

Propuesta de la Asociación Nacional de
Fabricantes de Cerveza y de la Cámara
Nacional de la Industria de la Cerveza y de
la Malta.

I CONVENCIÓN NACIONAL HACENDARIA



**CONDICIONES DE COMPETITIVIDAD Y
TRATAMIENTO FISCAL DE LA
INDUSTRIA CERVECERA MEXICANA**

ANEXOS

Índice

ANEXO 1: Desarrollo de la Industria Cervecera Mexicana	2
• ¿Qué es la industria cervecera mexicana?	3
• ¿Porqué ha sido exitosa la industria?.....	8
• ¿Cómo funciona el mercado mundial de la cerveza?	10
• ¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria de EUA?.....	12
• ¿Qué hacen otros gobiernos para apoyar a sus industrias?	19
• ¿Cuál ha sido la historia fiscal de la tasa del impuesto especial a la cerveza?	21
• ¿Qué implicaciones tiene el impuesto especial sobre producción y servicios en la Industria Cervecera Mexicana?	24
• ¿Qué se puede hacer para equiparar las condiciones para competir?.....	26
¿Qué impacto tiene la situación fiscal de la industria cervecera mexicana en sus perspectivas de competitividad global?.....	28
• ¿Qué propuesta específica tiene la industria para equiparar las condiciones fiscales y poder competir?	29
• Bondades de la Propuesta.....	30
• Reduciendo los diferenciales entre las industrias cerveceras de México y de EUA	31
• Conclusiones	
ANEXO 2: Estadísticas Relevantes de la Industria	36
ANEXO 3: Validez Estadística del Cálculo de la Elasticidad Precio e Ingreso de la Cerveza	43



ANEXO 1

Desarrollo de la Industria Cervecería Mexicana

¿Qué es la industria cervecera mexicana?

ES UNA INDUSTRIA MEXICANA

- Con un largo historial en nuestro país (desde fines del Siglo XIX).
- Con accionistas mayoritarios mexicanos.
- Comprometida con la ecología y los más altos estándares de calidad
- Receptora de múltiples reconocimientos en la materia.

ES UNA INDUSTRIA GENERADORA DE VALOR AGREGADO

- La industria ocupa el 7° lugar en el mundo por su volumen de producción.
- La cadena productiva de la industria cervecera mexicana aporta el 1.6% del Producto Interno Bruto de México.
- Su contribución fiscal es el 38% de la recaudación total excluyendo petrolíferos.
- Contribuye con el 10% del valor agregado del sector alimentos, bebidas y tabaco.
- Los Estados más beneficiados del valor agregado de la industria son el Distrito Federal, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Veracruz.

¿Qué es la industria cervecera mexicana?

ES UNA INDUSTRIA COMPROMETIDA CON EL CAMPO

- Promueve la siembra y adquiere el 100% de la producción de cebada maltera en el país a precios internacionalmente competitivos.
- En los últimos 7 años, la superficie sembrada de cebada maltera ha aumentado de 137 a 346 mil hectáreas (153%) y la producción ha crecido de 307 a 737 mil toneladas (140%). Por su parte, las importaciones se han reducido 93%.
- Los agricultores reciben de la industria cervecera garantía de compra, crédito parcial o total, asistencia técnica, centros de recepción y pago a los 8 días. Todo ello como parte del concepto de agricultura por contrato.
- La industria privilegia su apoyo a la siembra de temporal, la que genera el 30% de la cosecha.
- La industria está orgullosa de su Convenio con la Confederación Nacional Campesina, vigente desde 2002, mediante el cual se compromete a adquirir la producción nacional de cebada maltera por 7 años.
- La producción de cebada maltera genera 92 mil empleos agrícolas, distribuidos entre trabajadores permanentes y por jornal en 36 mil unidades de producción localizadas principalmente en los Estados de Guanajuato, Hidalgo, México, Puebla y Tlaxcala.
- A diferencia de otros productos, la cebada maltera no ha recibido subsidios del gobierno.

¿Qué es la industria cervecera mexicana?

ES UNA INDUSTRIA CON GRAN IMPACTO EN EL EMPLEO

- Genera casi **900 mil** empleos en el país. **88 mil** de ellos son directos y **800 mil** indirectos.
- De los empleos directos, **22 mil** se encuentran en las **17** plantas cerveceras, localizadas en **11** Estados.
- A su vez, **66 mil** empleos están en función del agrupamiento industrial cervecero.
- Los empleos indirectos están vinculados con la producción de materias primas, con la elaboración de la cerveza, el envasado y el transporte, con la venta al mayoreo y menudeo, así como con la promoción deportiva, la publicidad y el apoyo a micro-negocios.
- Existen en el país cerca de **650 mil** comercios en los que se vende cerveza. Del total de empleos que genera el sector comercio, se calcula que aproximadamente **520 mil** empleos dependen de la cerveza.
- La derrama de sueldos y salarios entre los obreros y empleados de la industria cervecera mexicana representa el **2%** del total en el sector manufacturero, el **8%** del sector alimentos, el **27%** del total de bebidas, y el **74%** de las bebidas con contenido alcohólico.

¿Qué es la industria cervecera mexicana?

ES UNA INDUSTRIA ALTAMENTE GENERADORA DE DIVISAS

- Las marcas de cerveza mexicana se reconocen internacionalmente y gozan de gran prestigio.
- Por su calidad, **3** de las **10** cervezas de mayor reconocimiento en el mundo son mexicanas.
- Las exportaciones de la industria son **100%** elaboradas en México, con integración del **95%** de materias primas y componentes mexicanos.
- Equivalen a **1,200** millones de dólares al año.
- En 2003, el valor de las exportaciones de cerveza fue más de **7 veces** el correspondiente a 1991, lo que significa una tasa anual de crecimiento promedio de **12%**.
- México es el **2°** lugar mundial y el **1°** en Estados Unidos en términos de exportaciones.
- De 1991 a 2003, la cerveza pasó de ser el **3er** mayor componente del sector alimentos, bebidas y tabaco en materia de exportación, con **13.3%** de la exportación sectorial, a ser el **1er** rubro exportador del sector con **28%** del total.
- Las exportaciones equivalen a poco más del **20%** de la producción total de cerveza.

¿Qué es la industria cervecera mexicana?

ES UNA INDUSTRIA CON GRAN REPERCUSIÓN EN VARIOS SECTORES

- La industria cervecera consume **2,600 millones** de envases nuevos al año (más que cualquier otra industria).
- La industria consume **4 de cada 10** botellas de vidrio fabricadas en el país y **35%** del total de latas para bebidas.
- La industria es un soporte importante para el sector de la mercadotecnia y la publicidad, así como para la industria de los medios de comunicación a través de distintos medios (prensa escrita, radio, televisión, impresos diversos, anuncios espectaculares, así como patrocinios deportivos, musicales y de ferias).
- La asociación en el exterior entre la cerveza mexicana y nuestro país apoya la promoción turística y difunde a México como un país atractivo y con oportunidades.
- La industria cervecera mexicana apoya el desarrollo del micro-comercio: los equipa, en particular a través de refrigeradores y de recursos publicitarios como anuncios luminosos, carpas y refrigeradores, los que elevan el nivel de ventas de todos los productos.
- Al apoyar el desarrollo del micro comercio, la industria promueve la generación del auto empleo, en especial del tipo familiar.

¿Por qué la industria cervecera mexicana ha sido exitosa?

- A pesar de las diversas crisis económicas de nuestro país, con cambios bruscos en materia fiscal y caídas en el mercado interno, la industria ha sabido sobreponerse y crecer aceleradamente.
- El crecimiento de la industria se ha llevado a cabo sin apoyo gubernamental y con un marco fiscal que le resta igualdad de oportunidades para competir en el mercado internacional.
- La clave ha sido el compromiso de mantener inversiones en el orden de **\$7,000 millones** de pesos al año durante el último lustro, inversiones que en buena medida han provenido de la reinversión de utilidades.
- La inversión ha sido fundamental para que pese al entorno económico adverso la industria haya mantenido su competitividad en el mercado interno y en los mercados externos.

¿Por qué la industria cervecera mexicana ha sido exitosa?

- El crecimiento de la industria se ha apoyado en:
 - la oportunidad y el tamaño de sus inversiones
 - la inversión en tecnología
 - la capacitación laboral
 - el compromiso con el medio ambiente
 - la constante disminución en costos sin perder la calidad de sus productos
 - la eficiencia en los sistemas de distribución
 - estrategias de mercado agresivas en el lanzamiento de nuevos productos, diseño y construcción de valor de marcas, gastos en apoyo a canales de distribución y publicidad y promociones diversas, todo lo cual requiere de importantes montos de inversión.
 - Un decidido esfuerzo para aprovechar las oportunidades de la globalización y la inversión en la construcción de valor de marca en el mundo.
- Hasta ahora, la industria cervecera mexicana ha logrado ser competitiva.
- La competitividad, sin embargo, requiere mantener niveles de inversión, capacitación laboral, y promoción de marcas para hacer frente a la competencia, en particular la que proviene de la mayor capacidad de generación de flujos financieros que tiene la industria cervecera de EUA.

¿Cómo funciona el mercado mundial de la cerveza?

- El mercado global de la cerveza crece a una tasa anual de **3%**, por debajo de ese promedio en países desarrollados y por encima en Asia (China) y Latinoamérica (Brasil y México).
- La industria cervecera mundial está constituida por pocas grandes empresas.
- **5** grandes grupos controlan el **45%** de la producción mundial.
- De los **5** grandes grupos, **4** participan en el mercado norteamericano.
- Una buena parte del crecimiento de las empresas cerveceras más grandes se ha apoyado en fusiones y adquisiciones, lo que da lugar a una mayor concentración del mercado a nivel nacional. No es extraño que una sola empresa tenga más del **66%** de un mercado y, en la mayoría de los países, **2** cerveceras tienen más del **80%**.
- En países pequeños como los centroamericanos solo existe una empresa cervecera.
- En este contexto internacional, la industria cervecera mexicana está expuesta a estrategias de fusión y/o adquisición como lo ocurrido recientemente en Argentina y Brasil, por ejemplo. De suceder, una industria mexicana global y el mercado mismo pasarían a formar parte de la estrategia de producción y distribución de empresas con residencia en el extranjero.
- Si bien en el mercado nacional hay una gran competencia por el tamaño y capacidad de las empresas cerveceras, el reto internacional crece y con él la necesidad de ser competitivos en los diferentes ámbitos: Calidad, tecnología, marketing, marcas y generación de recursos financieros.

¿Cómo funciona el mercado mundial de la cerveza?

- La competencia entre las marcas de cerveza internacionales tiene lugar generalmente en el segmento de cervezas importadas de cada país.
- Para competir se requiere incrementar la inversión productiva tanto en tecnología como en marcas y en capacitación laboral.
- También es necesario igualar las oportunidades de competir con empresas de otros países, lo que requiere acercar los marcos regulatorios, en particular en el ámbito fiscal.
- En el caso mexicano, hay que reconocer que a la competencia que significan las empresas canadienses y norteamericanas en el norte, hay que añadir la competencia de la empresa brasileña, Ambev, que ahora se ha integrado a Interbrew. Este grupo ha incursionado en el mercado centroamericano de manera importante, lo que incrementa el tamaño y la naturaleza del reto para la industria nacional.
- Hay una posibilidad real de que en nuestro país se dé una pérdida gradual del mercado interno vía importaciones hechas a costo o a precios menores por los competidores.
- Si bien el traslado "al exterior" de la industria cervecera no afectaría la recaudación del IEPS y del IVA en nuestro país, potencialmente sí podría perderse la recaudación generada internamente por buena parte de la cadena de producción y distribución nacional, así como otras contribuciones de la industria.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Tamaño del mercado

- EUA constituye el mercado cervecero más grande y más rentable del mundo.
- El tamaño del mercado cervecero estadounidense es 5 veces el de México. Mientras EUA participa con el 20% del volumen mundial, México lo hace con el 4%.

Naturaleza del mercado

- Casi la totalidad de la cerveza en EUA se vende en envases no-retornables (principalmente lata), en contraste con nuestro país en donde el 80% de la cerveza se vende en envases retornables (sólo líquido).
- Por su naturaleza, el mercado en México es menos eficiente. La recolección de envases significa un costo mayor en el lavado de los mismos, así como mayores complicaciones en la cadena de transporte. Además, el mayor tamaño del mercado estadounidense permite el acceso a menores costos de insumos vía economías de escala.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Crecimiento del mercado

- Por razones demográficas (población madura y con poco crecimiento), el consumo anual de cerveza per cápita en EUA se ha estancado (**84 litros**). El crecimiento de las importaciones de cerveza ha ocasionado que la producción doméstica haya decrecido ligeramente.
- También por razones demográficas (población joven-adulta y aumentando), el consumo anual de cerveza per cápita en México ha crecido en los últimos años y se encuentra en **50 litros** anuales. El consumo crece a una tasa que es **3 veces** la tasa de crecimiento de EUA.
- A su vez, esa misma menor producción de la industria cervecera estadounidense la obliga a crecer vía exportaciones y, principalmente, mediante fusiones o adquisiciones.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Crecimiento del mercado

- En contraste con lo anterior, el mayor dinamismo del mercado interno y la dinámica de sus exportaciones obliga a la industria cervecera mexicana a aumentar su capacidad instalada en los próximos 5 años en un **25%**, es decir, en **16 millones** de hectolitros más.
- Esta situación le obliga a realizar grandes inversiones tan sólo para defender el mercado interno, lo que en contraste con la industria cervecera estadounidense reduce la disponibilidad de flujo de efectivo de la industria en México.
- Nuestro mercado de cerveza es altamente atractivo para las empresas de EUA. Los factores son varios: el volumen actual de ventas en el país; por ser uno de los mercados de mayor crecimiento del mundo, después de China y Brasil; por la cercanía geográfica y por no haber competencia relevante, cuando menos hasta ahora, de grupos empresariales de otros países.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Capacidad ociosa

- El **85%** de la cerveza importada en México proviene de EUA.
- La capacidad productiva ociosa en EUA asciende a poco menos del **20%** de su capacidad de producción. Ello equivale al **80%** de la capacidad instalada en México.
- La capacidad ociosa en EUA facilita la introducción y venta de un sinnúmero de marcas, así como la existencia de prácticas depredatorias sobre todo en la zona fronteriza.
- En los últimos **4** años las importaciones de cerveza provenientes de EUA han crecido notoriamente en las principales ciudades de la frontera. En Nuevo Laredo, por ejemplo, dicha participación de mercado asciende a más de **50%**.
- El potencial de crecimiento de las importaciones es significativo, sobre todo por la política de algunas empresas estadounidenses de competir con precios inferiores a los de su mercado de origen.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Sistema de distribución

- Los sistemas de distribución son claves en el desarrollo de una industria como la cervecera y tienen gran incidencia en el precio final de la misma.
- La razón es que en EUA, por ley, los productores de cerveza tanto extranjeros como domésticos no pueden vender sus productos directamente a los comercios detallistas y centros de consumo. Deben hacerlo a través de un canal mayorista independiente.
- Ello genera una capa de protección a la industria de EUA que no existe en México. Los productores de cerveza pueden participar en la comercialización al mayoreo y al menudeo, lo que facilita la depredación de precios en que incurrn algunas empresas de EUA.
- Además, en el mercado estadounidense cada estado tiene sus propias reglas en materia de venta, lo que dificulta la competencia y protege a la industria local.
- Para un importador a Estados Unidos adicionalmente se requiere una compañía importadora independiente, esto quiere decir que se agrega un tercer elemento de costo.

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Impuesto Especial a la cerveza

- Desde el 1o. enero de **1991**, el productor de cerveza en EUA paga a la federación una cuota fija por cada litro de **15.34** centavos de dólar. Como porcentaje del precio de la cerveza, esta cuota disminuye en la medida que el precio aumenta.
- El impuesto a la cerveza en México consiste en una tasa ad valorem de **25%** sobre el precio al detallista que pagan tanto el productor como el mayorista en sus respectivas etapas. Este impuesto es fijo como porcentaje del precio de la cerveza, pero aumenta en términos absolutos cada vez que aumenta el precio de la cerveza.
- Por ello, si comparamos ambos impuestos en los mismos términos encontramos que en EUA la tasa ad valorem a la cerveza equivale a **10.4%**, lo que es menos de la mitad de la tasa ad valorem en México (**25%**).

¿En qué difiere la industria cervecera mexicana de su principal competidora, la industria cervecera de EUA?

Impuesto al valor agregado y a las ventas

- Si al impuesto especial a la cerveza se le suma el IVA (**15%**) en México, y al impuesto federal a la cerveza en EUA se le suma el impuesto a las ventas promedio (**6.5%**), resulta que por cada peso vendido de cerveza al detallista se pagan **28** centavos de impuestos en nuestro país, mientras que en EUA se pagan sólo **15** centavos.
- En consecuencia, por cada peso de venta, el ingreso neto después de impuestos para la industria cervecera mexicana es de **72** centavos, mientras que para la industria estadounidense es de **85** centavos.
- Esta diferencia de 13 centavos equivale a poco más de **18%** de ingresos que recibe un productor estadounidense comparado con un nacional, aunado al hecho de que el precio de la cerveza en EUA es mayor que en México.
- La competitividad descansa en la inversión, la que a su vez depende de la capacidad de cada industria para generar flujos financieros con los cuales desarrollarse y crecer. La industria en EUA tiene mucho más capacidad de ello que la industria en México.

¿Qué hacen otros gobiernos para apoyar a sus industrias?

La situación que priva en la industria estadounidense no es única a nivel mundial. En varios otros países cuyas empresas compiten con las mexicanas, sus gobiernos desarrollan distintas prácticas en apoyo a su industria cervecera. A continuación algunos ejemplos.

Brasil

- Con el fin de apoyar la formación de empresas brasileñas capaces de competir en los mercados globales, el gobierno autorizó en marzo del 2000 la fusión de las 2 grandes cerveceras locales, Antártica y Brahma. La nueva empresa resultante se llamó **Ambev**.
- La autoridad responsable en el gobierno brasileño (el Ministerio de Desarrollo) defendió la fusión ante el Consejo de Competencia del Mercado, señalando que beneficiaría al país el que la industria brasileña contara con un tamaño tal que le permitiera incrementar las exportaciones y acotar el ingreso de compañías extranjeras al mercado doméstico.
- La participación nacional de mercado de esta nueva empresa es de **68%** en cerveza y **18%** en refrescos.
- Ambev recientemente ha iniciado una fusión con la empresa belga Interbrew con serias implicaciones para la industria mexicana.

¿Qué hacen otros gobiernos para apoyar a sus industrias?

Canadá

- La distribución y venta de cerveza es un monopolio de estado en Canadá. Como resultado se han generado varias prácticas que protegen a la industria local de la competencia extranjera.
- El establecimiento de un precio mínimo de venta evita prácticas depredatorias en materia de precio por parte de cervezas importadas de EUA.
- Por su parte, el control de la cadena de distribución genera que las empresas locales "maquilen" la producción de cerveza estadounidense, la que ve acotada su posible expansión hacia el norte y por ende mira al sur.
- Otras políticas, como la obligación de usar el mismo tipo de envase limitan seriamente las posibilidades de diferenciarse y competir en el mercado.

Conclusiones

- En el mercado norteamericano, la industria canadiense y estadounidense cuentan con una amplia red de protección a través de distintas políticas públicas que les permiten defenderse de la competencia externa y buscar otros mercados.
- La industria cervecera mexicana requiere una visión de Estado para hacer frente a las realidades de la globalización y la competencia. No hacerlo significa abandonar a la industria en una situación en la que no hay igualdad de oportunidades de competir.

¿Cuál ha sido la historia fiscal del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios a la cerveza?

- **1977:** el productor paga una cuota de **1.75 pesos** por litro.
- **1978:** adicional a esa cuota el productor también paga una tasa *ad valorem* de **6%**.
- **1979:** se reduce la cuota a **1.30 pesos** por litro y se incrementa a **12%** la tasa *ad valorem*.
- **1980:** se reduce la cuota a **43 centavos** por litro y se incrementa a **15%** la tasa *ad valorem*.
- **1981:** se reduce la cuota a **23 centavos** por litro, se incrementa a **18%** la tasa *ad valorem* y se introduce el IVA de **10%** en sustitución del impuesto sobre ingresos mercantiles.
- **1982:** se elimina la cuota por litro y se incrementa la tasa *ad valorem* a **21.5%**.

¿Cuál ha sido la historia fiscal del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios a la cerveza?

- **1984:** El pago de la tasa *ad valorem* de **21.5%** la paga el productor pero se extiende su aplicación hasta el precio al detallista. Se incrementa el IVA a **15%**.
- **1986:** como contribución temporal al financiamiento de los gastos de reconstrucción del DF después de los sismos de 1985, la tasa se incrementa transitoriamente de **21.5 a 25%**.
- **1991:** la tasa del **25%** deja de ser "temporal" al incorporarse en Ley; se reduce el IVA a **10%**.
- **1992:** Como resultado del TLCAN se elimina el arancel de importación. Dada la disparidad en la tasa *ad valorem* entre México y EUA (**25 y 12%** respectivamente), se reduce la tasa en **1.5 puntos porcentuales anuales** a partir de 1993 hasta llegar a **19%** en **1996**. La aprobación de esta reducción en el IEPS se condiciona a demostrar técnicamente que la recaudación no caería en términos reales en el periodo 1993-1996. En efecto, la recaudación no cayó.
- **1995:** Se incrementa el IVA de **10 a 15%** a partir de abril de este año.

¿Cuál ha sido la historia fiscal del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios a la cerveza?

- **1997:** la tasa del IEPS cerveza aumenta seis puntos, de **19** a **25%** a partir de 1998. El objetivo era incrementar los ingresos de la Federación en **1,389 millones** de pesos para apoyar a los municipios. El aumento en el IEPS se traslada al consumidor. Para llegar a esos **1,389 millones** de pesos era necesario un aumento de sólo tres puntos (de **19** a **22%**).
- **1998:** la SHCP reconoce el error de cálculo en la tasa del IEPS cerveza. Otorga a la industria un diferimiento de 60 días en el pago del IEPS y se compromete en proponer al Legislativo una reducción en la tasa de **25** a **22%** para 1999.
- **1998:** la SHCP presenta iniciativa para reducción a **22%**. El Congreso la rechaza por bajos precios de petróleo.
- **2000:** la SHCP ya no renueva el diferimiento de 60 días en el pago del IEPS..
- En suma, medidas temporales por razones de emergencia se han vuelto permanentes (sismos de 1985, fondos para Estados y Municipios para 1998 y bajos precios del petróleo para 1999).

¿Qué implicaciones tiene el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios en la Industria Cervecerera Mexicana?

- El impuesto especial a la cerveza es un **impuesto regresivo**. La mayor parte del consumo la realizan personas de bajos ingresos.
- El IEPS cerveza es **altamente discriminatorio** en contra de una industria mexicana, la que pierde el acceso a la igualdad de oportunidades de competir ante industrias de otros países.
- El IEPS cerveza se ha convertido en un expediente "fácil" de recaudación.
- En los últimos 15 años (de 1988 a 2003) el crecimiento acumulado de la recaudación del IEPS Cerveza (IEPS) ha sido de **88%** en términos reales. Su participación en la recaudación total del IEPS, excluyendo gasolina y diesel, ha pasado de **18%** en 1988 a **38%** en el 2003.
- A manera de comparación, mientras que en los últimos 15 años el crecimiento en términos reales de la recaudación del impuesto a la cerveza fue **88%**, el correspondiente a tabacos labrados fue de **25%** y el de los vinos y licores fue de **menos 23%**.

¿Qué implicaciones tiene el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios en la Industria Cervecera Mexicana?

- La práctica internacional grava a las bebidas alcohólicas en función del contenido de alcohol. En **1997** el IEPS a los licores en nuestro país era de **60%**, el aplicable a los vinos de **25%** y el de la cerveza **19%**. En el **2004**, sin embargo, los licores pagan **50%** y los vinos y la cerveza pagan lo mismo (**25%**).
- Como referencia, el contenido de alcohol del vino es **3 veces** mayor que el de la cerveza (**12 GL v.s. 4.5 GL**). Los licores normalmente tienen un contenido de alcohol **8.5 veces** superior al de la cerveza, mientras que el IEPS que los grava es sólo **2 veces** mayor.
- Por otra parte, el impuesto especial por litro de alcohol en pesos a las bebidas de media y alta graduación en México es **26%** mayor que el correspondiente a la cerveza. En Estados Unidos es **105%** mayor.
- Una muestra de **21 países** señala que el impuesto en dólares a las bebidas de media y alta graduación es en promedio **181%** mayor al de cerveza.
- La conclusión es evidente: en los últimos años, la industria cervecera mexicana ha recibido un trato discriminatorio en relación con otras industrias similares, lo que le resta competitividad y posibilidades de desarrollo.

¿Qué se puede hacer para equiparar las condiciones para competir?

- Existen ventajas competitivas estructurales en EUA que se traducen en que su industria tiene una mayor disponibilidad de recursos para competir.
- Las diferencias de tamaño generan ventajas, como lo es el ahorro por economías de escala en la compra de insumos o el mayor valor agregado como consecuencia de la naturaleza no retornable del mercado (venta de líquido más envase) y los menores requerimientos de inversión ante la tendencia a disminuir de la producción y la existencia de capacidad productiva ociosa.
- En adición a su tamaño, la industria cervecera de EUA goza actualmente de ventajas competitivas que son discrecionales, esto es que dependen de apoyo por parte de su gobierno y que le permiten aumentar la disponibilidad de recursos vs la industria mexicana.
- Entre dichas ventajas regulatorias destaca el marco fiscal que enfrentan ambas industrias en sus respectivos países y la protección no arancelaria que tiene el mercado en los EUA.

¿Qué se puede hacer para equiparar las condiciones para competir?

Conclusiones.

- La industria cervecera mexicana está seriamente amenazada por ventajas estructurales que reciben sus competidores por parte de sus gobiernos.
- **Igualar las oportunidades y las condiciones de competencia** en una industria global requiere, forzosamente, reconocer qué marcos fiscales y regulatorios desiguales perjudicarán a unas industrias en favor de otras.
- Por ello, es condición indispensable ir reduciendo cuando menos gradualmente las diferencias en el trato impositivo y regulatorio que los gobiernos dan a sus respectivas industrias cerveceras hasta que dichos tratos puedan llegar a igualarse en el tiempo.
- Apoyar a la industria significa promover la inversión en un sector muy importante de la economía, en un sector que apoya el campo, que exporta con productos 100% hechos en México, que es a su vez fuente de apoyo a muchos otros sectores de actividad económica en el país y que se distingue por su responsabilidad social en todos los ámbitos (laboral, ambiental, cultural, deportivo, etc).

¿Qué impacto tiene la situación fiscal de la industria cervecera mexicana en sus perspectivas de competitividad global?

Sin duda, la posibilidad de una pérdida gradual del mercado interno vía importaciones y la pérdida de la capacidad de inversión para abastecer el mercado interno y seguir construyendo el valor de sus marcas a nivel global, son factores que exponen a la industria cervecera mexicana a estrategias de fusión y/o adquisición como lo ocurrido en otros países (casos de Argentina y Brasil).

De suceder, una industria mexicana global y el mercado mismo pasarían a formar parte de una estrategia de producción y distribución regional de empresas con residencia en el extranjero.

En este caso, se mantendría la recaudación del impuesto especial a la cerveza y el IVA, pero potencialmente se perdería la recaudación generada internamente por la cadena de producción y distribución nacional, así como otras contribuciones de la industria.

¿Qué propuesta específica tiene la industria para equiparar las condiciones fiscales y poder competir?

- Para mantener su competitividad, la industria cervecera mexicana requiere aumentar su capacidad instalada en los próximos cinco años en un 25%, es decir, en 16 millones de hectolitros más.
- Para que la industria cervecera mexicana esté en condiciones de competir, sólo requiere que se minimicen las diferencias de cargas fiscales con su principal competidor, la industria cervecera de Estados Unidos.
- Conscientes de la necesidad de recursos que tiene nuestro gobierno para solventar las obligaciones del gasto público y considerando que el dinamismo esperado en el consumo de cerveza es similar al del crecimiento de la economía:

La industria cervecera mexicana propone una reducción anual de la tasa del IEPS cerveza equivalente al crecimiento porcentual de la economía en el año previo hasta alcanzar el 19%. Se parte de la premisa de que una reducción gradual con este criterio no afectará la recaudación del IEPS cerveza en términos reales por las características de la elasticidad en precio e ingreso y su impacto en los niveles reales de recaudación.

Bondades de la propuesta

- Existe el antecedente de una reducción paulatina en la tasa del IEPS cerveza durante el período 1993-1996 (de 25% a 19%), que fue consistente con un crecimiento anual promedio en la recaudación por este concepto similar al índice de inflación general en el país.
- Con base en las elasticidades precio e ingreso real de la demanda de cerveza, así como en estimaciones del crecimiento de la economía, esta propuesta permite suponer que los ingresos fiscales por concepto de IEPS cerveza mantengan el nivel de recaudación actual en términos reales.
- Las empresas cerveceras mexicanas podrían continuar su proceso de fortalecimiento y expansión. Ello a su vez mantendría su capacidad de generar empleos en la industria y en su cadena productiva así como sostener el crecimiento en los mercados externos. Todo lo anterior permitirá mantener su capacidad de contribución al erario nacional.
- De igual forma, se daría un paso muy importante para que la industria cervecera mexicana siga siendo mexicana, manteniendo el valor y el posicionamiento de las marcas entre las mejores del mundo.

Reduciendo el diferencial del impuesto a la cerveza entre México y EUA ¿Qué pasa con la recaudación en México?

Para propósitos analíticos se realizó un ejercicio elaborado por HARBOR Intelligence con datos de la SHCP, Banco de México y Cervecería Modelo y Cervecería Cuauhtemoc Moctezuma. A partir del 2004 la recaudación es estimada en base a supuestos de inflación general, PIB país y precio y consumo de cerveza. A partir del 2004 el consumo de cerveza ha sido estimado en base a un modelo econométrico realizado por HARBOR intelligence en base al precio de la cerveza al consumidor y al ingreso medido por el PIB.

Se considera el supuesto de un crecimiento del precio de la cerveza al consumidor igual al de la inflación, es decir, el crecimiento del precio de la cerveza en términos reales es igual a cero. Por lo anterior, la recaudación del IEPS cerveza dependerá del consumo de cerveza, el cuál a su vez estará en función de las variaciones en el ingreso medido por el PIB.

A fin de tener diversos escenarios, se tomaron como puntos de referencia las estimaciones de crecimiento del PIB y de inflación de Harbor Intelligence, BBVA Bancomer y HSBC. La primera tiene como característica estar asociada a los ciclos estimados del sector industrial de EUA, por lo que tiene variaciones anuales; la segunda es una estimación más estable pero conservadora y la tercera es una estimación más optimista.

Se presentan cuadros de los tres escenarios y al final un cuadro resumen.

Reduciendo el diferencial del impuesto a la cerveza entre México y EUA ¿Qué pasa con la recaudación en México?

Recaudación de IEPS cerveza a partir del 2005 congruente con una reducción porcentual anual de la tasa IEPS equivalente al crecimiento del PIB real del año anterior.

Estimación con Proyección PIB de Harbor Intelligence.

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004-2012
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.2	23.4	22.8	21.8	20.7	19.9	19.7	19.1	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.8	-0.8	-0.6	-1.0	-1.1	-0.8	-0.2	-0.6	
Ventas totales base del IEPS (millones de pesos)	43,074	45,818	49,366	52,729	56,211	60,739	65,881	70,845	74,209	77,579	82,703	
Recaudación de IEPS (millones de pesos)	10,768	11,454	12,341	12,736	13,144	13,829	14,354	14,687	14,764	15,281	15,829	
Crec. % anual	8.2	6.4	7.7	3.2	3.2	5.2	3.8	2.3	0.5	3.5	3.6	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.7	0.0	-0.3	1.7	0.4	-0.9	-2.6	0.3	0.2	0.3
Consumo de cerveza (millones de hectolitros)	50.67	52.34	54.28	56.18	57.86	60.41	63.37	66.03	67.02	67.89	70.00	
Incremento % anual	0.4	3.3	3.7	3.5	3.0	4.4	4.9	4.2	1.5	1.3	3.1	3.3
Precio nominal promedio de la cerveza al que se aplica el IEPS (pesos corrientes por hectolitro)	850.1	875.4	909.5	938.6	971.5	1,005.5	1,039.7	1,072.9	1,107.3	1,142.7	1,181.5	
Incremento % anual	7.7	3.0	3.9	3.2	3.5	3.5	3.4	3.2	3.2	3.2	3.4	
Incremento % anual prom. Nominal del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	5.4	0.7	3.9	3.2	3.5	3.5	3.4	3.2	3.2	3.2	3.4	3.4
Incremento % anual prom. Real del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	0.3	-3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inflación general al consumidor (crec. % promedio anual)	5.0	4.5	3.9	3.2	3.5	3.5	3.4	3.2	3.2	3.2	3.4	3.4
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.5	3.3	2.7	4.5	5.1	4.2	1.0	0.7	2.9	3.1

Fuente: Elaborado por HARBOR intelligence con datos de la SHCP, Banco de México y CM y CCM. A partir del 2004 la recaudación es estimada en base a supuestos propios de inflación general, PIB país, y precio y consumo de cerveza. A partir del 2004 el consumo de cerveza ha sido estimado en base a un modelo econométrico realizado por HARBOR intelligence..

32

Reduciendo el diferencial del impuesto a la cerveza entre México y EUA ¿Qué pasa con la recaudación en México?

Recaudación de IEPS cerveza a partir del 2005 congruente con una reducción porcentual anual de la tasa IEPS equivalente al crecimiento del PIB real del año anterior.

Estimación con Proyección PIB de BBVA Bancomer.

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004-2012
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.3	23.5	22.7	22.1	21.4	20.7	20.1	19.5	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.7	-0.8	-0.8	-0.6	-0.7	-0.7	-0.6	-0.6	
Ventas totales base del IEPS (millones de pesos)	43,074	45,818	49,293	52,967	56,872	60,523	64,602	69,303	73,903	78,723	85,163	
Recaudación de IEPS (millones de pesos)	10,768	11,454	12,323	12,856	13,363	13,727	14,266	14,830	15,265	15,802	16,582	
Crec. % anual	8.2	6.4	7.6	4.3	3.9	2.7	3.9	4.0	2.9	3.5	4.9	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.2	0.5	0.4	-0.6	0.6	0.5	-0.5	0.2	1.2	0.6
Consumo de cerveza (millones de hectolitros)	50.67	52.34	54.02	55.91	57.97	59.71	61.68	63.97	65.95	67.99	70.92	
Incremento % anual	0.4	3.3	3.2	3.5	3.7	3.0	3.3	3.7	3.1	3.1	4.3	3.4
Precio nominal promedio de la cerveza al que se aplica el IEPS (pesos corrientes por hectolitro)	850.1	875.4	912.6	947.4	981.0	1,013.6	1,047.3	1,083.4	1,120.6	1,157.8	1,200.9	
Incremento % anual	7.7	3.0	4.3	3.8	3.5	3.3	3.3	3.5	3.4	3.3	3.7	
Incremento % anual prom. Nominal del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	5.4	0.7	4.3	3.8	3.5	3.3	3.3	3.5	3.4	3.3	3.7	3.6
Incremento % anual prom. Real del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	0.3	-3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inflación general al consumidor (crec. % promedio anual)	5.0	4.5	4.3	3.8	3.5	3.3	3.3	3.5	3.4	3.3	3.7	3.6
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.0	3.3	3.6	2.7	3.2	3.6	2.9	2.9	4.4	3.3

Fuente: Elaborado por HARBOR intelligence con datos de la SHCP, Banco de México y CM y CCM. A partir del 2004 la recaudación es estimada en base a supuestos de inflación general y PIB país de BANCOMER, y de supuestos HARBOR intelligence para el precio y consumo de cerveza. A partir del 2004 el consumo de cerveza ha sido estimado en base a un modelo econométrico realizado por HARBOR intelligence..

33

Reduciendo el diferencial del impuesto a la cerveza entre México y EUA ¿Qué pasa con la recaudación en México?

Recaudación de IEPS cerveza a partir del 2005 congruente con una reducción porcentual anual de la tasa IEPS equivalente al crecimiento del PIB real del año anterior.

Estimación con Proyección PIB de HSBC

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2004-2010
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.2	23.2	22.2	21.3	20.3	19.2	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.8	-0.9	-1.0	-0.9	-1.0	-1.1	
Ventas totales base del IEPS (millones de pesos)	43,074	45,818	49,570	53,517	57,999	62,629	67,979	74,273	81,584	
Recaudación de IEPS (millones de pesos)	10,768	11,454	12,392	12,932	13,465	13,888	14,480	15,082	15,658	
Crec. % anual	8.2	6.4	8.2	4.4	4.1	3.1	4.3	4.2	3.8	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.6	0.6	0.5	-0.6	0.6	0.5	-0.1	0.7
Consumo de cerveza (millones de hectolitros)	50.67	52.34	54.22	56.45	59.04	61.47	64.35	67.83	71.70	
Incremento % anual	0.4	3.3	3.6	4.1	4.6	4.1	4.7	5.4	5.7	4.6
Precio nominal promedio de la cerveza al que se aplica el IEPS (pesos corrientes por hectolitro)	850.1	875.4	914.2	948.1	982.3	1,018.9	1,056.3	1,095.0	1,137.9	
Incremento % anual	7.7	3.0	4.4	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	3.9	
Incremento % anual prom. Nominal del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	5.4	0.7	4.4	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	3.9	3.8
Incremento % anual prom. Real del índice de precios consumidor cerveza Banco de México	0.3	-3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inflación general al consumidor (crec.% promedio anual)	5.0	4.5	4.4	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	3.9	3.8
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.5	4.1	4.7	4.1	4.9	5.8	6.1	4.7

Fuente: Elaborado por HARBOR intelligence con datos de la SHCP, Banco de México y CM y CCM. A partir del 2004 la recaudación es estimada en base a supuestos de inflación general y PIB país de HSBC, y de supuestos HARBOR intelligence para el precio y consumo de cerveza. A partir del 2004 el consumo de cerveza ha sido estimado en base a un modelo econométrico realizado por HARBOR intelligence.

34

Reduciendo el diferencial del impuesto a la cerveza entre México y EUA ¿Qué pasa con la recaudación en México?

HARBOR intelligence (cuadro resumen)

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004-2012
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.5	3.3	2.7	4.5	5.1	4.2	1.0	0.7	2.9	3.1
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.2	23.4	22.8	21.8	20.7	19.9	19.7	19.1	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.8	-0.8	-0.6	-1.0	-1.1	-0.8	-0.2	-0.6	
Ventas totales base del IEPS	43,074	45,818	49,366	52,729	56,211	60,739	65,881	70,845	74,209	77,579	82,703	
Recaudación de IEPS	10,768	11,454	12,341	12,736	13,144	13,829	14,354	14,687	14,764	15,281	15,829	
Crec. % anual	8.2	6.4	7.7	3.2	3.2	5.2	3.8	2.3	0.5	3.5	3.6	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.7	0.0	-0.3	1.7	0.4	-0.9	-2.6	0.3	0.2	0.3

BBVA Bancomer (cuadro resumen)

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2004-2012
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.0	3.3	3.6	2.7	3.2	3.6	2.9	2.9	4.4	3.3
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.3	23.5	22.7	22.1	21.4	20.7	20.1	19.5	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.7	-0.8	-0.8	-0.6	-0.7	-0.7	-0.6	-0.6	
Ventas totales base del IEPS	43,074	45,818	49,293	52,967	56,872	60,523	64,602	69,303	73,903	78,723	85,163	
Recaudación de IEPS	10,768	11,454	12,323	12,856	13,363	13,727	14,266	14,830	15,265	15,802	16,582	
Crec. % anual	8.2	6.4	7.6	4.3	3.9	2.7	3.9	4.0	2.9	3.5	4.9	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.2	0.5	0.4	-0.6	0.6	0.5	-0.5	0.2	1.2	0.6

HSBC (cuadro resumen)

IEPS cerveza recaudado	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2004-2010
PIB país (crec. % anual real)	0.9	1.3	3.5	4.1	4.7	4.1	4.9	5.8	6.1	4.7
Tasa IEPS (%)	25.0	25.0	25.0	24.2	23.2	22.2	21.3	20.3	19.2	
Reducción Tasa IEPS (puntos porcentuales)			0.0	-0.8	-0.9	-1.0	-0.9	-1.0	-1.1	
Ventas totales base del IEPS (millones de pesos)	43,074	45,818	49,570	53,517	57,999	62,629	67,979	74,273	81,584	
Recaudación de IEPS (millones de pesos)	10,768	11,454	12,392	12,932	13,465	13,888	14,480	15,082	15,658	
Crec. % anual	8.2	6.4	8.2	4.4	4.1	3.1	4.3	4.2	3.8	
Crec. % anual real	3.0	1.7	3.6	0.6	0.5	-0.6	0.6	0.5	-0.1	0.7

CONCLUSION : Como se observa, en todos los casos el crecimiento de la recaudación del IEPS cerveza en términos reales es positivo en el agregado del periodo para llegar a la tasa de 19%.

35



ANEXO 2

Estadísticas Relevantes de la Industria Cervecería Mexicana



Cuadro 1

RECAUDACIÓN
COMO PORCENTAJE DEL IEPS TOTAL EXCLUYENDO PETROLIFEROS

	TOTAL EXCLUYENDO PETROLIFEROS	TABACOS LABRADOS	ALCOHOL	CERVEZA	TELEFONOS	SEGUROS	AGUAS ENVASADAS	OTROS_1/
1988	100	28.5	13.1	17.6	22.4	0.5	16.5	0.0
1989	100	26.1	12.0	18.1	26.9	0.5	16.5	0.0
1990	100	19.1	16.4	16.1	28.1	0.6	19.3	0.0
1991	100	33.2	20.7	25.0	21.1	0.0	0.0	0.0
1992	100	43.6	24.7	31.7	0.0	0.0	0.0	0.0
1993	100	42.7	24.6	32.7	0.0	0.0	0.0	0.0
1994	100	41.1	25.0	33.5	0.0	0.0	0.0	0.0
1995	100	44.6	23.2	32.1	0.0	0.0	0.0	0.0
1996	100	42.8	18.2	39.2	0.0	0.0	0.0	0.0
1997	100	40.0	21.0	34.7	0.0	0.0	0.0	0.0
1998	100	33.2	27.0	39.7	0.0	0.0	0.0	0.0
1999	100	32.3	28.5	39.2	0.0	0.0	0.0	0.0
2000	100	36.0	23.1	40.9	0.0	0.0	0.0	0.0
2001	100	39.0	17.2	42.4	0.0	0.0	0.0	0.0
2002	100	44.5	4.6	44.8	0.0	0.0	0.0	6.9
2003	100	40.8	11.6	38.0	0.0	0.0	0.0	9.6

FUENTE: SHCP. El 2003 es estimado por HARBOR intelligence con datos históricos de la SHCP hasta noviembre del 2003.

37

Cuadro 2

RECAUDACIÓN
MILLONES DE PESOS DEL 2003 (TERMINOS REALES)

	TOTAL EXCLUYENDO PETROLIFEROS	TABACOS LABRADOS	ALCOHOL	CERVEZA	TELEFONOS	SEGUROS	AGUAS ENVASADAS	OTROS_1/
1988	34,529	9,830	4,532	6,088	7,735	177	5,686	0
1989	37,012	9,660	4,429	6,697	9,938	186	6,101	0
1990	37,995	7,267	6,248	6,125	10,673	212	7,344	0
1991	29,538	9,816	6,110	7,386	6,226	0	0	0
1992	24,513	10,687	6,065	7,761	0	0	0	0
1993	23,940	10,228	5,883	7,839	0	0	0	0
1994	23,311	9,588	5,832	7,815	0	0	0	0
1995	20,679	9,228	4,805	6,646	0	0	0	0
1996	19,355	8,282	3,518	7,596	0	0	0	0
1997	18,905	7,555	3,979	6,559	0	0	0	0
1998	22,331	7,409	6,032	8,858	0	0	0	0
1999	24,481	7,903	6,976	9,602	0	0	0	0
2000	26,220	9,444	6,063	10,712	0	0	0	0
2001	25,805	10,073	4,444	10,932	0	0	0	0
2002	25,129	11,174	1,165	11,258	0	0	0	1,730
2003	30,179	12,323	3,512	11,454	0	0	0	2,889

FUENTE: SHCP y Banxico. El 2003 es estimado por HARBOR intelligence con datos históricos de la SHCP hasta noviembre del 2003.

38

Cuadro 3

RECAUDACIÓN
COMO PORCENTAJE DE LOS INGRESOS TRIBUTARIOS TOTALES

	INGRESOS TRIBUTARIOS TOTALES	TABACOS LABRADOS	ALCOHOL	CERVEZA	TELEFONOS	SEGUROS	AGUAS ENVASADAS	OTROS_1/
1988	100	2.7	1.3	1.7	2.1	0.0	1.6	0.0
1989	100	2.4	1.1	1.7	2.5	0.0	1.5	0.0
1990	100	1.6	1.4	1.4	2.4	0.0	1.7	0.0
1991	100	2.1	1.3	1.6	1.3	0.0	0.0	0.0
1992	100	2.2	1.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
1993	100	2.0	1.2	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
1994	100	1.9	1.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
1995	100	2.3	1.2	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0
1996	100	2.1	0.9	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0
1997	100	1.7	0.9	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
1998	100	1.5	1.3	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
1999	100	1.5	1.3	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
2000	100	1.4	0.9	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
2001	100	1.4	0.6	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
2002	100	1.5	0.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.2
2003	100	1.6	0.5	1.6	0.0	0.0	0.0	0.4

FUENTE: SHCP. El 2003 es estimado por HARBOR intelligence con datos históricos de la SHCP hasta noviembre del 2003.

39

Cuadro 4

RECAUDACIÓN
COMO PORCENTAJE DEL PIB TOTAL

	PIB	TABACOS LABRADOS	ALCOHOL	CERVEZA	TELEFONOS	SEGUROS	AGUAS ENVASADAS	OTROS_1/
1988	100	0.25	0.11	0.15	0.20	0.00	0.14	0.00
1989	100	0.22	0.10	0.15	0.23	0.00	0.14	0.00
1990	100	0.16	0.14	0.13	0.23	0.00	0.16	0.00
1991	100	0.20	0.13	0.15	0.13	0.00	0.00	0.00
1992	100	0.21	0.12	0.16	0.00	0.00	0.00	0.00
1993	100	0.20	0.12	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00
1994	100	0.18	0.11	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00
1995	100	0.18	0.09	0.13	0.00	0.00	0.00	0.00
1996	100	0.16	0.07	0.14	0.00	0.00	0.00	0.00
1997	100	0.14	0.07	0.12	0.00	0.00	0.00	0.00
1998	100	0.13	0.11	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00
1999	100	0.13	0.12	0.16	0.00	0.00	0.00	0.00
2000	100	0.15	0.09	0.17	0.00	0.00	0.00	0.00
2001	100	0.16	0.07	0.17	0.00	0.00	0.00	0.00
2002	100	0.17	0.02	0.18	0.00	0.00	0.00	0.03
2003	100	0.20	0.06	0.18	0.00	0.00	0.00	0.05

FUENTE: SHCP e INEGI. El 2003 es estimado por HARBOR intelligence con datos históricos de la SHCP hasta noviembre del 2003.

40

Cuadro 5

TASA AD-VALOREM PROMEDIO EN ESTADOS UNIDOS

AÑO	PRECIO PROMEDIO PONDERADO DE LA CERVEZA AL DETALLISTA SIN IMPUESTOS (DLS. POR LITRO)	CUOTA FIJA DE IMPUESTO FED A LA CERVEZA (DLS. POR LITRO)	TASA AD-VALOREM (IMPUESTO COMO % DEL PRECIO AL DET. SIN IMPUESTOS)
1991	1.23	0.1534	12.5
1992	1.25	0.1534	12.2
1993	1.24	0.1534	12.4
1994	1.22	0.1534	12.6
1995	1.26	0.1534	12.2
1996	1.29	0.1534	11.8
1997	1.30	0.1534	11.8
1998	1.30	0.1534	11.8
1999	1.33	0.1534	11.5
2000	1.38	0.1534	11.1
2001	1.42	0.1534	10.8
2002	1.45	0.1534	10.6
2003	1.48	0.1534	10.4

41

FUENTE: Elaborado por HARBOR intelligence con datos de la industria cervecera estadounidense y Bureau of Labor Statistics.

Cuadro 6

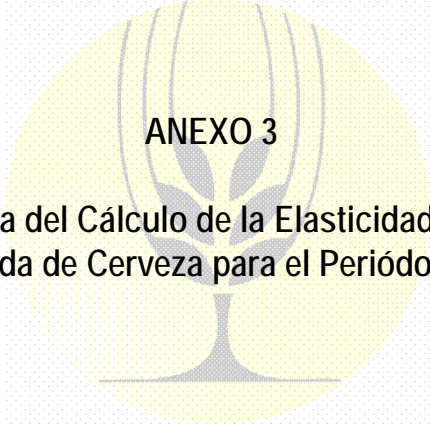
IMPUESTO A LA CERVEZA POR LITRO EN MEXICO Y EUA

	MEXICO TASA IEPS	MEXICO IEPS POR LITRO DE CERVEZA (DOLARES) _1/
1992	25.00	0.1419
1993	23.50	0.1489
1994	22.00	0.1445
1995	20.50	0.0909
1996	19.00	0.1116
1997	19.00	0.1052
1998	25.00	0.1383
1999	25.00	0.1603
2000	25.00	0.1939
2001	25.00	0.2112
2002	25.00	0.2198
2003	25.00	0.2028

_1/ Resulta de dividir la recaudación de IEPS cerveza entre el consumo interno de cerveza. Ver cuadro 18.

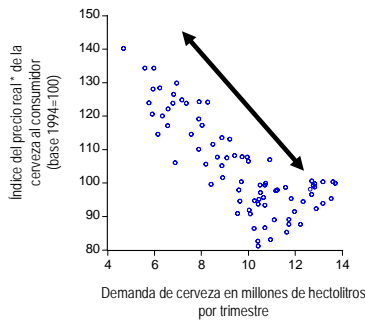
42

FUENTE: Elaborado por HARBOR intelligence con datos de SHCP, Banxico y la industria cervecera estadounidense.



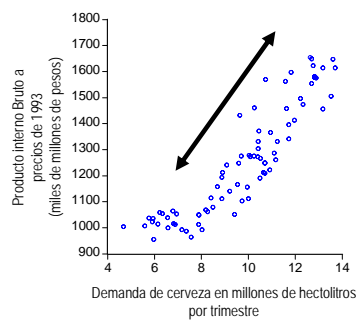
ANEXO 3

**Validez Estadística del Cálculo de la Elasticidad Precio e Ingreso
de la Demanda de Cerveza para el Período 1983 - 2002**



Cada punto en esta gráfica representa el precio real* promedio al que se vendió la cerveza y la cantidad demandada por el consumidor en cada trimestre de 1983 al 2002. La línea sólida nos muestra la relación negativa existente entre ambas, esto es, entre mayor (menor) es el precio real* promedio de la cerveza menor (mayor) es la cantidad de cerveza demandada por el consumidor.

* El precio real se obtiene dividiendo el índice de precios al consumidor para la cerveza entre el índice general de precios al consumidor nacional (esto elimina el efecto de la inflación general en el precio de la cerveza).



Cada punto en esta gráfica representa el ingreso real* y la cantidad demandada por el consumidor en cada trimestre de 1983 al 2002. La línea sólida nos muestra la relación positiva existente entre ambas, esto es, entre mayor (menor) es el ingreso real* mayor (menor) es la cantidad de cerveza demandada por el consumidor.

* El ingreso real esta representado por el PIB a precios de 1993.

Una manera de medir la relación existente entre el precio real, el ingreso real y la cantidad demandada de cerveza es a través de la estimación de la elasticidad precio e ingreso de la demanda de cerveza, la cual indica el cambio porcentual en la cantidad demandada generado por un cambio porcentual ya sea en el precio real o en el ingreso real.

La elasticidad precio real e ingreso real de la demanda de cerveza puede ser calculada utilizando el siguiente modelo econométrico:

$$Y_t = \mu_t + \gamma_t + \delta_1 PR_t + \delta_2 I_t + \varepsilon_t$$

$$\mu_t = \mu_{t-1} + \beta_{t-1} + \eta_t$$

$$\beta_t = \beta_{t-1} + \xi_t$$

$$\gamma_t = -\gamma_{t-1} - \dots - \gamma_{t-s+1} + \omega_t$$

donde, Y_t es el logaritmo de la demanda de cerveza, PR_t es el logaritmo del precio real de la cerveza, I_t es el logaritmo del PIB a precios de 1993, μ_t , β_t , y γ_t son parámetros que capturan el nivel, la pendiente y la estacionalidad de la demanda de cerveza respectivamente, y que no pueden ser explicados por el ingreso o por el precio. δ_1 , y δ_2 son los coeficientes de elasticidad del precio real PR_t y del ingreso I_t , respectivamente, y ε_t es el término de error.

Esta ecuación es estimada utilizando el programa econométrico STAMP (Structural Time Series Analyser, Modeller and Predictor).

Las elasticidades estimadas son las siguientes:

Elasticidad Precio de la demanda de cerveza = -0.78

Elasticidad Ingreso de la demanda de cerveza = 1.05

La elasticidad precio real de la demanda de cerveza estimada es de -0.78 y significa que por cada 1% que crezca el precio de la cerveza por encima de la inflación, el volumen demandado de cerveza se reduce 0.78%. La elasticidad ingreso real de la demanda de cerveza estimada es de 1.05 y significa que por cada 1% que crezca el ingreso por encima de la inflación, el volumen demandado de cerveza aumenta 1.05%.

Una manera histórica de validar estas elasticidades es aplicándolas al crecimiento del ingreso real (PIB) y del precio real de la cerveza promedio anual en el periodo 1981-2002 para obtener el consumo de cerveza resultante.

	Crec. % prom. anual 1981-2002	Elasticidad	
Ingreso real (PIB real)	2.6	1.05	2.73
Precio real cerveza al consumidor	-0.3	-0.78	0.23
Consumo de cerveza estimado por elasticidades ingreso y precio			2.96
Consumo de cerveza histórico	3.26		

Nota: La diferencia entre el consumo estimado por las elasticidades ingreso y precio y el consumo histórico se debe a la influencia en el consumo de otros factores tales como el clima, la lluvia, demografía, eventos deportivos extraordinarios, etc.

Bibliografia

•Harvey A. C. (1989), *Forecasting, Structural Time Series Models and the Kalman Filter*. Cambridge: Cambridge University Press.

•Siem Jan Koopman, Andrew C. Harvey, Jurgen A. Doornik and Neil Shephard. *STAMP, Structural Time Series Analyser, Modeller and Predictor*. Published and Distributed by Timberlake Consultants LTD. 2000.

•Franses, P.H. (1998), "Time series models for business and economic forecasting", Cambridge University Press.

•Griffiths, W.E., and Hill, R.C., and Judge, G.G. (1993), "Learning and practicing econometrics", Jhon Wiley & Sons, Inc.

•Pindyck, R.S., and Rubinfeld D.L. (1991), "Econometric Models and Econometrics Forecast", Third Edition, MacGraw-Hill.

•Franses, P.H. (1999), "How to deal whit intercept and tred in practical cointegration analysis?", Econometric Institute research report 9901/a, Erasmus University Rotterdam.

•Harbor Intelligence