the profitability that had some decline.

Key words: Tobacco, restrictions, laws.

INTRODUCCIÓN

La Ley 28705 y los impuestos están afectando a las empresas tabacaleras. La investigación comprende la variación en la rentabilidad de una de las empresas más importantes del Perú que está dedicada a la fabricación y comercialización de cigarrillos.

La comercialización de tabaco hacia el consumidor final es restringida por ley y el incremento de impuestos. Aplicamos ratios para evaluar a los estados financieros,

obtenidos de la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV), para conocer la rentabilidad de la empresa, así mismo mediante encuestas a clientes y gerentes de la empresa.

Respecto a los impuestos López y Viudes de Velasco (2010) menciona que la política fiscal española, en general, incide sobre la salud de la población mediante numerosas vías, que comprenden tanto las medidas de estabilización y suavización del ciclo económico como las medidas de redistribución

¹ Universidad Nacional Autónoma de Chota. E-mail: fervadi@hotmail.com

de la renta. El artículo discute las posibilidades de la fiscalidad indirecta como mecanismo capaz de alterar los precios relativos de bienes y servicios, y por ende de incentivar a los ciudadanos a consumir productos saludables y abandonar los nocivos.

Goodchild *et al.* (2016) concluye que los impuestos sobre el tabaco pueden evitar millones de fallecimientos atribuibles al tabaco en todo el mundo y pueden contribuir a lograr los objetivos de desarrollo sostenible. También existe la posibilidad de que los impuestos sobre el tabaco generen el espacio fiscal necesario para financiar el desarrollo, principalmente en países con ingresos bajos y medios.

“Los cigarrillos siguen siendo el único producto legal que mata casi a la mitad de sus consumidores regulares si se utiliza de la manera prevista por el fabricante. Sin embargo, la información sobre los ingredientes y la toxicidad de todos los productos de tabaco, incluidos los cigarrillos, sigue siendo insuficiente. Es necesario rellenar esta laguna con una reglamentación apropiada a nivel de país y con más investigaciones” (OMS, 2006).

Pinillos *et al.* (2005) asevera que el tabaquismo es actualmente un problema de salud pública que representa una epidemia global responsable de muchos daños en la salud de la población. La situación en el mundo nos indica que 1100 millones de personas fuman, que 4 millones mueren por año, y se estima que 10 millones morirán por año en el 2030; de ellos, 7 millones serán de países en desarrollo. La situación del tabaquismo en el Perú para el año 2000 describe que el 61% de los varones y 46% de las mujeres han fumado alguna vez; que 40% de mujeres mayores de 18 años y 60% de hombres mayores de 18 años han fumado en el último año.

Pinillos *et al.* (2005) menciona también que la lucha antitabáquica como acción prioritaria dentro de la política sanitaria mundial ha impulsado un instrumento jurídico internacional que limitará la difusión mundial del tabaco y sus productos, a través del Convenio Marco del Control del Tabaco, que significa un compromiso de los países firmantes para tener legislación integral en el tema del control del

tabaquismo, y es el Perú uno de los primeros 40 países firmantes.

BAT investiga permanentemente la tendencia de las ventas en el mercado permitiéndole planificar estrategias adecuadas para no verse afectada con su rentabilidad.

El objetivo general de nuestra investigación fue determinar los efectos de Ley 28705 y el efecto del incremento de impuestos en la rentabilidad de la empresa, principalmente durante el período 2009 y 2010, para ello se comparó los estados financieros de años precedentes y el incremento de impuestos suscitados hasta la actualidad, para ello replicamos la exteriorización de Bardach *et al* (2016), la carga de enfermedad de los consumidores y el costo para el sistema de salud asociados al tabaquismo, los cuales son elevados en Perú. Incrementar los impuestos al cigarrillo podría derivar en importantes beneficios para el país, tanto sanitarios como económicos.

Específicamente nuestros objetivos fueron:

- Examinar las restricciones de comercialización de cigarrillos, en el año 2010, según la Ley 28705.
- Examinar los principales incrementos sobre los impuestos a los cigarrillos.
- Evaluar la rentabilidad de BAT en los años 2009 y 2010.
- Establecer la relación entre las restricciones de comercialización de cigarrillos e impuestos y la rentabilidad de la empresa en los años 2009 y 2010.

Evidentemente se pueden dar dos casos: que las restricciones de comercialización de cigarrillos, en el año 2010, según la Ley 28705 e impuestos influyen negativamente sobre la rentabilidad de BAT o lo contrario. También la tendencia en el futuro.

BAT es una empresa dedicada a la fabricación y distribución de productos de tabaco en varios países del mundo. En este contexto, delimitamos la problemática de esta empresa en cuanto existen restricciones legales, entre otros factores que limitan el crecimiento económico y financiero, de esta industria, en el Perú.

Existen diferentes problemas dentro de la organización como por ejemplo la dificultad distributiva del producto, especialmente en zonas agrestes, contrabando de cigarrillos, excesivo pago de impuestos, la dificultad existente en las restricciones de comercialización de cigarrillos.

En los últimos años el Gobierno Peruano ha ido incrementando mayores restricciones a través de normas legales de prevención y control de los riesgos del consumo del tabaco, en las que incluye principalmente la regulación de comercialización, prohibición de venta a menores de edad y publicidad y patrocinio del mismo.

En relación a los centros educativos Cabieses *et al.* (2008) acota que en el Diario Oficial de la República de Chile se publicó, el 16 de mayo de 2006, la Ley N° 20.105, que modificó a la N° 19.419 concerniente a la publicidad y el consumo de tabaco. Desde que esta ley entró en vigor el 14 de agosto del mismo año, diversas instituciones y espacios públicos han debido acatar sus disposiciones. Con respecto a las instituciones de educación superior, dicha legislación ha determinado claramente sus exigencias, así como las consecuencias de su incumplimiento, lo cual ha motivado a las universidades a buscar estrategias de implementación eficiente, oportuna y duradera como la UC (Universidad Católica de Chile).

Según Camarelles (2006) afirma que en España el 1 de enero de 2006 entró en vigor la nueva Ley 28/2005 «Ley de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco». Esta ley ha supuesto un importante avance en las políticas de prevención y control del tabaquismo en la realidad española, en la dirección marcada por los organismos europeos e internacionales. La ley prohíbe el patrocinio de los productos del tabaco, así como toda clase de publicidad y promoción de los citados productos en todos los medios y soportes. La evidencia empírica demuestra que prohibir la publicidad del tabaco, en todos los medios publicitarios, y todas las formas de publicidad directa o indirecta, puede disminuir hasta un 7% el consumo del tabaco.

Existen organizaciones como por ejemplo Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), la Organización Panamericana de la Salud (OPS), La Organización Mundial de la Salud (OMS) que proponen y exigen a los gobiernos ciertas normas legales para proteger la salud de las personas y el Perú no es la excepción.

El 05 de mayo del 2016 se publica en el diario oficial El Peruano el Decreto Supremo N° 112-2016-EF que incrementa el Impuesto Selectivo al Consumo - ISC de S/. 0.07 a S/. 0.18 (157% más) por unidad de cigarrillo.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se utilizó la observación documental para observar los Estados Financieros y Reportes de Venta de clientes. La entrevista para acopiar información de los gerentes de ventas de la empresa. El cuestionario de la encuesta se aplicó a una muestra de 159 clientes que permitió conocer las ventas y opiniones por parte de los clientes de la empresa.

Los instrumentos y fuentes utilizadas para la investigación fueron: a) la ficha documental para acopiar datos e información de los Estados Financieros de la empresa y de los Reportes de Venta de los clientes, b) ficha de entrevista para acopiar información de los gerentes de ventas de la empresa y c) encuestas para acopiar datos e información de los clientes de la empresa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Podemos concluir manifestando que las restricciones de comercialización de cigarrillos, en el año 2010 frente al 2009, según la Ley 28705 e impuestos influye negativamente sobre la rentabilidad de BAT; sin embargo, eso no significa que la empresa no sea rentable porque mantiene un buen porcentaje de índice de rentabilidad en relación a las ventas, porque en el año indicado fue del 12%. Esto indica que la empresa todavía es rentable.

Podemos afirmar, según los resultados de la encuesta aplicada, que el total de los encuestados conoce por lo menos una de las restricciones de comercialización de cigarrillos, siendo la restricción que más destacan la referida a la prohibición de la venta de cigarrillos a menores de edad. En segundo lugar, la venta de cigarrillos sueltos o por

unidades y que según los comentarios de cuarenta y cinco de los encuestados es la que más efectos negativos les está causando. Así mismo treinta y nueve de los encuestados comentaron que el cambio de cajetillas de cinco unidades a cajetillas de diez unidades afectó las ventas, porque los consumidores ya se habían acostumbrado a comprar cajetillas de 5's y que las cajetillas de 10's y 20's tienen mayor precio.

Respecto a la venta de cigarrillos sin filtro, como anteriormente se vendía las marcas Inca y Nacional, el 6% de los encuestados se ven afectados por esta restricción; puesto que, ahora la ley exige que se fabriquen cigarrillos con filtro.

Siguiendo con nuestro análisis obtuvimos que el 28% de los encuestados responde a que las autoridades municipales y de salud si están haciendo cumplir las restricciones de comercialización de tabaco y el 30% afirma que los hacen a un nivel medio; es decir, que el 58% afirmaron que las autoridades correspondientes sí cumplen con su función, contra el 42% que afirman que no. Por lo tanto, al haber coacción por el cumplimiento de la norma en estudio tiene efectos en las ventas.

La Rentabilidad es cuando los ingresos son mayores a los egresos y por ende existe un beneficio. Si evaluamos los registros de estados de resultados de los cinco últimos años podemos darnos cuenta que siempre tuvo utilidad, pero en el año 2007 y 2010 fueron las más bajas dado que el 06 de abril del 2006 se publica la Ley 28705 y repercutió en el 2007, de igual manera el 5 de abril del 2010 se publicó las modificaciones de dicha ley la misma que contenía restricciones más severas como la prohibición de la venta de cajetillas de menos de 10 cigarrillos y la repercusión fue en el mismo período porque los consumidores se habían acostumbrado a las cajetillas de 05 cigarrillos.

Analizando y evaluando los ratios de rentabilidad de la empresa, podemos apreciar que durante los últimos cinco años el ratio de Rentabilidad de las Ventas Netas más bajo fue del año 2010, obteniéndose un 12%.

También hemos podido evaluar que las variaciones negativas en la cantidad de

cigarrillos vendidos se dieron entre el 2006 y 2007 (-0.41%) y entre el 2009 y 2010 (-4.11%) siendo éste último la variación más baja, justamente cuando se publica la ley 28705 y cuando se modifica la misma con mayor rigurosidad.

Existe una relación directa entre las restricciones de comercialización de cigarrillos, impuestos y la rentabilidad de la empresa en los años 2009 y 2010. Es decir, por ejemplo, si prohíben la venta de cajetillas de 10 cigarrillos y sólo aceptan la venta de cajetillas de 20 cigarrillos, las utilidades de la empresa disminuirían y si por el contrario aceptarían la venta de cigarrillos sueltos la utilidad de la empresa aumentaría. Por lo mismo, si los impuestos suben, las ventas disminuyen y la rentabilidad también se reduce. Si se permitiría la venta de cigarrillos sin filtro, los consumidores de este tipo de presentación, aumentarían su consumo y si se prohíbe la venta de cigarrillos sin filtro las ventas disminuirían. En un negocio donde se pueda vender cigarrillos a todo tipo de cliente, incluyendo a los menores de edad, las ventas serán mayores frente a un negocio que no pueda realizar lo propio.

En la entrevista realizada a los gerente de ventas de la empresa mencionan sobre el impacto negativo de las restricciones de la Ley 28705, además menciona sobre la variación en el cálculo de Impuesto Selectivo al Consumo (ISC); porque ahora es un impuesto fijo, pero indagando más al respecto, dicho evento mayormente a afectado a los cigarrillos de bajo costo que fueron las marcas de tabaco negro como Caribe, Elephant, River (que corresponden a empresas de la competencia), Inca, Nacional, entre otros (ver tabla 01).

Como podemos apreciar la marca más barata (Caribe) antes pagaba de ISC S/. 6.9 ahora paga S/. 14 por paquete; sin embargo, la marca más costosa Lucky Strike ha disminuido el pago de impuesto de S/. 17.1 a S/.14.00 y Hamilton, la marca de término medio, sólo incrementó el pago de impuesto a S/. 1.10.

CONCLUSIONES

Las restricciones legales, ha contribuido para que las ventas de BAT en el año 2010, en

comparación con el año 2009, se redujeron en 4.109%, es decir se dejaron de vender 102,006 (por mil) cigarrillos.

La reducción de ventas de la marca líder, como es el Hamilton, se redujo de un año a

otro en 10.36%, es decir 182,737 cigarrillos. También se redujo la venta de otras marcas de cigarrillos menos importantes, pero que sumados es significativo, nos referimos a las marcas Kent, Winston, Premier, Salem, Inca y Nacional.

Tabla 1. Variación de Precios Comparando el ISC Ad Valorem (al valor) e Importe Fijo

Marcas	Precio por Paquete	ISC 30% A.V. (Ad Valorem)	ISC S/. 0.07 x Unidad
Caribe	S/. 23.00	S/. 06.90	S/. 14.00
Hamilton	S/. 43.00	S/. 12.90	S/. 14.00
Lucky Strike	S/. 57.00	S/. 17.10	S/. 14.00

La venta de marcas internacionales como Lucky Strike y Pall Mall en el 2010 se incrementaron respecto al año anterior. Las ventas de Lucky Strike aumentaron de un año a otro en 34.157%, es decir en 62,908 cigarrillos y Pall Mall 36.27%, es decir en 65,044 cigarrillos.

La mayoría de puntos de venta respeta la Ley 28705 en un 75% y el 42.77% de los mismos opinan que las autoridades no están haciendo cumplir las restricciones impuestas por la Ley.

Hemos podidos evidenciar que la utilidad bruta de la empresa ha mostrado una disminución principalmente entre los años 2009 y 2010 (ver tabla 02).

El nuevo cálculo del impuesto selectivo al consumo, originó un aumento de precios en cigarrillos principalmente de tabaco negro y que incluso hubo un impacto en el traslado del hábito del consumidor final a productos más baratos y de contrabando, perjudicando notablemente a la empresa formal.

Tabla 2. Indicadores Financieros (Ratios)

Ratios/Porcentaje Año	2010	2009
Rendimiento sobre la inversión	40 %	51 %
Utilidad Activo	57 %	75 %
Utilidad ventas	12 %	18 %
Margen de utilidad bruta	19 %	28 %
Utilidad por acción	21 %	28 %

Al 2016, con los incrementos de impuestos la empresa ve afectada su rentabilidad. Para menguar dicho evento ha tenido que aplicar estrategias como lanzar el cigarrillo Click and Roll (Covertible) en su marca Lucky Strike con dos cápsulas en el filtro de doble sabor, orientada a la gente joven y que está en busca de primicias.

LITERATURA CITADA

Bardach A, J. Caporale, A. Alcaraz, F. Augustovski, L. Huayanay-Falconí, C. Loza-Munarriz, A. Hernández-Vásquez & A. Pichon-Riviere. 2016. Carga de enfermedad por tabaquismo e impacto potencial del incremento de precios de cigarrillos en el

Perú. Rev Peru Med Exp Salud Publica 33(4), pp. 651-661

Cabieses B, M. Muñoz, S. Zuzulich & A. Contreras. 2008. Cómo implementar la nueva ley chilena antitabaco al interior de la universidad. Rev Panam Salud Publica/Pan Am J Public Health 23(5), pp. 361-368

Camarelles F. 2006. La ley antitabaco. Un año después. Aten Primaria. 38(8), pp. 425-426.

Supervisora de Mercado de Valores del Perú - SMV. 2011. Información de empresas. Recuperado de: http://www.smv.gob.pe/Frm_BuscarEmpresa.aspx?data=8F47CCC9B0375C76C2D17E3A64A97DDD22

Goodchild M, A. Perucic & N. Nargis. 2016. Modelling the impact of raising tobacco

taxes on public health and finance. Bull World Health Organ. 94, pp.250–257

López A. & A. Viudes de Velasco. 2010. Posibilidades y limitaciones de las políticas fiscales como instrumentos de salud: los impuestos sobre consumos nocivos. InformeSESPAS2010. Gac Sanit. 24(Suppl 1), pp. 85–89

Organización Mundial de la Salud. 2006. Se necesita con urgencia una reglamentación

para controlar la multiplicación de los mortíferos productos de tabaco. Accedido el 17 de julio del 2011. Recuperado de: <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2006/pr28/es/>

Pinillos L., M. Quesquén, F. Bautista & E. Poquioma. 2005. Tabaquismo un problema de la salud pública en Perú. Rev Perú Med Exp Salud Pública 22(1), pp. 64-70