vinetur

# El precio mínimo por unidad de alcohol reduce el consumo y beneficia a las pequeñas bodegas

Un estudio compara el impacto de impuestos y precios mínimos, mostrando mayor eficacia del MUP frente a reformas fiscales tradicionales

jueves 18 de septiembre de 2025



Un estudio reciente realizado por investigadores de la Toulouse School of Economics, el INRAE y la Paris School of Economics ha analizado el impacto de diferentes políticas de precios sobre el consumo de alcohol en Francia. El trabajo compara los efectos de introducir impuestos basados en el contenido de etanol frente a la aplicación de un precio mínimo por unidad estándar de bebida alcohólica (Minimum Unit Price, MUP) fijado en 0,50 euros por consumición estándar.

El análisis parte de la situación actual en Francia, donde los impuestos específicos sobre el vino son prácticamente nulos, mientras que las bebidas espirituosas soportan una carga fiscal mucho mayor. Esta estructura responde a la importancia económica y cultural del sector vitivinícola francés, que representa cerca de 550.000 empleos y es uno de los principales exportadores mundiales. Sin embargo, desde el punto de vista sanitario, el consumo de alcohol sigue siendo un problema relevante: en 2015, el 7% de las muertes adultas en Francia se atribuyeron al alcohol.

El estudio utiliza datos detallados sobre compras domésticas de bebidas alcohólicas realizadas por más de 11.000 hogares franceses durante 2014. Los autores han desarrollado un modelo económico que tiene en cuenta tanto las preferencias de los consumidores por volumen y calidad dentro de cada categoría (vinos tranquilos, espumosos, cervezas, sidras, aperitivos y espirituosos), como las estrategias de fijación de precios por parte de fabricantes y distribuidores.

Se han simulado seis escenarios alternativos: cuatro reformas fiscales (impuestos volumétricos uniformes o progresivos con dos niveles de recaudación), la introducción del MUP sobre la fiscalidad actual y una combinación del MUP con un impuesto progresivo bajo. Los resultados muestran que las reformas fiscales con tipos bajos pueden provocar un aumento del consumo total de etanol debido a sustituciones entre categorías (por ejemplo, del vino a bebidas con mayor graduación alcohólica). Solo los escenarios con impuestos altos o con precio mínimo logran reducir el consumo global.

La introducción del MUP junto al sistema fiscal vigente consigue una reducción media del 15% en las compras domésticas de etanol puro, frente al 10% logrado por una reforma fiscal progresiva con tipos elevados. El efecto es aún mayor entre los hogares con consumos elevados, donde la caída alcanza el 17%. Además, el MUP incrementa

los beneficios medios de las pequeñas y medianas bodegas (+39%), mientras reduce los márgenes de grandes fabricantes y cadenas minoristas (-39%). La recaudación fiscal se mantiene estable gracias al aumento del IVA que compensa la contracción del mercado.

El mecanismo principal detrás del éxito del MUP es que eleva considerablemente el precio mínimo de los productos más baratos y con mayor contenido alcohólico, que suelen ser preferidos por los consumidores con patrones más problemáticos. En el caso del vino tranquilo, más del 80% del volumen se compra a menos de 5 euros por litro y casi la mitad a menos de 3 euros. El precio mínimo penaliza especialmente estos segmentos básicos, lo que reduce su cuota de mercado y favorece a vinos posicionados en gamas medias.

Por otro lado, las reformas fiscales basadas únicamente en el contenido alcohólico pueden tener efectos no deseados si no se calibran adecuadamente: un impuesto uniforme bajo puede abaratar las bebidas espirituosas respecto al vino e incentivar su consumo. Solo un impuesto progresivo alto logra evitar este efecto sustitución.

El estudio también analiza el impacto distributivo. Las políticas basadas en precio mínimo afectan más a los hogares con mayores consumos, considerados prioritarios desde una perspectiva sanitaria. Las pérdidas relativas en bienestar para estos hogares son inferiores a las experimentadas por consumidores moderados o con mayor renta, aunque su gasto adicional para mantener sus hábitos sería superior.

En cuanto a la estructura del mercado francés, se observa una gran fragmentación en el sector vinícola respecto a otras categorías como cervezas o espirituosos, donde predominan grandes marcas nacionales y marcas blancas. En vinos tranquilos y espumosos existe una presencia relevante de pequeños productores independientes o cooperativas.

Los autores subrayan que cualquier reforma debe respetar tanto los objetivos fiscales como las restricciones legales europeas sobre igualdad tributaria entre productos similares. Además, recuerdan que la aceptación política depende en buena medida del impacto sobre los distintos actores económicos implicados.

Este trabajo aporta evidencia previa sobre cómo diferentes instrumentos regulatorios pueden modificar tanto los patrones de consumo como la estructura competitiva en mercados donde existen fuertes intereses económicos y culturales ligados al alcohol. Los resultados sugieren que la combinación del precio mínimo con la fiscalidad actual puede ser una herramienta eficaz para reducir el consumo perjudicial sin perjudicar globalmente al sector vitivinícola tradicional.